



SALUDABLE 3.0: CÓMO PROMOVER LA NUTRICIÓN Y ACTIVIDAD FÍSICA EN LAS 5 REDES SOCIALES DE MAYOR ALCANCE

HEALTH 3.0: HOW TO PROMOTE NUTRITION AND PHYSICAL ACTIVITY IN THE MOST WIDELY USED SOCIAL NETWORKS

Mgs. Estela Ola Castro, Esp. Soledad Yapura, Esp. María del Carmen Herrera, Esp. Viviana Rossanna Méndez, Esp. Gabriela Miranda, Lic. Belén Páez

Contacto: estela_olac@yahoo.es

RESUMEN

INTRODUCCIÓN: Más de la mitad de los habitantes del planeta tienen acceso a internet de los cuales tres cuartas parte son usuarios activos de las redes sociales, dos razones suficientes para pensar en la promoción de la nutrición y la actividad física utilizando dispositivos tecnológicos, mediante proyectos como Saludable 3.0: un proyecto de extensión con participación estudiantil, en alianza con diversas instituciones del medio.

DESARROLLO: Las 5 redes sociales en que se trabaja son Facebook, Blogger, Twitter, Instagram y Pinterest. Se crean recursos digitales relacionados a la alimentación para la actividad física; para el joven, el adulto, para el niño y el adolescente. Se diseñan recursos como: videos, infografías, recetarios saludables, imágenes y encuestas online. Se indaga sobre el perfil de los seguidores a fin de particularizar las publicaciones a sus necesidades y expectativas. La presencia en las redes sociales permite que Saludable 3.0 se integre en actividades organizadas por diversas instituciones de la comunidad salteña.

CONCLUSIONES: Saludable 3.0 constituye una estrategia válida para promover estilos de vida saludable en las comunidades virtuales, con un gran potencial de expansión mediante la generación de recursos acordes a los nuevos perfiles de los usuarios.

PALABRAS CLAVES: *Gestión del Conocimiento, Saludable, Estilos de Vida, Nutrición, Movimiento, Redes Sociales.*

ABSTRACT

INTRODUCTION: More than half of the world's inhabitants have internet access out of which three quarters are active users of social networks. These are two important reasons to consider the promotion of nutrition and physical activity using technological devices through projects like Health 3.0: a community related project which involves students and other institutions.

DEVELOPMENT: The five social networks are Facebook, Blogger, Twitter, Instagram and Pinterest. Digital resources related to nutrition and physical activity for young people, adults, children and adolescents are created. Resources include videos, infographics, healthy recipes, images and online surveys. Some research on followers' profiles is carried out so as to customize posts according to their needs and expectations. The presence in social networks allows Health 3.0 to be part of activities organized by other institutions in the community.

CONCLUSIONS: Health 3.0 is a valid strategy to promote healthy lifestyles in virtual communities with a great potential to spread information through the generation of resources according to the users' profiles.

KEY WORDS: *Knowledge Management, Healthy, Lifestyles, Nutrition, Movement, Social Networks*





INTRODUCCIÓN

Desde los primeros días de vida Saludable 3.0 se identifica con el logo que contiene: la nube, símbolo de la virtualidad; en su interior se encuentra el corazón, significado de “me encanta” y las palabras clave: “Saludable 3.0” haciendo alusión a la web 3.0 y “Nutrición & Movimiento” a la temática. Debajo de la nube se encuentra la señal de conectividad mediante tres ondas. El mismo fue creado y consensuado con la participación de los miembros del equipo.

DESARROLLO

Las 5 Redes Sociales de mayor alcance

Las redes sociales se fueron incorporando paulatinamente, en un primer momento se utilizó Facebook, Blogger y Twitter, posteriormente se sumó Instagram y Pinterest (Ilustración 1).

Ilustración 1 : Redes sociales de Saludable 3.0 Nutrición & Movimiento en la comunidad digital año 2018



1. La Fan Page de Facebook

Es una página abierta, no requiere de registro previo para acceder a la información, o para interactuar con los seguidores. Es posible alcanzar a millones de personas y captar la atención de nuevos usuarios. Mediante la interacción entre el administrados y sus seguidores se establece una verdadera comunicación con el público objetivo. La Fan Page de

SALUDABLE 3.0 fue creada el 2 de octubre de 2016 y a la fecha 28 de marzo de 2018 cuenta con 926 seguidores y 330 usuarios registrados en la página.

2. Blogger

Es un sitio web con un formato de diario personal denominado blog. Los contenidos suelen actualizarse de manera frecuente y se organizan en orden cronológico. De acuerdo a las estadísticas al 23 de marzo de 2018, se realizaron 135 publicaciones. Registra usuarios de Argentina, Estados Unidos, Irlanda, Alemania Portugal, Ucrania, Francia, Polonia, Rusia y España. De acuerdo a la fuente de tráfico, la principal URL de referencia corresponde a Facebook.com (79%). Para el acceso al espacio blog, el sistema operativo más destacado es Windows 48%. El navegador más empleado es Chrome 68%.

3. Twitter

Conocido como un microblogging actualmente de 280 caracteres, se caracteriza por seguir una línea de tiempo de sus publicaciones, desde la más reciente publicación a la antigua. Cuando se escribe un mensaje se llama tweets y si quiere compartir un mensaje de otro usuario puede realizar un retweets. Se puede compartir contenido mediante fotos, enlaces y videos. El twitter de saludable3.0 se creó el 29 de octubre de 2016. Hasta el 24 de Marzo de 2018 se escribieron 270 publicaciones. Registra 62 seguidores. 85 me gusta y 69 impresiones. Se compartieron 125 fotos y vídeos.

4. Pinterest

Tiene por misión conectar a través de cosas que encuentran interesantes. Tiene un sencillo y atrayente diseño visual, elementos y datos de interés de la comunidad digital. Deriva a millones de personas a sitios web donde el usuario puede profundizar en el contenido que les interesa. Es un generador de tráfico. Se trabaja bajo la modalidad de tablón de tema, donde se van agregando contenidos tomados de Internet, fotos y videos. Cuando se agrega un contenido al tablero se está haciendo un pin. Cuando se hace un repin, es parecido a reenvío de twitter, o me gusta de Facebook. Saludable 3.0 inicia sus publicaciones en Pinterest en diciembre de 2016. La mayoría de sus usuarios son de sexo femenino (82%), de nacionalidades Argentina (25%), Española (25%), Mexicana (22%), Colombiana (17%) y Peruana (10%).

5. Instagram

Se utiliza para subir fotos y vídeos. Su característica principal, es que las fotografías tienen un diseño cuadrado en honor a la cámara Kodak Instamatic, puesto que tenían la particularidad de ser económicas y fáciles de llevar. La cuenta de Saludable 3.0 fue creada el 3 de julio de 2017. Se realizaron un total de 45 publicaciones, tiene 125 seguidores. El 71% son mujeres, con edades que comprenden desde los



18 a los 65 años, destacándose el grupo etario de 25 a 34 años. La mayoría de los seguidores de esta red son de Salta Capital (80%).

El perfil de los usuarios de Saludable 3.0

Para conocer el perfil de los seguidores se diseñó una encuesta online, para que pudieran registrarse y a su vez indagar características como: sexo, edad, estado civil, ocupación, procedencia, redes sociales de la que es usuario y temas de interés. De un total de 343 seguidores registrados, el mayor porcentaje de usuarios es de sexo femenino (85,1%), el rango de edad más representativo fue de 18 a 30 años (83,7%), en su mayoría solteros (85,4%) y estudiantes (83,4%), proceden de la ciudad de Salta (67%) del interior de la provincia (17%) y de otras provincias u otros países (18%). En su mayoría son usuarios de Facebook (87%).

Los temas de mayor interés fueron: Alimentación para actividad física y deporte (42,6%); Alimentación del Joven y el adulto (25,4%) y Alimentación del niño y del adolescente (18,7%).

Los recursos utilizados

La creación de los recursos digitales se organiza mediante la división del trabajo en sub áreas: Alimentación para actividad física y deporte, Alimentación del joven y el adulto y Alimentación del niño y adolescente. Estos grupos se conforman en función de los resultados obtenidos en la encuesta y con el objeto de dar respuesta a los intereses de los usuarios. Los recursos diseñados incluyen: videos, infografías, recetas saludables, imágenes y encuestas online sobre temas relacionados a alimentación saludable para los distintos momentos biológicos, deportistas, actividad física, prevención de enfermedades crónicas no transmisibles y mensajes de las Guías Alimentarias Argentinas (GAPA), entre otros. Se crearon códigos QR para la difusión de las distintas redes sociales en la comunidad universitaria. Las encuestas en línea permitieron la interacción con los usuarios de las distintas redes sociales. Las temáticas de las encuestas fueron: consumo de frutas, verduras y agua consumo de sal, azúcar y bebidas azucaradas para determinar si se cumplen con las recomendaciones de las Guías alimentarias para la Población Argentina. Se constató que la mayoría de los seguidores no cumplen con las recomendaciones nutricionales. De un total de 188 encuestas solo el 21% cumple con el consumo diario de frutas de éstos el 85% ingiere 2 ó más unidades al día. Un 42% consume verduras a diario, de los cuales el 65% 2 o más porciones. Solamente el 22% toma 8 ó mas vasos de agua por día. En cuanto a las recomendaciones referidas al consumo de sal, de un total de 235 respuestas se concluye que presentan escasos conocimientos referidos a las actuales recomendaciones de sal propuestas por las

GAPA. Si bien conocen que existe una recomendación, desconocen la cantidad recomendada y un poco más de la mitad refiere no conocer la iniciativa menos sal más vida. En función de la información obtenida se reforzó la promoción de mensajes saludables en las distintas redes sociales.

Los recursos más vistos según redes sociales durante periodo 2016 - 2018 fueron:

- Encuesta de sal, azúcar y bebidas azucaradas 46% (Facebook)
- Video: Pausa activa laboral 26% (Pinterest)
- Aplicación e Imagen: Los niños son saludables 3.0 aplicación de agua 17% (Twitter)
- Imagen: Recetas Saludables 8% (Blog)
- Imagen: Mensaje saludable para la familia 3% (Instagram)

Repercusión de Saludable 3.0 en Redes Sociales

En el Gráfico 1, se muestra que el total de visitas a saludable 3.0 en el periodo 2016 - 2018 fueron de 10.251, destacándose como las redes más visitadas Blogger (36%) y Facebook (30%).

En el Gráfico 2 se presenta el alcance, número de cuentas únicas, que visitaron algunas de las publicaciones. De 68.083 cuentas, correspondieron un 68% a Facebook, 18% Pinterest, 5% Blog, 5% Twitter y 4% Instagram.

Participación en eventos de la comunidad

La presencia de Saludable 3.0 en las redes sociales generó la interacción con distintas organizaciones de la comunidad y convocando a la participación de los miembros del proyecto en eventos como: ferias municipales, movidas aeróbicas, desfiles solidarios, jornadas de concientización, visitas a medios de comunicación radiales y televisivos.

CONCLUSIONES

A dos años de su creación Saludable 3.0 constituye una estrategia válida para promover estilos de vida saludable en las comunidades virtuales, de la cual forma parte. Se encuentra en permanente proceso de adaptación a los cambios globales y con un gran potencial de expansión mediante la generación de recursos acordes a los nuevos perfiles de los usuarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. González I "Usuarios de internet y redes sociales en el mundo en 2018" en iLifebelt Time [Internet]. Guatemala (2018). [Consultado el día 29 de marzo de 2018] Disponible en: <https://ilifebelt.com/usuarios-internet-redes-sociales-mundo-2018/2018/02/>



GRÁFICO 1: NÚMERO DE VISITAS SEGÚN RED SOCIAL SALUDABLE 3.0 NUTRICIÓN & MOVIMIENTO AÑO 2018

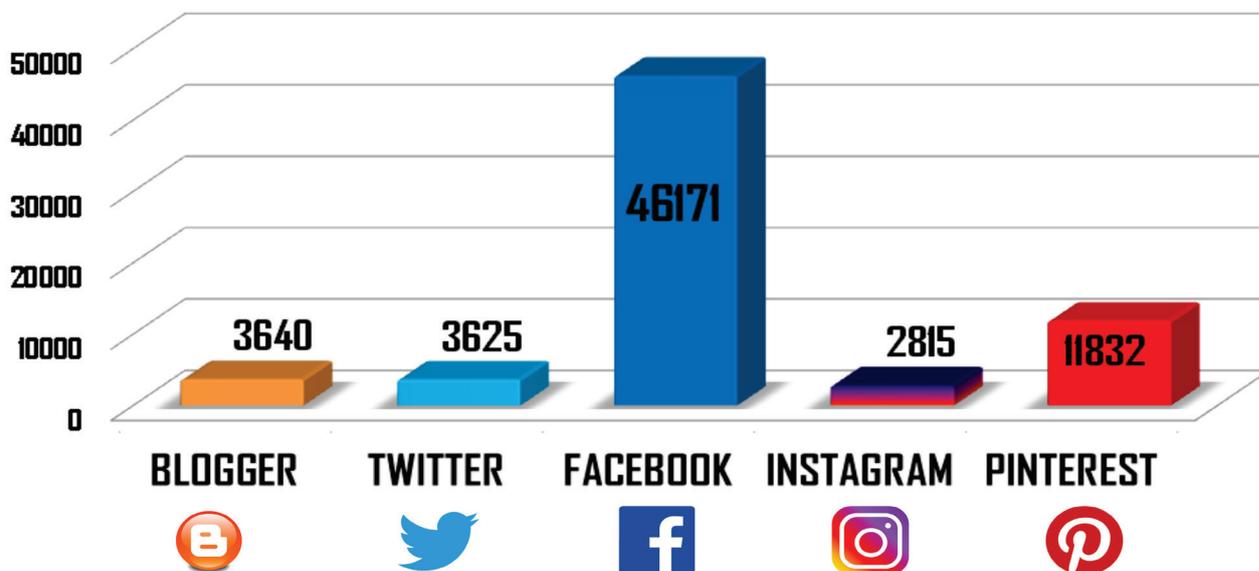
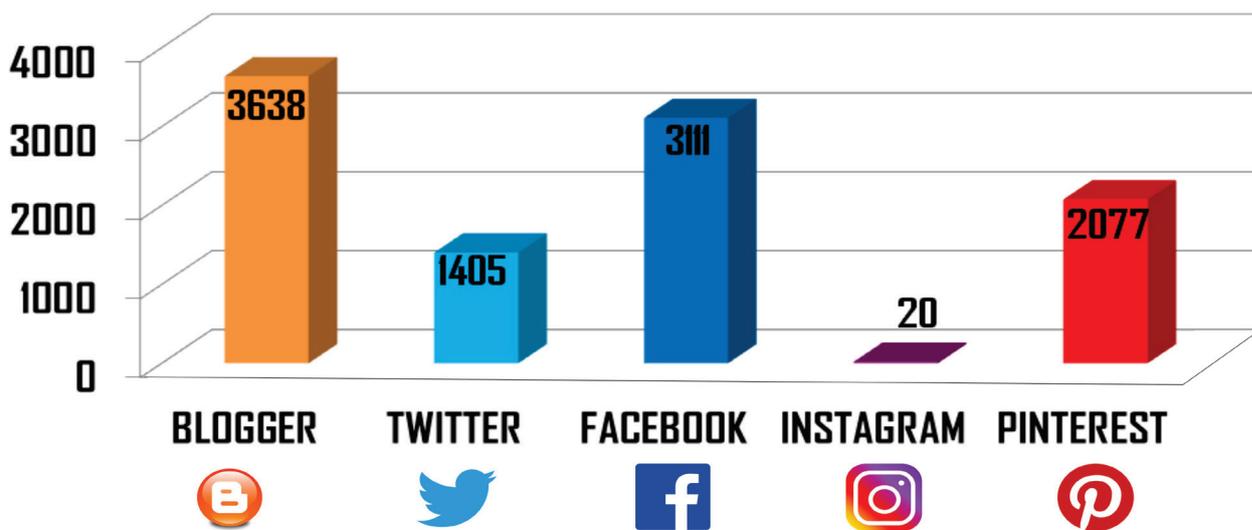


GRÁFICO 2: ALCANCE SEGÚN RED SOCIAL SALUDABLE 3.0 NUTRICIÓN & MOVIMIENTO AÑO 2018



BIBLIOGRAFIA

1-Choque Larrauri, R. Comunicación y educación para la promoción de la salud. Lima Perú;(2005) [Consultado el 10 de diciembre de 2017]. Disponible en: <file:///C:/Users/mdhe1/Desktop/Backup%20Notebook/Desktop/redes%20sociales/comyedusalud.pdf>

2-Menéndez Hevia, T.; Cuesta Cambra, U.; Ugarte Iturrizaga A. Educación para la salud en jóvenes: el uso de las nuevas tecnologías en el prevención y adopción de hábitos saludables. Libro Nuevos Medios, Nueva Comunicación.2017 [Consultado el 10 de diciembre de 2017]; Disponible en en: <file:///C:/Users/mdhe1/Desktop/Backup%20Notebook/Desktop/redes%20sociales/014.pdf>

3-Nafria, I. Web 2.0: El usuario, el nuevo rey de Internet. Disponible en: http://files.comunicacionygudino14.webnode.es/200000000-def44dfeca/presentacio_IsmaelNafria2.0.pdf .

Consultado el 10 de diciembre de 2017.

4-Paramio Pérez, G., Hernando Gómez, A., Márquez Garrido M., Torres Almagro, B.J., Pérez Manga, C. Modelos de difusión en salud mediante redes sociales. Universidad de Huelva. [Consultado el 10 de diciembre de 2017]. Disponible en: <file:///C:/Users/mdhe1/Desktop/Backup%20Notebook/Desktop/redes%20sociales/8Me24-Modelos-de-difusión-en-salud-mediante-redes-sociales.pdf>

5-Pérez, A. Redes Sociales y Educación Una reflexión acerca de su uso didáctico y creativo. Revista Creatividad y Sociedad; 2013. [Consultado el 10 de diciembre de 2017]; número 21. Disponible en: <file:///C:/Users/mdhe1/Desktop/Backup%20Notebook/Desktop/redes%20sociales/12.%20Redes%20Sociales%20y%20educacion.%20Una%20reflexion%20acerca%20de%20su%20uso%20didactico%20y%20creativo.pdf>

