

## ENCUESTA: UTILIZACIÓN DE RECURSOS ONLINE POR MÉDICOS IBEROAMERICANOS

### SURVEY ON HOW ONLINE RESOURCES ARE USED BY IBEROAMERICAN DOCTORS

DRA. MARISA MAIOCCHI\*

\* Médica, Coach ontológico y Periodista médico

Gestión de Contenidos Sociedad Argentina de Nutrición y Sociedad Argentina de Diabetes.

Docente de la Carrera de Medicina Familiar de la Universidad Maimónides (Área informática).

Correspondencia: [marisamaiocchi@fibertel.com.ar](mailto:marisamaiocchi@fibertel.com.ar)

#### RESUMEN

**Introducción.** El desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación sorprendió a todos los profesionales médicos. Ninguno recibió durante su formación herramientas o recursos para gestionar el farrago informativo que recibe, su actualización continuada y los cambios que se produjeron respecto del ejercicio profesional en general y del vínculo con los pacientes en particular.

**Objetivos.** Este trabajo se elaboró para caracterizar a una población de médicos de habla hispana respecto del uso de estas nuevas tecnologías, y averiguar cuál específicamente es el uso que hacen de los beneficios que ofrece Internet hoy.

**Materiales y métodos.** Se realizó una encuesta en línea y se invitó a participar a una población de profesionales de Latinoamérica y de España.

**Resultados.** Respondieron la encuesta un total de 164 médicos. El 56% de los encuestados declaró usar la "web" todos los días. Este porcentaje fue del 61% para el uso no profesional. Los productos más utilizados por los profesionales fueron PubMed© (58%) y Facebook© (57%). El 8% informó jugar online y el 0% declaró utilizar marcadores sociales profesionales. El 94% dijo desconocer los metabuscadores y los buscadores semánticos. Un 90,24% manifestó no haber utilizado nunca herramientas *online* para promocionar su trabajo. Además, el 83% de los profesionales manifestó desconocer lo que es un lector de RSS; el 70% dijo que no participa en redes sociales profesionales y el 61% informó que no aporta sus opiniones en foros de discusión virtuales.

**Conclusiones.** En la población de médicos estudiada, se encontró una muy importante sub-utilización de recursos informáticos, principalmente por desconocimiento.

**Palabras clave:** Internet, médicos, recursos, buscadores, lectores, foros, blogs, marcadores sociales, pacientes, redes sociales.

English

Português

#### SURVEY ON HOW ONLINE RESOURCES ARE USED BY IBEROAMERICAN DOCTORS

##### SUMMARY

**Introduction:** The development of new information and communication technologies has been a surprise for health professionals. During their years of study none of them received any tool or resource that let them manage all the information they now receive, its continuous actualization and the changes that have been taking

#### PESQUISA: UTILIZAÇÃO DE RECURSOS ON-LINE POR MÉDICOS IBERO-AMERICANOS

##### RESUMO

**Introdução.** O desenvolvimento de novas tecnologias da informação e comunicação surpreendeu a todos os profissionais médicos. Nenhum recebeu durante a sua formação ferramentas ou recursos para administrar o caos informativo que recebe, a sua atualização contínua e as mudanças que ocorreram em relação ao exercício

place regarding professional practice in general and the bond with their patients in particular.

**Objectives:** The aim of this work was to characterize a population of Spanish-speaking doctors according to their use of these new technologies, and to find out how they take advantage of the benefits of the Internet.

**Materials and methods:** A population of Latin American and Spanish professionals was invited to complete an online survey.

**Results:** A total of 164 doctors completed the online survey. Fifty six said they used the Internet on a daily basis. This percentage ascended to 61% for non-professional uses of the Web. The most used products among professionals were PubMed© (58%) and Facebook© (57%). Eight percent of professionals said they played online games and none used professional social bookmarks. Ninety four percent admitted not knowing what metasearch engines and semantic search engines are. Also, 90.24% said they never used the Internet to promote their jobs; 83% did not know what RSS feeds are; 70% said they do not participate in any social network, and 61% had never participated in any online forum.

**Conclusions:** A very important sub-utilization of informatics resources was found in the analyzed population of health professionals, mainly due to ignorance.

**Key words:** Internet, doctors, resources, search engines, forums, feeds, blogs, social bookmarks, patients, social networks.

profissional em geral e ao vinculo com os pacientes em específico.

**Objetivos.** Este trabalho foi elaborado para caracterizar uma população de médicos de língua hispânica em relação ao uso destas novas tecnologias, e averiguar qual especificamente é o uso que fazem dos benefícios que a Internet oferece hoje em dia.

**Materiais e métodos.** Foi realizada uma pesquisa on-line e foi convidada a participar uma população de profissionais da América Latina e da Espanha.

**Resultados.** Responderam a pesquisa 164 médicos. Cinquenta e seis por cento dos entrevistados declaram usar a "web" todos os dias. Esta porcentagem foi de sessenta e um por cento para o uso não profissional. Os produtos mais utilizados pelos profissionais foram PubMed© (58%) e Facebook© (57%).

8% informou jogar on-line e 0% declarou utilizar marcadores sociais profissionais. 94% disse desconhecer os metabuscadores e os buscadores semânticos. 90,24% manifestou nunca haver utilizado ferramentas on-line para divulgar o seu trabalho. Além disso, 83% dos profissionais manifestou desconhecer o que é um leitor de RSS; e 70% disse que não participa de redes sociais profissionais e 61% informou que não contribui com suas opiniões em foros de discussão virtuais.

**Conclusões.** Na população de médicos estudada, foi encontrada uma importantíssima subutilização de recursos informáticos, principalmente por desconhecimento.

**Palavras-chave:** Internet, médicos, recursos, buscadores, leitores, foros, blogs, marcadores sociais, pacientes, redes sociais

## Introducción

El uso de Internet ha crecido en todo el mundo en forma sostenida durante la última década. Actualmente, más de 2000 millones de usuarios tienen acceso a Internet.<sup>1</sup> Si bien en América Latina la cantidad de usuarios se ha incrementado en forma sustancial, el porcentaje de penetración en esta región aún es bajo (36%).<sup>1</sup> De acuerdo con datos publicados por comScore Media Metrix<sup>2</sup>, empresa dedicada a mediciones específicas de negocios en Internet, los visitantes de las redes sociales en América Latina han crecido entre junio de 2010 y junio de 2011 de 98 millones a casi 115 millones de usuarios. Se consultó a la empresa comScore en Argentina quien informó que no tiene sus bases de datos segmentadas por nivel socioeconómico ni por profesión, sino solo por lugares de trabajo y hogares. Asimismo, informó que el uso en ordenadores públicos (*cibers*) también está excluido de las estadísticas que esta empresa ofrece.

El desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación sorprendió a todos los profesionales médicos. Ninguno recibió durante su formación herramientas o recursos para gestionar el farrago informativo que recibe, su actualización continuada y los cambios que se produjeron respecto del ejercicio profesional en general y del vínculo con los pacientes en particular. Cada médico se ha manejado como ha podido con estas herramientas. Hoy en día existen miles de recursos, muchos de ellos gratuitos, que los médicos pueden aprovechar para su actualización continuada, para ahorrar tiempo y esfuerzo, para promocionar su actividad profesional, para mejorar su comunicación y para compartir información con colegas, alumnos y pacientes. En este sentido, no se han encontrado estadísticas sobre el uso de Internet por la comunidad médica de habla hispana.

**Objetivos**

Este trabajo se elaboró para caracterizar a una población de médicos de habla hispana respecto del uso de estas nuevas tecnologías, y averiguar cuál específicamente es el uso que hacen de los beneficios que ofrece Internet hoy.

**Materiales y métodos**

Se realizó una encuesta en línea, anónima, con 25 preguntas (cerradas y abiertas) y se invitó a participar a una población de profesionales de Latinoamérica y de España (Ver copia del formulario en Anexo 1). Se utilizó el servicio de Kwik Surveys© para realizar la encuesta en línea y los datos fueron volcados en una planilla Excel© para tabular y analizar los datos recolectados.

**Resultados**

Respondieron la encuesta un total de 164 médicos, con una media de edad de 52.5 años (Promedio de edad 51 años – Rango: 25 - 73), de diferentes países de residencia (Ver Gráfico 1).

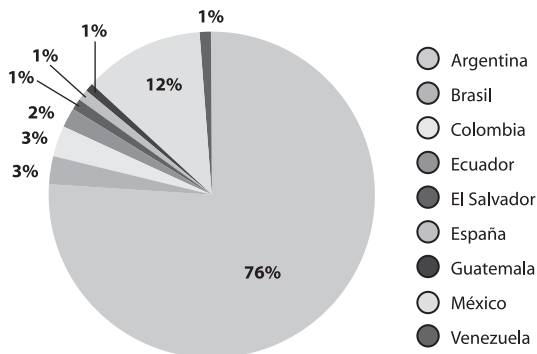
Respecto de su actividad laboral, el 31% informó tra-

bajar en institución pública + consultorio particular; el 17% solamente en institución privada y el 13% declaró trabajar en institución pública + institución privada + consultorio particular (Ver Gráfico 2).

El 76% de los encuestados declaró que la tecnología cambió su forma de ejercer la profesión, principalmente para su actualización continuada, la realización de cursos a distancia, el almacenamiento de información, y la comunicación con colegas y pacientes. Los servicios de correo utilizados fueron: Hotmail y GMail (26.61% cada uno), Yahoo (23.85%) y Otro (22.94%). Los navegadores preferidos por los profesionales fueron: Internet Explorer (46,34%), Chrome (30,49%), Mozilla Firefox (21,95%) y Otro (1,22%).

Respecto de la frecuencia de uso Profesional de Internet, el 56% de los encuestados declaró usar la "web" todos los días. Este porcentaje fue del 61% para el uso no profesional (Ver Gráficos 3 y 4). Los productos más utilizados por los profesionales fueron PubMed (58%) y Facebook (57%). El 8% informó jugar online y el 0% declaró utilizar marcadores sociales profesionales (Ver Gráfico 5).

GRÁFICO 1  
Países de residencia de los profesionales encuestados



Nota: Los profesionales encuestados que viven en Brasil hablan español.

GRÁFICO 2  
Actividad laboral de los médicos encuestados

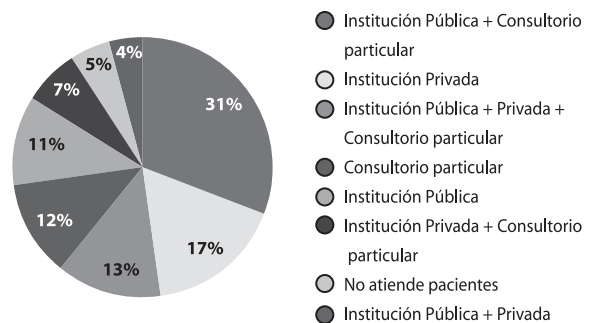


GRÁFICO 3  
Frecuencia de uso profesional de Internet

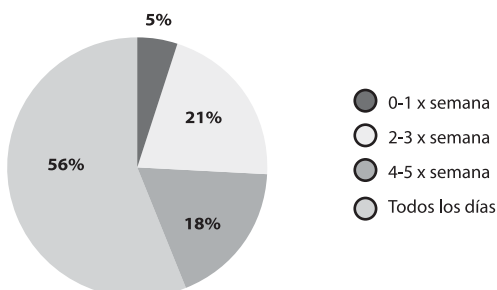


GRÁFICO 4  
Frecuencia de uso NO profesional de Internet

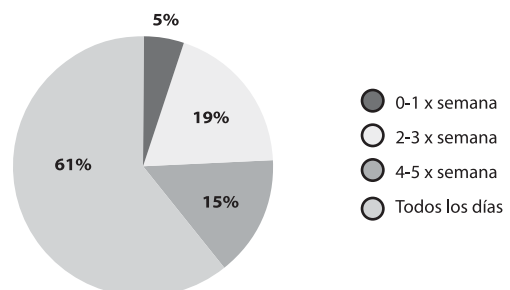
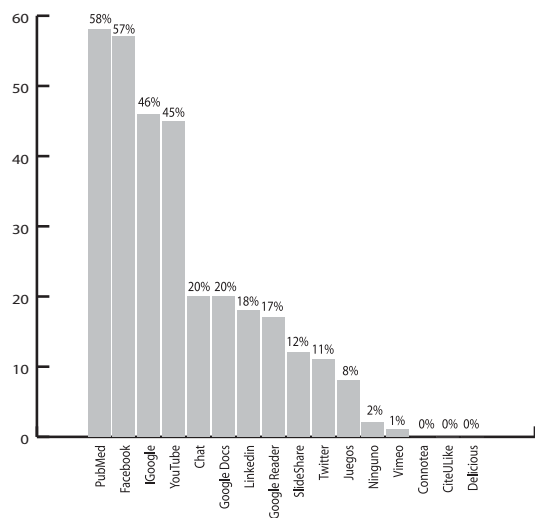
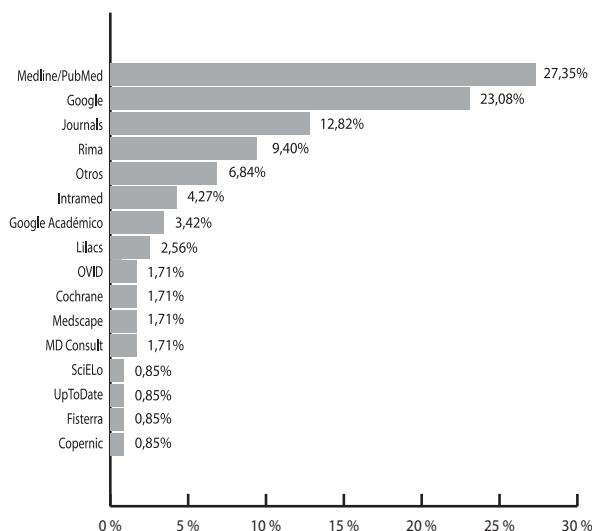


GRÁFICO 5  
**Diferentes Servicios utilizados por los profesionales encuestados**



**Nota:** El tercer lugar lo ocupó iGoogle, un lector de RSS. Se estima que los encuestados interpretaron que se trataba del popular buscador ya que el 83% informó desconocer los lectores de RSS.

GRÁFICO 6  
**Buscadores utilizados por los profesionales encuestados**



El 95% de los encuestados respondió que realiza búsquedas de información profesional a través de Internet. Las herramientas que utilizan para realizar estas búsquedas son Medline®/PubMed®: 27,35% seguido por Google (23%) y por Revistas científicas en forma individual (una por una) en el 12,82% de los casos (Ver Gráfico 6). El 94% de los encuestados informó desconocer lo que son los metabuscadores y el 6% que informó conocerlos no fue capaz de nombrar ninguno (mencionaron

buscadores comunes – Ver Tabla 1). Asimismo, el 94% desconoce los buscadores semánticos y el 6% que informó utilizarlos fue incapaz de nombrarlos (mencionaron solo buscadores comunes – Ver Tabla 1). Además, el 83% de los profesionales manifestó desconocer lo que es un lector de RSS (*Really Simple Syndication*); el 70% dijo que no participa en redes sociales profesionales y el 61% informó que no aporta sus opiniones en foros de discusión virtuales (Ver Tabla 1).

TABLA 1  
**Preguntas cerradas de tipo SI-NO incluidas en la encuesta, vinculadas específicamente con el uso de recursos online**

PREGUNTA	SI	NO
¿Solicita a sus pacientes una dirección de mail para contactarlos?	52,44%	47,56%
¿Conoce algunos sitios web confiables para recomendar a sus pacientes?	60,98%	39,02%
¿La tecnología ha cambiado en alguna medida su forma de ejercer la profesión?	75,81%	24,39%
¿Tiene un blog?	2,44%	97,56%
¿Sabe qué es un lector de RSS y los beneficios que ofrece para su actualización profesional continuada?	17,07%	82,93%
¿Participa en redes sociales profesionales?	30,49%*	69,51%
¿Aporta su opinión en foros de discusión con colegas?	39,02%	60,98%
¿Realiza búsquedas de información científica en internet?	95,12%	4,88%
¿Utiliza metabuscadores?	6,33%**	93,67%
¿Utiliza buscadores semánticos?	6,25%***	93,75%
¿Ha utilizado o utiliza Internet para promoción y marketing profesional?	9,76%	90,24%
¿Ha realizado cursos a distancia?	64,63%****	35,37%

\* Mencionaron: RedAlad, Intramed, Rediris, SAD (SOC. DE DIABETES), SAEM (SOC. DE ENDOCRINOLOGÍA), FASEM - ADEPA (ENDOCR: PEDIÁTRICA), LinkedIn, FACEBOOK, NEphrol, bioetica, gestión en salud, cuidados paliativos, FAC.

\*\* Mencionaron: Copernio, Google, Yahoo, PubMed, Cochrane y RIMA:

\*\*\* Mencionaron: Oxford Database, Google, Wikipedia.

\*\*\*\* Su experiencia respecto del e-learning fue una pregunta abierta que respondieron los 164 profesionales. La cantidad de respuestas impide su publicación completa en este espacio.

El 52% de los encuestados declaró solicitar una dirección de correo electrónico a sus pacientes para comunicarse eventualmente con ellos. El 61% informó que recomienda sitios web a sus pacientes. El 0,2% declaró tener un blog como vía de expresión y comunicación con sus pacientes. El 65% menciona haber realizado uno o más cursos a distancia a través de Internet y las experiencias en estos casos han sido en general muy positivas (Ver Tabla 1).

Un 90,24% manifestó no haber utilizado nunca herramientas *online* para promocionar su trabajo –marketing profesional (8 manifestaron tener un sitio web; 4 han utilizado redes sociales con esta finalidad; 2 dijeron haber incluido sus datos en directorios médicos; 2 refieren haber utilizado con esta finalidad el correo electrónico).

Sobre su sentir respecto de Internet en general fue positivo en la gran mayoría de los casos. Sin embargo, un 6% informó que es una asignatura pendiente, el 3% señala que, excepto por los mails, Internet no le aporta nada, y el 1% indicó "La tecnología no es para mí" (Ver Gráfico 7).

### Discusión y Comentarios

Si bien el porcentaje de profesionales que utilizan Internet a diario es importante para uso profesional (56%), la gran mayoría desconoce los beneficios que puede obtener con la utilización de algunas herramientas actualmente disponibles en forma gratuita. Tal es el caso, por ejemplo, de los metabuscadores que con realizar una sola búsqueda sencilla muestran en diferentes solapas los resultados obtenidos en varios buscadores comunes a la vez, con el consiguiente ahorro

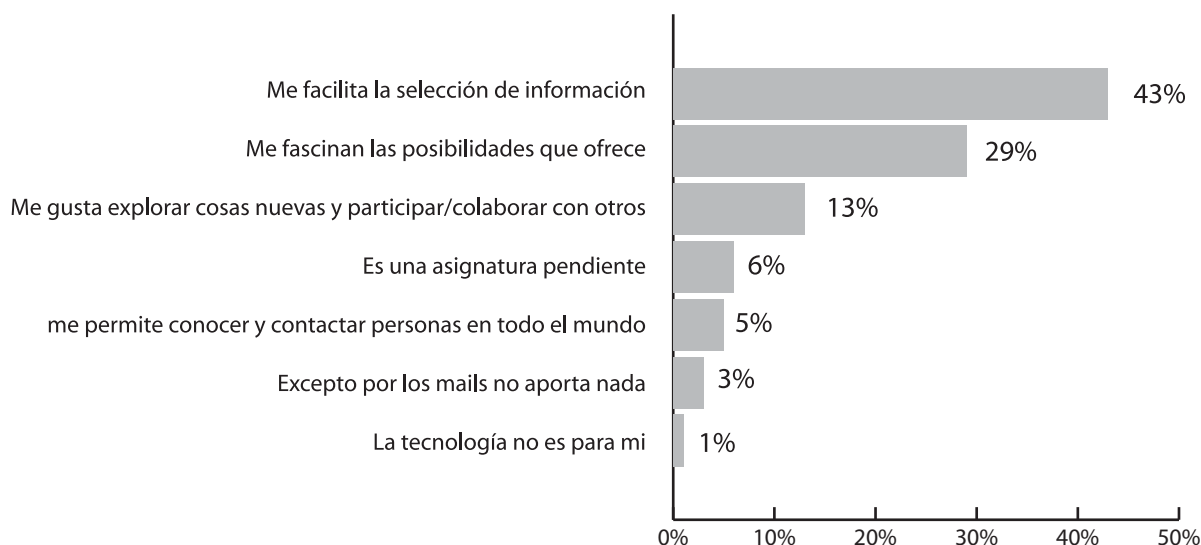
de tiempo. También llama la atención el desconocimiento absoluto de los buscadores semánticos, los rastreadores de información más "inteligentes" desarrollados hasta ahora, en los que se puede insertar una frase o una pregunta en la caja de búsqueda y no solo palabras clave. Como nota al margen, llamó la atención que algunos profesionales dijieran conocer metabuscadores y buscadores semánticos y fueran incapaces de nombrarlos. Tal vez, se podría especular, ¿se deba a la necesidad de estos profesionales de ofrecer siempre una respuesta aun desconociendo de qué se está hablando?

También llamó poderosamente la atención que en una población con una importante carga laboral como la que se estudió, los profesionales pierdan literalmente su valioso tiempo ingresando una y otra vez a las mismas revistas científicas para su actualización continuada en vez de utilizar un lector de RSS y poder ver los índices de sus revistas favoritas en una sola página con solo abrir su lector. La configuración de estas herramientas es relativamente sencilla y ofrece un beneficio importantísimo para obtener información fresca en forma prácticamente instantánea, es decir, ni bien se publica. La creación de los canales RSS implicó un cambio de paradigma relevante para los usuarios en general y para los médicos en particular. Antes era moneda corriente visitar una y otra vez los mismos sitios para encontrar eventualmente novedades científicas. Ahora, los canales RSS hacen que esa información llegue a los profesionales con un solo clic. Por lo tanto, el ahorro de tiempo y de esfuerzo para aquellos que los utilizan es enorme.

Otro dato muy llamativo es que ninguno de los médi-

GRÁFICO 7

Sentimientos respecto de Internet en la población encuestada



cos de la muestra utilice marcadores sociales profesionales para organizar y difundir contenidos, más allá de Facebook o Twitter, este último en mucha menor medida. Marcadores como Connotea, CiteULike y Delicious, por nombrar solo tres del amplio espectro que existen, son muy usados por profesionales de países desarrollados. *Revistas como New England Journal of Medicine* ([www.nejm.org](http://www.nejm.org)), *Diabetes* ([www.diabetes.org](http://www.diabetes.org)) y *Diabetes Care* (<http://care.diabetesjournals.org>), *Nutrition Journal* ([www.nutritionj.com](http://www.nutritionj.com) – Ver Figura 1), *The American Journal of Medicine* ([www.amjmed.com](http://www.amjmed.com)), *The Lancet* ([www.thelancet.com](http://www.thelancet.com)), entre otras muchas, ofrecen estos marcadores a sus usuarios en cada resumen y artículo completo que publican en sus versiones digitales de las revistas. Estos marcadores permiten además realizar búsquedas para que el usuario sepa cuáles son los trabajos científicos más comentados. Algunos permiten además que los usuarios apunten sus propios comentarios en los trabajos. Como estos datos quedan "online", cada profesional puede acceder a sus archivos y comentarios guardados cuando lo desee y desde cualquier ordenador, evitando sobrecargar de información su propio disco, con el consiguiente ahorro de espacio de almacenamiento. Estas herramientas además ofrecen al usuario varias alternativas o niveles de privacidad de tal forma que cada uno puede compartir los trabajos que desea y reservar para sí otros.

Los profesionales encuestados asimismo están desaprovechando posibilidades muy ricas para mejorar la comunicación con sus colegas, alumnos y pacientes, y para promocionar su trabajo. El hecho de que solo un poco más de la mitad solicite una dirección de correo electrónico a sus enfermos, que solamente el 0,2% tenga un blog, que solo 8 profesionales posean un sitio web, que el 70% no participe en redes sociales

profesionales y que más del 60% no participe en foros de discusión, habla a las claras del profundo desconocimiento de las ventajas de estas herramientas. Ninguno de los encuestados mencionó redes profesionales y de expertos como *ResearchGate* o *BioMedExperts*, por ejemplo, que podrían utilizar para la difusión de sus investigaciones y artículos publicados, armar una red de contactos con colegas de todo el mundo que se dedican a su misma especialidad o subespecialidad, integrar grupos de discusión, etc.

Respecto de los sentimientos y creencias de la población estudiada, la gran mayoría opina en forma favorable sobre Internet y las posibilidades que ofrece. Un 4% de los profesionales se están autoexcluyendo respecto del uso de nuevas tecnologías para su crecimiento y desarrollo profesional, dado que sienten que Internet no les aporta nada, excepto por el correo electrónico (3%) y que la tecnología no es para ellos (1%). Estos porcentajes son afortunadamente bajos.

**Limitaciones.** Dado que la encuesta fue realizada en línea y las invitaciones fueron enviadas por correo electrónico, la muestra solo incluyó profesionales que utilizan estos servicios, hecho que implica un sesgo. Por este motivo, es lícito suponer que la inclusión de los que no usan siquiera el correo electrónico, empeoraría aun más el panorama descrito.

### Conclusiones

En la población de médicos estudiada, se encontró una muy importante y preocupante sub-utilización de recursos informáticos, principalmente por desconocimiento. Los profesionales de habla hispana están perdiendo oportunidades para promocionar su trabajo y su producción científica, oportunidades para comunicarse mejor con otros profesionales, con sus alumnos y con sus pacientes, oportunidades para enriquecer su práctica clínica. Estos resultados representan un llamado de alerta para las Universidades y las agrupaciones de profesionales, las que podrían incorporar las herramientas y recursos mencionados en sus currículas académicas de estudio, a fin de posibilitar la inclusión de los médicos que están formando profesionalmente en el escenario actual y disminuir la brecha digital entre los profesionales de habla hispana y otros profesionales de países más desarrollados.

### Conflicto de interés

La autora de este trabajo declara ser propietaria y autora del curso a distancia "Internet para Médicos" alojado en el portal Planeta Doctor ([www.planetadoctor.com.ar](http://www.planetadoctor.com.ar)) también de su creación, propietaria del blog del mismo nombre ([www.planetadoctor.com](http://www.planetadoctor.com)) y del sitio *Medical Coaching* ([www.medicalcoaching.com.ar](http://www.medicalcoaching.com.ar)).

FIGURA 1  
Marcadores sociales que ofrece *Nutrition Journal* en cada resumen en línea



**Referencias bibliográficas**

- 1- Estadísticas Mundiales de Internet (Usuarios del Internet y Población por Países y Regiones) Disponible en: [www.exitoexportador.com/stats.htm](http://www.exitoexportador.com/stats.htm) (04-02-2012)
- 2- comScore Media Metrix- Prensa y Eventos – El Crecimiento de las Redes Sociales en América Latina. Disponible en: [www.comscore.com/esl/Press\\_Events/Presentations\\_Whitepapers/2011/El\\_Crecimiento\\_de\\_Red\\_Sociales\\_en\\_America\\_Latina](http://www.comscore.com/esl/Press_Events/Presentations_Whitepapers/2011/El_Crecimiento_de_Red_Sociales_en_America_Latina)

**ANEXO 1 – Transcripción del formulario online de la encuesta****ENCUESTA IBEROAMERICANA PARA MÉDICOS  
SOBRE EL USO DE INTERNET**

Esta encuesta es anónima y le llevará menos de 3 minutos responderla. Desde ya, muchas gracias por su colaboración.

**\* País de residencia**

**\* Edad**

**\* Trabajo en:** (marque una o más opciones)

Atención institución pública.

Atención institución privada.

Atención en consultorio particular.

Actualmente no atiende pacientes.

**\*¿Posee un smartphone? SI - NO**

**\*¿Qué servicio de correo electrónico utiliza?**

Hotmail

Yahoo

GMail

Otro

**\*¿Cuál es su navegador favorito?**

Internet Explorer

Chrome

Mozilla Firefox

Otro

**\*¿Solicita a sus pacientes una dirección de mail para contactarlos?**

SI – NO

**\*¿Conoce algunos sitios web confiables para recomendar a sus pacientes?**

SI – NO

**\*¿La tecnología ha cambiado en alguna medida su forma de ejercer la profesión?**

SI – NO

Si respondió SI a la pregunta anterior, ¿de qué manera?

**\*¿Tiene un blog?**

SI – NO

**\*¿Sabe qué es un lector de RSS y los beneficios que ofrece para su actualización profesional continuada?**

SI – NO

**\*¿Participa en redes sociales profesionales?**

SI – NO

Si respondió en forma afirmativa a la pregunta anterior, ¿cuáles?

**\*¿Aporta su opinión en foros de discusión con colegas?**

SI – NO

**\*¿Realiza búsquedas de información científica en Internet?**

SI – NO

Si respondió SI a la pregunta anterior,

**\*¿Qué buscadores utiliza habitualmente?**

**\*¿Utiliza metabuscadores?**

SI – NO

Si respondió en forma afirmativa, por favor, especifique cuáles.

**\*¿Utiliza buscadores semánticos?**

SI – NO

Si respondió en forma afirmativa, por favor, especifique cuáles.

**\*¿Cuántas veces por semana utiliza Internet profesionalmente?**

0-1

2-3

4-5

Todos los días

**¿Cuántas veces utiliza Internet para otros usos NO profesionales?**

0-1

2-3

4-5

Todos los días

**\*Marque todos los servicios que utiliza en Internet**

Chat / YouTube / SlideShare / My Space / Google Docs / Google Reader / iGoogle / Facebook / Twitter / PubMed / Connotea / CiteULike / Delicious / Juegos / Vimeo / LinkedIn / Xing / Ninguno de los anteriores

**\* ¿Ha utilizado o utiliza Internet para promoción o marketing profesional?**

En caso afirmativo, ¿de qué manera?

**\* ¿Ha realizado cursos a distancia?**

¿Cuál es su opinión respecto del e-learning?



**\*Marque cuál de las siguientes frases describe en forma más precisa su sentir respecto de Internet:**

Me fascinan las posibilidades que ofrece.

Me gusta explorar cosas nuevas y participar / colaborar con otros.

Me permite conocer y contactar personas en todo el mundo.

Me facilita la selección de información.

Es una asignatura pendiente.

No tengo tiempo para aprender cómo se usa.

Es para gente joven. Ya no estoy para aprender esto.

La tecnología no es para mí.

Excepto por los mails, no me aporta nada.

Es una moda, no me interesa.

Es para perder el tiempo.

**¿Algún comentario adicional que desee expresar?**

---

**Muchas gracias por participar.  
Le informaremos cuando los resultados se encuentren disponibles.**