



ACTAS Dermo-Sifiliográficas

Full English text available at
www.actasdermo.org



ARTÍCULO DE OPINIÓN

Actas 2.0: el salto de ACTAS DERMOSIFILIOGRAFICAS a las redes sociales

Actas 2.0: ACTAS DERMOSIFILIOGRAFICAS Joins the World of Social Networking

A.M. Molina-Ruiz^{a,*}, P. García-Gavín^b, J. García-Gavín^c, A. Boada-García^d
y J.M. Carrascosa-Carrillo^d

^a Fundación Jiménez Díaz, Madrid, España

^b Social media strategist freelance, España

^c Servicio de dermatología, Complejo Hospitalario Universitario de Vigo, Pontevedra, España

^d Servicio de Dermatología. Hospital Universitari Germans Trias i Pujo, Badalona, España

Internet y las redes sociales han cambiado totalmente el paradigma de la comunicación tradicional. La inmediatez que facilitan a la hora de poder compartir conocimiento es solo uno de los beneficios atribuidos a esta nueva forma de comunicación, que ya forma parte de nuestro día a día¹. Muchos jóvenes dermatólogos se levantan leyendo las noticias en Twitter, y compartiendo luego lo que más les ha llamado la atención en Facebook, o aprendiendo las novedades de nuestro sector profesional en LinkedIn. Actualmente se calcula que el 80% de los internautas en España son usuarios de algún medio social.

Un fenómeno paralelo al auge en la utilización de las redes sociales es la aparición de los *smartphones* y la generalización de su uso. Actualmente se estima que cerca del 60% de los internautas españoles dispone de un teléfono inteligente. Un dato quizás más interesante es que el 77% de estos admite que se conecta a diario. Los llamados teléfonos inteligentes han permitido una constante accesibilidad a las redes sociales que a la vez facilita la inmediatez en la comunicación y una rápida interacción, que son 2 de las claves del éxito de esta nueva forma de comunicación.

A la vez, cada vez es más frecuente que tanto los profesionales de la sanidad como sus propios pacientes busquen la información en Internet². La incorporación a las redes sociales es generalizada y el ámbito sanitario no se ha quedado atrás: la comunidad de médicos con presencia en Internet crece cada día, la presencia de los centros sanitarios en las redes sociales es cada vez más evidente, y las revistas científicas de alto impacto también han decidido apostar por este nuevo medio de comunicación.

Siguiendo la estela de otras exitosas publicaciones como *Archives of Dermatology*³, *The Journal of the American Academy of Dermatology* o *The New England Journal of Medicine*, la estrategia social de ACTAS DERMOSIFILIOGRAFICAS ha sido desarrollada por un equipo de dermatólogos, liderado por José Manuel Carrascosa Carrillo, director de la publicación, e integrado por Aram Boada García, Patricia García Gavín, Juan García Gavín y Ana María Molina Ruiz, basándose en un objetivo primordial: mostrar la publicación como un medio de información abierto y dinámico.

Haber sido conscientes de la falta de presencia de nuestra revista en las redes sociales fue el motor de esta iniciativa, que comenzó hace ya casi 2 años con el objetivo de dotar a ACTAS DERMOSIFILIOGRAFICAS de presencia en el ámbito 2.0, intentando revolucionar la forma en la que entendemos la comunicación en el sector de la Dermatología española. Se trataba no solo de implicar a aquellos dermatólogos más

* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: anamaria.molinaruiz@gmail.com
(A.M. Molina-Ruiz).



Figura 1 Captura de pantalla del perfil de ACTAS DERMOSIFILIOGRAFICAS en Facebook.

habitados al mundo 2.0, sino también de intentar que ACTAS pudiese ser una puerta de entrada a las redes sociales para aquellos dermatólogos acostumbrados a los métodos más tradicionales. Con tal fin decidimos comenzar creando un perfil de ACTAS en las 2 redes sociales con más repercusión y número de usuarios a escala mundial: Facebook y Twitter.

ACTAS en Facebook

Facebook es la principal red social existente; una plataforma que permite que millones de personas interactúen y compartan contenidos. Actualmente cuenta con 900 millones de usuarios registrados alrededor de todo el mundo y con más de más 13 millones de usuarios activos en España. La mayoría de los usuarios utiliza esta red social como un medio de ocio y entretenimiento, y quizás pueda parecer atrevido incluir una publicación científica como es ACTAS DERMOSIFILIOGRAFICAS en este ámbito (fig. 1). El equipo de Actas 2.0 no era ajeno a estos hábitos y era consciente de que la forma de introducir ACTAS en este ámbito debía ser complementaria a lo que ya existía (la revista en sus formatos *on-line* e impreso). Se trataba de innovar con una comunicación sencilla, breve y amena que atrajera al lector. Presentar la información científica de una forma atractiva que estimule al usuario a compartir esa información en su perfil o que le incite a consultar la versión completa del artículo.

Otro objetivo primordial era generar debate sobre estos contenidos en las redes sociales, fomentar la discusión sobre determinados temas, en definitiva, acercar la publicación a un mayor número de profesionales sanitarios.

Hoy en día contar con una presencia activa en la red social de mayor repercusión, así como disponer de contenidos atractivos y actualizados, supone un valor diferencial frente a otras publicaciones del sector. El perfil de ACTAS en Facebook cuenta con 341 seguidores y este número aumenta cada día, no solo a expensas de dermatólogos de nuestro país, sino de todo el mundo. Las publicaciones son de carácter diario, y en ellas tratamos de fomentar la difusión de la revista y sus diferentes artículos. También se publican referencias a artículos de otras revistas de interés, así como publicaciones de divulgación científica, intentando siempre priorizar aquellas que dispongan de imágenes o vídeos que puedan captar la atención del usuario.

ACTAS en Twitter

Twitter es una red social de *microblogging* (mensajes con una longitud inferior a 140 caracteres) que permite comunicarse en tiempo real con el resto de los usuarios. Es por tanto un canal de difusión que permite a ACTAS transmitir información e interactuar con un gran número de usuarios de diferentes sectores. Los *tweets* de ACTAS mantienen

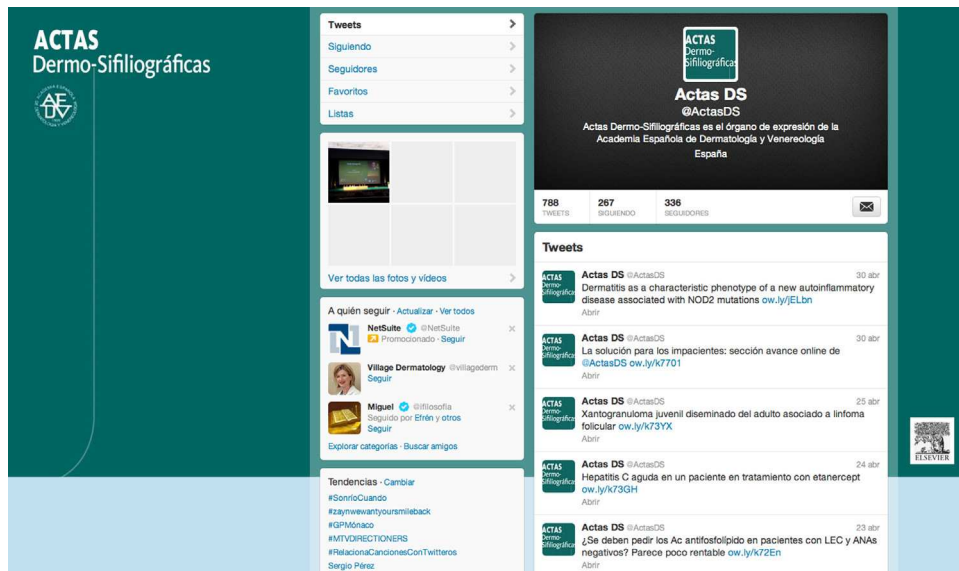


Figura 2 Captura de pantalla del perfil de ACTAS DERMOSIFILIOGRÁFICAS en Twitter.

informados a sus 325 seguidores de las noticias más relevantes de la Dermatología, y les vinculan a otros artículos extranjeros de interés y relevancia (fig. 2).

Retos para el futuro

Esta nueva aventura en el ámbito 2.0 acaba de iniciarse, si bien la ilusión de este equipo por ampliar y difundir este proyecto es máxima. Nuestra revista ya cuenta con voz propia en la red, y se llama Actas 2.0, que es la voz de todos los dermatólogos españoles. Queremos, por tanto, servir a aquellos profesionales que apuestan por ACTAS para publicar sus trabajos aportando un plus de difusión a su trabajo y también a los médicos que se interesan por leer sus contenidos mensualmente.

Actas 2.0. ha arrancado como un proyecto ilusionante, que a través de la incursión de la publicación en el mundo de las redes sociales permite su conocimiento a una audiencia mucho más extensa. Una audiencia que pretendemos ampliar cada día, más allá de nuestras fronteras y más allá

de la Dermatología. Actas 2.0 pretende llegar a todos los rincones del mundo, a otros especialistas, a estudiantes de Medicina, y quien sabe si en un futuro también a los pacientes. Pero sobre todo quiere ser una herramienta útil para todos los dermatólogos españoles, así que desde aquí animamos a los que aún no lo hayan hecho a entrar en el perfil de ACTAS en Facebook y Twitter y convertirse en nuevos seguidores.

Bibliografía

1. Taberner R. Uso de las redes sociales y herramientas Web en medicina. *Med Cutan Iber Lat Am.* 2012;40:35-8.
2. Orenstein LA, Benabio J, Stoff BK. E-professionalism at the dermatology office: New challenges to confidentiality in the era of social networking. *J Am Acad Dermatol.* 2013;68:1030-3.
3. Endly DC, Sampson BP, Dellavalle RP. Like us on Facebook: An evaluation of the JAAD's inaugural year on Facebook. *J Am Acad Dermatol.* 2013;68:335-7.