

Experiencia de Educación para la Salud en adolescentes mediante Instagram. OSAGRAM (Osasuna Instagram)

¹ Ainara Eneriz Sánchez
² Olga Corral Rodríguez
³ Elena Fernández Sánchez
⁴ Irazu López de Zubiría Platero
⁵ Luis Ignacio Mendibil Crespo

¹ Enfermera especialista en Enfermería familiar y comunitaria. Servicio Navarro de Salud-Osasunbidea.

⁴ Enfermera especialista en Enfermería familiar y comunitaria. Servicio Vasco de salud-Osakidetza. OSI Debabarrena.

² Enfermera especialista en Enfermería familiar y comunitaria. Servicio Vasco de salud-Osakidetza. OSI Bilbao Basurto.

⁵ Técnico de salud de la unidad docente multiprofesional de atención familiar y comunitaria de Bizkaia.

³ Enfermera especialista en Enfermería familiar y comunitaria. Servicio Vasco de salud-Osakidetza. OSI Bilbao Basurto.

Dirección de contacto: ainara_eneriz@hotmail.com

Cómo citar este artículo:

Eneriz Sánchez A, Corral Rodríguez O, Fernández Sánchez E, López de Zubiría Platero I, Mendibil Crespo LI. Experiencia de Educación para la Salud en adolescentes mediante Instagram. OSAGRAM (Osasuna Instagram). RIdEC 2021; 14(1):26-35.

Fecha de recepción: 28 de noviembre de 2020.

Aceptada su publicación: 15 de febrero de 2021.

Resumen

Objetivo: evaluar una experiencia de Educación para la Salud (EpS) en adolescentes sobre temas de salud elegidos por ellos, utilizando Instagram. Se valora un cambio en sus conocimientos, actitudes, así como su satisfacción y adherencia con la actividad.

Método: estudio descriptivo transversal en una primera fase, en la que los adolescentes eligieron tres temas de salud de una lista de recomendados en la bibliografía. En una segunda fase se llevó a cabo un estudio cuasi-experimental sobre los conocimientos y actitudes que tenían antes y después de una intervención educativa de tres semanas utilizando la herramienta Instagram. Participaron 244 estudiantes en la elección de los temas y 204 iniciaron la actividad en Instagram. Variables: 12 temas de Educación para la Salud; 16 cuestiones sobre conocimientos y actitudes pretest y posttest; percepción de mejora personal; satisfacción global con la actividad.

Resultados: los temas más elegidos fueron: salud mental por el 55% de las personas; sexualidad el 54%; y primeros auxilios el 38,5%. Al finalizar la intervención 155 personas seguían la cuenta de Instagram (tasa de deserción 24%). Contestaron al pre-test 134 personas y al post-test 62. Hubo un aumento estadísticamente significativo ($p < 0,05$) del principio al final de la intervención en seis cuestiones. Un 61,3% contestó que creía que sus conocimientos habían mejorado mucho o bastante después de la intervención. La satisfacción con el programa general fue de 7,5.

Conclusiones: Instagram puede ser una herramienta efectiva a corto plazo para impartir EpS a adolescentes, además de ser bien aceptada por ellos.

Palabras clave: Educación en Salud; adolescente; redes sociales; Instagram.

Abstract

An experience of health education in teenagers through Instagram. OSAGRAM (Osasuna Instagram)

Purpose: to evaluate an experience of health education (HE) in teenagers on health topics chosen by them, using Instagram. Changes in their knowledge and attitudes, as well as their satisfaction and adherence to the activity, are assessed.

Methods: in the first phase, a descriptive, cross-sectional study was carried out, with teenagers selecting three health topics from a list of recommended issues in the literature. The second phase was a quasi-experimental study on the knowledge and attitudes they had before and after a three-week educational intervention using the Instagram tool. A total of 244 students participated in the choice of topics and 204 started the activity on Instagram. Variables: 12 health education topics; 16 pretest and posttest questions regarding knowledge and attitudes; perception of personal improvement; overall satisfaction with the activity.

Findings: the most frequently selected topics were: mental health by 55% of people; sexuality 54%; and first aid 38.5%. At the end of the intervention 155 teenagers were following the Instagram account (attrition rate 24%). Pre-test was completed by 134 participants and post-test by 62. A statistically significant increase ($p < 0.05$) from the beginning to the end of the intervention was found for six questions. Among the respondents, 61.3% reported that they believed their knowledge to have improved a lot or quite a lot after the intervention. Satisfaction with the overall program was 7.5. Satisfaction with the overall program was 7.5.

Conclusions: Instagram can be an effective short-term tool to deliver HE to teenagers and is well accepted by them.

Key words: health education; teenager; social networks; Instagram.

Introducción

La adolescencia es un periodo importante de desarrollo entre la infancia y la edad adulta, se caracteriza por cambios en las habilidades sociales, capacidades cognitivas y un gran interés en su propia salud y bienestar (1).

En el mundo, numerosos adolescentes hacen uso diario de internet, cuyas actividades principales están relacionadas con las redes sociales (RRSS), el entretenimiento y la búsqueda de información (2), formando parte de una cultura caracterizada por el uso de *smartphones* y otros dispositivos (3,4).

En España, los jóvenes nacidos entre 1994 y 2010 (16 a 23 años), la denominada "generación Z", utilizan de media 1h y 24 min las redes sociales al día; según el estudio anual de redes sociales de 2018 realizado por el Interactive Advertising Bureau, las redes favoritas de los adolescentes son Whatsapp, Youtube e Instagram (5). Esta última es usada por el 72% de los jóvenes (5). En Euskadi, ya en 2016 utilizaban Instagram el 62,5% de los jóvenes entre 15 y 19 años, según los datos recogidos por el Gobierno Vasco (6).

Las RRSS, como las nombradas previamente (Instagram, Whatsapp, Youtube...) u otras como Twitter, blogs, foros..., son plataformas basadas en internet que permiten la publicación de información e interacción entre el creador de contenido y los destinatarios (7). Se ha demostrado que estas favorecen la publicación de información, el aprendizaje autónomo, el trabajo en equipo, la comunicación, la realimentación, el acceso a otras redes afines y el contacto con otros expertos, entre otros elementos (8).

Durante la última década ha habido un creciente interés en el uso de las RRSS y las aplicaciones de teléfonos móviles para educar y realizar programas de salud. Algunas ventajas que estas ofrecen son la rentabilidad, ya que permite el acceso instantáneo a contenido desde cualquier lugar y el uso de tecnología relativamente barata (*smartphones* y dispositivos informáticos) (9,10) y mejorar la comunicación con los adolescentes, al permitir la participación en formas que no son posibles dentro del entorno de la consulta tradicional, facilitando el aprendizaje de una manera lúdica e interesante (11).

Según la literatura consultada se ha demostrado que el uso de las redes sociales contribuye al logro de educar a los adolescentes en temas de salud, ya que forman parte de la vida cotidiana de estos, lo que permite la interacción social y la diversión; por lo tanto, se pueden utilizar en prácticas de educación para la salud (EpS), siempre que se planifique y dirija, con mediación intencional del profesional de la salud (2).

En la literatura se pueden encontrar diferentes experiencias usando las RRSS como herramienta de EpS en adolescentes en ámbitos como la obesidad (12), la salud sexual (13) y el alcohol y las drogas (14), con resultados favorables (2). Aun así, todavía hay pocos estudios de calidad que evalúen este tipo de intervenciones (15). Además, existe la percepción general de falta de recursos útiles y fiables de información en salud para adolescentes, surgiendo así la necesidad de desarrollarlos (15).

Es así como, teniendo en cuenta el uso de las RRSS por edad y las potencialidades de las diferentes plataformas, se decidió llevar a cabo un programa de Educación para la Salud con adolescentes a través de Instagram.

El objetivo de este estudio ha sido evaluar la realización de un programa de Educación para la Salud utilizando Instagram, sobre temas de salud elegidos por los adolescentes. Se valora un cambio en sus conocimientos, actitudes y su satisfacción y adherencia con la experiencia.

Método

Diseño

Se realizó un estudio descriptivo transversal en una primera fase, en la que los adolescentes eligieron los temas de salud que preferían de entre 12 temas recomendados en la bibliografía. En segunda fase se llevó a cabo un estudio cuasi-experimental sobre los conocimientos y actitudes que tenían antes y después de una intervención de Educación para la Salud de los tres temas elegidos utilizando Instagram.

Población y muestra

Participaron 244 estudiantes de 1º de Bachillerato de cinco centros educativos de Bizkaia en la primera fase y 204 en la segunda fase.

Criterios de inclusión:

- Estar cursando 1º de Bachillerato en el curso 2019-2020 y acudir a clase el día de la presentación.
- Los centros académicos pertenecían a las cuatro zonas básicas de salud de las investigadoras: (I.E.S Elexalde de Galdakao, I.E.S Bengoetxe de Galdakao, I.E.S José Miguel Barandiaran de Leioa, I.E.S Juan Antonio Zunzunegui de la zona de Buenavista de Portugalete e I.E.S Berriotxo de la zona de Mina del morro de Bilbao).
- Para la segunda fase era necesario tener cuenta en Instagram.

Criterios de exclusión:

- Dificultad para comprender el idioma.
- Alguna imposibilidad para el uso de Instagram

Variables:

- Sexo: chico, chica.
- Edad: en años.
- Nombre centro escolar. I.E.S José Miguel Barandiaran; I.E.S Berriotxo; I.E.S. Juan Antonio Zunzunegui B.H.I; I.E.S Elexalde de Galdakao; I.E.S Bengoetxe de Galdakao.
- Frecuencia de uso de Instagram: <30 min/día; 30-60 min/día; 60-90 minutos/día; >90 min/día.
- Uso previo de Instagram para buscar información en salud: sí; no.

- 12 variables que corresponderían a los 12 temas de salud propuestos. Escala de medida: sí; no.
- Nueve variables pre-test sobre conocimientos y actitudes. Escala de medida: sí; no; no sabe.
- Nueve variables post-test sobre conocimientos y actitudes idénticas a las anteriores. Escala de medida: sí; no; no sabe.
- Número de "me gusta" totales en las publicaciones por cada semana y por tema. Escala numérica.
- Número de publicaciones totales por cada tema. Escala numérica.
- Número de *stories* totales por cada tema. Escala numérica.
- Número de visualizaciones totales en las *stories* por cada semana y por tema. Escala numérica.
- Media de visualizaciones por publicaciones de cada tema. Escala numérica.
- Media de me gustas por publicaciones de cada tema. Escala numérica.
- Opinión de su interacción con la cuenta de Instagram. Escala tipo Likert, cinco opciones: mucho; bastante; regular; poco; muy poco o nada.
- Tiempo dedicado a mirar la cuenta. Escala de tipo Likert, cinco opciones.
- Cambio de conocimientos y actitudes: opinión tras realizar el programa de EpS. Escala de tipo Likert, cinco opciones.
- La percepción de uso la herramienta Instagram como método útil para realizar un programa de educación para la salud. Escala con tres opciones: de acuerdo; indeciso; en desacuerdo.
- La satisfacción global subjetiva de los participantes de este programa de Educación para la Salud a través de Instagram. Escala de 0 (peor puntuación a 10 (mejor puntuación)).

Procedimiento

Tras la aprobación del estudio por parte de la Unidad Docente Multiprofesional de Atención Familiar y Comunitaria de Bizkaia, de los jefes de Unidad de Atención Primaria de los centros de salud correspondientes a las zonas donde se encuentran los institutos, se contactó con los directores de los centros educativos y del Comité de Ética e Investigación de Euskadi. Se presentó el estudio al profesorado y jefes de estudio interesados. Se explicó el proyecto y su forma de participación, así como que se trataba de una participación voluntaria durante una clase lectiva a todos los que acudieron a clase ese día. Se entregó una hoja informando del estudio y se pidió a los participantes su conformidad previa por escrito (consentimiento informado). Una vez firmado se entregó a los participantes una encuesta con 12 temas de salud. Este listado se creó a partir de los temas de interés que pueden tener los adolescentes basado en la búsqueda bibliográfica. De la lista proporcionada debían de escoger 3 de los temas en función de sus intereses. Para finalizar, se les pidió seguir la cuenta de Instagram creada previamente, mediante la cual se interactuaría con ellos y se lanzaría el contenido sobre los tres temas elegidos por ellos mismos. Tras finalizar las visitas por todas las aulas, se conocieron los tres temas más votados por la totalidad de los participantes.

Mediante la cuenta de Instagram se les pidió a los participantes rellenar un pre-test de forma anónima, de conocimientos y actitudes sobre los temas elegidos mediante *Google Forms*. Tras una semana de plazo para rellenar dicho pre-test, en enero de 2020 se comenzó con la intervención, basada en publicaciones diarias y utilizando todas las herramientas que posee la plataforma Instagram (vídeos, *stories*, fotos y chat). Los participantes podían en todo momento hacer comentarios, mensajes privados, etc. La intervención duró tres semanas y se dedicó una semana a cada tema elegido. Una vez finalizada la intervención se realizó por un lado un post-test con las mismas preguntas que el pre-test, mediante *Google Forms* y una encuesta de satisfacción, ambos nuevamente lanzados mediante un enlace en la cuenta de Instagram, y por otro, el análisis de los datos de rendimiento de Instagram.

Análisis de datos

Se llevó a cabo, primeramente, un análisis univariante de todas las variables. En el caso de variables cualitativas se calcularon las proporciones de cada categoría que se expresaron como porcentajes. En las variables cuantitativas se calcularon las medias y así se expresaron en sus unidades naturales.

Posteriormente se efectuó un análisis bivariante con la prueba χ^2 , para detectar asociaciones de las variables de conocimientos y actitudes del test con su realización antes o después de la intervención. Se consideró estadísticamente significativo cuando $p < 0,05$.

Consideraciones éticas

El estudio se efectuó siguiendo las normas deontológicas reconocidas por la declaración de Helsinki y la normativa legal española que regula la protección de datos personales y garantía de los derechos digitales (Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre). Se pidió a los participantes su conformidad previa por escrito en un consentimiento informado, pudiendo ser revocado en cualquier momento. Todos los documentos generados durante el estudio (datos de la encuesta, pre-test, post-test, información que se pueda obtener a través de Instagram) fueron documentos confidenciales, no permitidos para personas ajenas a la investigación.

Este estudio fue aprobado por el Comité de Ética e Investigación de Euskadi, con número de informe valorable PI2019163.

Resultados

Características de los participantes

En la primera fase participaron 244 estudiantes; de estos, 12 personas no participaron en la segunda fase por no tener cuenta en Instagram. Antes del inicio de la intervención de EpS 28 participantes dejaron de seguir la cuenta en Instagram, por lo que al iniciar la intervención 204 personas seguían la cuenta. De estos, 134 personas contestan el pre-test (Tabla 1).

Tabla 1. Características de los participantes

| | | Pre-test (% de personas, nº personas) | Post-test (% de personas, nº personas) |
|--|---------------|--|---|
| Sexo | Mujer | 68,7% (92) | 66,1% (41) |
| | Hombre | 31,3% (42) | 33,9% (21) |
| Edad (años) | | Media: 16,23 [16-20] | Media: 16,38 [16-19] |
| Uso de Instagram cada día | <30 min/día: | 14,2% (19) | 9,7% (6) |
| | 30-60 min/día | 30,6% (41) | 33,9% (21) |
| | 60-90 min/día | 25,4% (34) | 24,2% (15) |
| | >90 min/día: | 29,9% (40) | 32,3% (20) |
| Uso de Instagram para buscar información para la salud | Sí | 32,1% (43) | 32,3% (20) |
| | No | 67,9% (91) | 67,7% (42) |

Al finalizar la intervención 155 personas seguían la cuenta de Instagram, de los cuales 62 contestaron al post-test.

En el pre-test un 69% de los participantes (92 personas) era mujer, frente al 31% (42) que fue hombre. En el post-test, el 66% (41) fue mujer y un 34% fue hombre (21).

La media de edad fue de 16,23 años en el pre-test y de 16,38 años en el post-test.

Al inicio de la intervención, el 55,3% (74) de los participantes refirió usar Instagram más de 60 minutos al día; 31% (41) entre 30-60 minutos/día y 14% menos de 30 minutos al día. En el post-test el 57% (35) utilizaba Instagram más de 60 minutos al día; un 34% (21) usaba entre 30-60 minutos/día y el 10% lo usaba menos de 30 minutos.

Un 32% de los participantes empleaba Instagram para buscar información sobre la salud, tanto en el pre-test como en el post-test.

Temas de salud elegidos por los adolescentes

El día en el que se acudió a los centros docentes, 244 personas decidieron participar en la investigación (10 no quisieron). Estos firmaron el consentimiento informado y contestaron al cuestionario de selección de temas.

Los tres temas más votados fueron salud mental (elegido por el 55%), sexualidad (por el 54%) y primeros auxilios (con 39%) (Tabla 2).

Tabla 2. Número de personas que votaron los diferentes temas*

| | Número de personas | % de las 244 personas |
|--|--------------------|-----------------------|
| Salud mental | 135 | 55% |
| Sexualidad | 132 | 54% |
| Primeros auxilios | 94 | 38,5% |
| Estilos de vida saludable | 92 | 37,7% |
| Alimentación | 71 | 29% |
| Me gustaría saber más sobre drogas como MDMA, heroína, éxtasis, psicodélicos, inhalantes volátiles, pastillas para dormir... | 55 | 22,5% |
| Ejercicio físico | 54 | 22,13% |
| Alcohol | 44 | 18% |
| Uso de servicios sanitarios | 22 | 9% |
| <i>Cannabis</i> | 18 | 7,37% |
| Tabaco | 9 | 3,69% |
| Fundamentos de las adicciones. ¿Cómo funcionan? | 6 | 2,46% |

*Cada persona podía elegir un máximo de tres temas

Adherencia al programa de Educación para la Salud a través de Instagram

La tasa de deserción de los participantes que abandonaron la cuenta de Instagram fue de un 24%. Cuando se les preguntó sobre la visualización del contenido un 79% afirmó haber visto lo que se encontraba y además haber buscado más contenido en el perfil de la cuenta; un 17% refirió haber visto poco y 2% no haber visto nada.

Un 41% indicó interactuar bastante o mucho con la cuenta de Instagram, mientras un 39% explicó que su interacción fue media y un 21% que interactuó poco o muy poco.

El 61% de la muestra vio todas o casi todas las publicaciones; un 27% la mitad; y un 11% vieron unas pocas; ninguna persona refirió no haber visto ninguna publicación.

Valorando los datos que aporta Instagram se observa que se realizaron 270 *stories* totales y tuvieron una media de visualizaciones de 111 cada una. En cuanto a los "me gusta" que los participantes ponían en las publicaciones, cada una tuvo una media de 23 "me gusta" en las 27 publicaciones totales que hubo (Tablas 3 y 4).

Conocimientos y actitudes antes y después de la realización del programa

Antes de la intervención, los conceptos más conocidos, en función de los aciertos del pre-test, fueron los relacionados con la masturbación (82%) y la actuación ante intoxicación etílica (78%). Los conceptos más desconocidos fueron los relacionados con conceptos básicos de las emociones (13%), la actuación ante obstrucción de la vía aérea (16%) y el uso adecuado de la píldora anticonceptiva (17%).

Tras la realización de la intervención de EpS se encontró un aumento estadísticamente significativo ($p < 0,05$) en los conocimientos relacionados con el tratamiento para el insomnio, el concepto de género, la fisiología de la erección del

Tabla 3. Media de visualización de *stories*

| | Nº de <i>stories</i> totales | Nº de visualizaciones totales de las <i>stories</i> totales | Media visualizaciones |
|-------------------|------------------------------|---|-----------------------|
| Salud Mental | 152 | 16.781 | 110 |
| Sexualidad | 61 | 7.304 | 119 |
| Primeros auxilios | 57 | 5.916 | 104 |
| Total | 270 | 30.001 | 111 |

Tabla 4. Media de "me gusta" de publicaciones

| | Nº de publicaciones totales | Nº de "me gusta" totales | Media de "me gusta" |
|-------------------|-----------------------------|--------------------------|---------------------|
| Salud Mental | 4 | 122 | 30 |
| Sexualidad | 13 | 293 | 22 |
| Primeros auxilios | 10 | 209 | 21 |
| Total | 27 | 624 | 23 |

pene, la protección frente a las enfermedades de transmisión sexual por los anticonceptivos y con la actuación ante la obstrucción de la vía aérea.

Respecto al resto de conceptos, no hubo una diferencia estadísticamente significativa, se observaron un aumento en el porcentaje de aciertos en el post-test en otros siete conceptos y en otros tres conceptos hubo una disminución (Tabla 5).

Tabla 5. Personas que acertaron los test de conocimientos y actitudes

| | Número de personas que acertaron test 1 | Número de personas que acertaron test 2 | Valor p |
|---|---|---|---------|
| Preguntas salud mental | | | |
| Tratamiento para el insomnio | 47% (63) | 75,8% (47) | 0,000 |
| Frecuencia de enfermedades de salud mental | 32,1% (43) | 27,4% (17) | 0,313 |
| Fundamento de actuación ante ataque de ansiedad | 61,9% (83) | 72,6% (45) | 0,097 |
| Conceptos básicos sobre las emociones | 13,4% (18) | 19,4% (12) | 0,194 |
| Concepto de asertividad | 43,3% (58) | 40,3% (25) | 0,408 |
| Preguntas sobre primeros auxilios | | | |
| Actuación ante persona con intoxicación etílica | 78,4% (105) | 75,8% (47) | 0,411 |
| Actuación ante persona inconsciente | 57,5% (77) | 64,5% (40) | 0,218 |
| Actuación ante obstrucción de la vía aérea | 16,4% (22) | 56,5% (35) | 0,000 |
| Cura de heridas | 50,0% (67) | 51,6% (32) | 0,478 |
| Actuación evitar hidroccción | 50,7% (68) | 58,1% (36) | 0,212 |

Tabla 5. Personas que acertaron los test de conocimientos y actitudes (*continuación*)

| | Número de personas que acertaron test 1 | Número de personas que acertaron test 2 | Valor p |
|--|---|---|---------|
| Preguntas sobre sexualidad | | | |
| Fisiología de la erección del pene | 48,5% (65) | 83,9% (52) | 0,000 |
| Anticonceptivos que protegen de enfermedades de transmisión sexual | 59,7% (80) | 75,8% (47) | 0,020 |
| Uso adecuado de la píldora anticonceptiva | 17,2% (23) | 14,5% (9) | 0,404 |
| Concepto de género | 32,8% (44) | 53,2% (33) | 0,005 |
| Concepto de masturbación | 82,1% (110) | 88,7% (55) | 0,166 |
| Concepto de ciclo menstrual | 33,6% (45) | 33,9% (21) | 0,546 |

Opinión y satisfacción con el programa

Al acabar la intervención de EpS un 69% (43 personas) refirió que Instagram podía ser buena herramienta para promocionar la salud, frente al 27% (17) que estaba indeciso y un 3% (2) que estaba en desacuerdo.

Un 61% (38) de los participantes indicó que habían mejorado mucho o bastante sus conocimientos tras la intervención.

En la pregunta sobre la satisfacción global del programa en una escala del 1 al 10 la media de respuesta fue de un 7,48 (Tabla 6).

Tabla 6. Respuestas a la encuesta de satisfacción

| | |
|---|---|
| ¿Crees que Instagram puede ser una buena herramienta para promocionar la salud? | <ul style="list-style-type: none"> • De acuerdo: 69,4% (43) • Indeciso: 27,4% (17) • En desacuerdo: 3,2% (2) |
| ¿Crees que han mejorado tus conocimientos y actitudes sobre los temas que elegiste? | <ul style="list-style-type: none"> • Mucho: 12,9% (8) • Bastante: 48,4% (30) • Regular: 30,6% (19) • Poco: 8,1% (5) • Muy poco o nada: 0 |
| ¿Cuánto tiempo te has dedicado a mirar la cuenta? | <ul style="list-style-type: none"> • Además, he entrado en la cuenta para ver más contenidos: 17,7% (11) • He visto las <i>stories</i> y las publicaciones que me encontraba: 61,3% (38) • He visto algo, pero poco, la verdad... 19,4% (12) • No he visto nada: 1,6% (1) |
| ¿Has interactuado con la cuenta? | <ul style="list-style-type: none"> • Mucho: 9,7% (6) • Bastante: 30,6% (19) • Regular: 38,7% (24) • Poco: 11,3% (7) • Muy poco (o nada): 9,7% (6) • Sí, todas: 19,4% (12) |
| ¿Has visto las publicaciones? | <ul style="list-style-type: none"> • Casi todas: 41,9% (26) • La mitad, más o menos: 27,4% (17) • Unas pocas: 11,3% (7) • Ninguna: 0 |
| Satisfacción global del programa (del 1 al 10): 7,483 de media [3-10] | |

Discusión

Este estudio muestra que los adolescentes prefirieron recibir educación sobre salud mental, sexualidad y primeros auxilios antes que sobre temas como alcohol y drogas, que suelen ser los que más se abordan habitualmente con ellos.

Los resultados del estudio muestran que Instagram puede ser una buena herramienta para mejorar los conocimientos en la población adolescente a corto plazo, ya que un 61,3% de la muestra contestó que creían que sus conocimientos habían mejorado mucho o bastante después de la intervención. Este resultado viene acorde al obtenido en otros trabajos en los que se han utilizado otras redes sociales como Facebook (7,10,16).

También el aumento de los conocimientos fue estadísticamente significativo en los temas de tratamiento para el insomnio, el concepto de género, la fisiología de la erección del pene, los anticonceptivos que protegen frente a las enfermedades de transmisión sexual y en la actuación de la obstrucción de la vía aérea. Otros estudios con tamaños muestrales mayores muestran, también, un aumento significativo en el aumento de los conocimientos a corto plazo con intervenciones de EpS a través de redes sociales (12-14).

La satisfacción con el programa general ha sido alta, lo que demuestra que a la gran mayoría les ha gustado esta nueva manera de aprender. Añadir que esta gran mayoría de participantes opina que Instagram puede ser una buena herramienta para promocionar la salud. La buena acogida de las redes sociales como herramientas de Educación para la Salud es también resultado de estudios con intervenciones similares (17,18).

Un 24% de los participantes abandonó el seguimiento del programa, lo que concuerda con lo que se ha visto en otros estudios similares, donde la tasa variaba desde un 0% hasta un 84% (13,16).

Este estudio cuenta con varias limitaciones. En primer lugar, para el diseño y puesta en marcha de esta investigación se encuentra la limitación principal de que cuatro de las investigadoras eran novelas, con la única experiencia de haber realizado proyectos de investigación durante el trabajo de fin de grado. Para paliar esta limitación, se contó con formación teórica en investigación durante la formación de grado y residencia de la especialidad de Enfermería familiar y comunitaria, así como la guía del investigador colaborador con experiencia en investigación. Además, ninguna de las investigadoras tenía formación específica en técnicas de comunicación en redes sociales, lo que puede haber condicionado la eficacia de la intervención y la capacidad de adherir a los participantes al programa.

El tiempo ha sido otra de las limitaciones más importantes del estudio, ya que se contó con un año para llevar a cabo la investigación completa, en función del plan formativo de la especialidad de Enfermería familiar y comunitaria. Por ello, únicamente se evaluó el cambio de conocimientos y actitudes a corto plazo, por lo que no se conoce si el aprendizaje se produce a largo plazo.

Respecto a la evaluación de conocimientos y actitudes se realizó mediante un cuestionario *ad hoc*, que puede que no mida adecuadamente el cambio en estos. Debido a las limitaciones de tiempo y alcance, la muestra fue obtenida por conveniencia en cinco centros de las zonas básicas de salud en las que trabajaban las investigadoras. De este modo, es posible que la muestra no represente a grupos poblacionales con características concretas.

Asimismo, el acceso a la muestra se efectúa mediante presencia en el aula del instituto, en lugar de mediante la acudida voluntaria de esta, por lo que la motivación de los participantes pudo no ser muy elevada.

Al igual que otros autores, se creen necesarias nuevas investigaciones que realicen una intervención a largo plazo y con una muestra más amplia de la población (1,6,9,13). En vista de las limitaciones de este estudio, para próximas investigaciones es necesario la obtención de una muestra más amplia, obtenida mediante un método que garantice una mayor representatividad de los adolescentes. Así mismo, también es preciso generar evidencia acerca de los cambios en conocimientos y actitudes a largo plazo.

Con el fin de conocer el verdadero alcance de las redes sociales como herramienta de Educación para la Salud sería interesante que en futuras investigaciones las investigadoras se hayan formado previamente en técnicas de comunicación.

Conclusión

La utilización de redes sociales como Instagram para dar Educación para la Salud en la población adolescente puede ser efectiva a corto plazo, además de ser bien aceptada por los adolescentes, por lo tanto es recomendable usarla en futuras intervenciones con este grupo poblacional.

Financiación

Ninguna.

Conflicto de intereses

Ninguno.

Bibliografía

- [1] Kaur Reen G, Muirhead L, Langdon DW. Usability of Health Information Websites Designed for Adolescents: Systematic Review, Neurodevelopmental Model, and Design Brief. *J Med Internet Res*. 2019; 21(4):1-21. Doi: <http://doi.org/10.2196/11584>
- [2] Aragão JMN, Gubert FA, Torres RAM, Silva ASR, Vieira NFC. The use of Facebook in health education: perceptions of adolescent students. *Rev Bras Enferm*. 2018; 71(2):265-71. Doi: <http://dx.doi.org/10.1590/0034-7167-2016-0604>
- [3] Park BK, Nahm ES, Rogers VE. Development of a Teen-Friendly Health Education Program on Facebook: Lessons Learned. *J Pediatr Health Care*. 2015; 30(3):197-207. Doi: <http://doi.org/10.1016/j.pedhc.2015.06.011>
- [4] Hernán García M. Internet, infancia y adolescencia: narrativas desde el modelo de activos para la salud [tesis doctoral]. Sevilla: Universidad de Sevilla, Universidad de Jaén, Escuela Andaluza de Salud Pública; 2018.
- [5] IAB Spain, Elogia. Estudio anual de redes sociales 2018 [internet]. Online IAB.spain: Elogia; 2018. [citado 15 feb 2021]. Disponible en: <https://iabspain.es/estudio/estudio-anual-de-redes-sociales-2018/>
- [6] Indicadores de juventud 2017. Panorámica de la juventud de Euskadi [internet]. Euskadi: Gazteakera. Portal de juventud de Euskadi; 2019c. [citado 15 feb 2021]. Disponible en: http://www.gazteakera.euskadi.eus/estatistikak/PXWeb/pxweb/es/castellano/-/px4220_c.px/table/tableViewLayout1/?rxid=6958a1ab-0c33-4943-b25c-32807825e609
- [7] Nour M; Yeung SH, Partridge S, Farinelli MA. A Narrative Review of Social Media and Game-Based Nutrition Interventions Targeted at Young Adults. *J Acad Nutr Diet*. 2017; 117(5):735-52. Doi: <http://doi.org/10.1016/j.jand.2016.12.014>
- [8] Castro Morales FR, Hernández Valtierra SM. El impacto de las redes sociales en el aprendizaje y formación educacional de los jóvenes. Caso de intervención psicológica en el área educativa. *Revista de Estudios Clínicos e Investigación Psicológica* 2019 [citado 15 feb 2021]; 9(17):72-82. Disponible en: https://issuu.com/revistacecip/docs/vol_9__no_17__enero-junio_2019
- [9] Cookingham LM, Ryan GL. The Impact of Social Media on the Sexual and Social Wellness of Adolescents. *J Pediatr Adolesc Gynecol*. 2015; 28:2-5. Doi: <http://doi.org/10.1016/j.jpag.2014.03.001>
- [10] Michelle SH, Rouf A, Allman-Farinelli M. Effectiveness and Behavioral Mechanisms of Social Media Interventions for Positive Nutrition Behaviors in Adolescents: A Systematic Review. *J Adolesc Health* 2018; 63:531-45. Doi: <http://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2018.06.009>
- [11] Yonker LM, Zan S, Scirica CV, Jethwani K, Kinane TB. "Friending" Teens: Systematic Review of Social Media in Adolescent and Young Adult Health Care. *J Med Internet Res*. 2015; 17(1):1-15. Doi: <http://doi.org/10.2196/jmir.3692>
- [12] Napolitano MA, Hayes S, Bennett GG, Ives AK, Foster GD. Using Facebook and Text Messaging to Deliver a Weight Loss Program to College Students. *Obesity*. 2013; 21(1):25-31. Doi: <http://doi.org/10.1002/oby.20232>
- [13] Bull SS, Levine DK, Black SR, Schmiege SJ, Santelli J. Social media-delivered sexual health intervention: a cluster randomized controlled trial. *Am J Prev Med*. 2012; 43(5):467-74. Doi: <http://doi.org/10.1016/j.amepre.2012.07.022>
- [14] Litt DM, Stock ML. Adolescent alcohol-related risk cognitions: The roles of social norms and social networking sites. *American Psychological Association*. 2011; 25(4):708-13. Doi: <http://doi.org/10.1037/a0024226>
- [15] Park E, Kwon M. Health-Related Internet Use by Children and Adolescents: Systematic Review. *J Med Internet Res*. 2018; 20(4). Doi: <http://doi.org/10.2196/jmir.7731>
- [16] Maher CA, Lewis LK, Ferrar K, Marshall S, De Bourdeaudhuij I, Vandelanotte C. Are Health Behavior Change Interventions That Use Online Social Networks Effective? A Systematic Review. *J Med Internet Res* 2014; 16(2):e40. Doi: <http://doi.org/10.2196/jmir.2952>
- [17] Aragão JMN, Gubert FA, Torres RAM, Silva ASR, Vieira NFC. The use of Facebook in health education: perceptions of adolescent students. *Rev Bras Enferm* 2018; 71(2):265-71. Doi: <http://dx.doi.org/10.1590/0034-7167-2016-0604>
- [18] Gauthier T, Bratberg J, Loi K, V DiVall M. Delivery of educational content via Instagram. *Med. Educ*. 2016; 50:575-6. Doi: <http://doi.org/10.1111/medu.13009>