

# Proyecto en Instagram @stoptca\_sjd



Mitjà Costa J

Hospital Sant Joan de Déu. Esplugues de Llobregat. Barcelona.



Jordi Mitjà Costa.

---

## Resumen

Un grupo de pacientes y profesionales del Área de Salud Mental del Hospital Sant Joan de Déu ha creado la primera cuenta en Instagram (@stoptca\_sjd) con finalidad terapéutica, que se incluye dentro del tratamiento que reciben los pacientes del Hospital de Día atendidos por un Trastorno de la Conducta Alimentaria (TCA). Los pacientes utilizan el potencial y el impacto de Instagram como una red social saludable y un canal de comunicación.

Treinta jóvenes de entre 9 y 18 años participan activamente en la publicación de contenidos y dan a conocer los talleres en que participan, para mejorar su autoestima y poder hacer frente al TCA que padecen. Los profesionales de la unidad son los encargados de validar y publicar los contenidos en Instagram.

Con esta cuenta se pretende fomentar que los pacientes adquieran conciencia de su problema y aumentar la motivación para realizar cambios, dos pasos fundamentales en el proceso terapéutico.

Se ofrece un discurso alternativo al de otros perfiles de redes sociales y publicaciones digitales que muestran la anorexia y otros trastornos alimentarios como “estilos de vida” y no como una enfermedad mental.

La metodología utilizada para desarrollar el proyecto consistió en distintas fases; en un primer momento se llevó a cabo una búsqueda bibliográfica en las distintas bases de datos para determinar si existían iniciativas similares. Posteriormente, en una segunda fase, se exploró el interés que el proyecto podía despertar en los pacientes a través de un estudio de investigación. En una tercera fase, se realizó un taller formativo en comunicación en redes sociales con profesionales expertos del hospital. En la cuarta fase se llevó a cabo una sesión de cocreación con los pacientes, donde identificaron los elementos necesarios de la cuenta de Instagram. Finalmente, en la quinta fase, se evaluó la percepción de los pacientes.

El hecho de que los contenidos de esta cuenta de Instagram ofrezcan un discurso positivo, estén elaborados por pacientes y supervisados por profesionales, consigue potenciar la prevención, concienciar a otros jóvenes y promocionar el autocuidado y los hábitos de vida saludables respecto a los TCA.

La iniciativa presentada es pionera en la incorporación de una red social en el proceso terapéutico de pacientes con TCA. Es la primera cuenta en Instagram de pacientes de un hospital en España. La cifra de seguidores es de 17 473 y se han realizado 140 publicaciones.

---

## Objetivos del proyecto o experiencia

Objetivo general:

- Crear la primera cuenta de Instagram con una finalidad terapéutica en los pacientes con TCA del Hospital de Día del Hospital Sant Joan de Déu.

Objetivos específicos:

- Fomentar la consciencia del trastorno y aumentar la motivación para realizar cambios de los pacientes con TCA del Hospital de Día del Hospital Sant Joan de Déu.
- Concienciar sobre el riesgo que suponen los TCA y realizar actividades de prevención en la población general a través de Instagram.
- Promover el autocuidado y los hábitos de vida saludable respecto a los TCA.
- Conocer las percepciones de los pacientes ante esta iniciativa adaptándola a su experiencia.

## Método

Este proyecto ha sido llevado a cabo por los pacientes, coordinándose con el resto del equipo interdisciplinar: profesionales del Área de Salud Mental, Departamento de Innovación, Departamento de Promoción de la Salud, Área de Experiencia del Paciente, Departamento de Comunicación y Departamento de Audiovisuales. Para ejecutarlo se ha estructurado en distintas fases.

**Fase 1: búsqueda bibliográfica.** Se realizó una búsqueda bibliográfica con el objetivo de identificar la evidencia científica existente sobre los Trastornos de la Conducta Alimentaria y las redes sociales.

**Fase 2: diagnóstico de la situación.** Se realizó un estudio descriptivo transversal del 14 de noviembre de 2018 hasta el 12 de febrero de 2019, con el objetivo de obtener

información sobre el uso de Instagram por parte de los pacientes, así como indagar si estos realizaban consultas sobre temas de salud a través de Instagram.

**Fase 3: taller formativo de comunicación en redes sociales.** Un total de 12 adolescentes ingresados en el Hospital de Día y con diagnóstico de TCA, realizaron un taller con profesionales expertos del hospital para conocer los elementos claves de un plan de comunicación en redes sociales.

**Fase 4: sesión de cocreación.** Los pacientes que asistieron al taller formativo de comunicación en redes sociales realizaron a continuación una sesión de cocreación para elaborar los elementos necesarios del perfil de Instagram (nombre de usuario, imagen, descripción, historias destacadas, hashtags, etc.). La metodología escogida fue Design Thinking.

**Fase 5: evaluación del proyecto.** Después de 6 meses de la implantación de la cuenta en Instagram, se volvió a monitorizar el uso de Instagram por parte de pacientes, así como su percepción, mediante una escala creada *ad hoc*, con la finalidad de conocer su punto de vista, y también los elementos potenciables y de mejora que ellos percibían en esta iniciativa.

## Resultados obtenidos

**Fase 1: búsqueda bibliográfica.** Se identificaron 41 artículos científicos. Se seleccionaron los más relevantes para su lectura completa y reflexión crítica en base a los objetivos del proyecto.

**Fase 2: diagnóstico de la situación.** Se analizaron 35 cuestionarios *ad hoc*. Los resultados de la escala *ad hoc* que se creó para valorar la percepción de los pacientes en la puesta en funcionamiento y la creación y de un perfil de Instagram fueron: su percepción en la implantación de esta iniciativa fue valorado con una media de 8,02/10. Su valoración en torno a la ayuda de esta iniciativa en su tratamiento fue valorada con una media de 6,77/10. Respecto a si pensaban que esta iniciativa podía ayudar a otros adolescentes a no sufrir un TCA, lo valoraron con una media de 7,42/10, y que podría ayudar a otras personas que padecen un TCA lo valoraron con una media de 7,88/10. Finalmente, su satisfacción global ante esta iniciativa fue valorada con una media de 7,71/10.

**Fase 3: taller formativo de comunicación en redes sociales.** Participaron 12 pacientes con una media de edad de 15 años. Un 83,3% presentaban Anorexia Nerviosa Restrictiva. Su percepción en el taller fue muy proactiva, valorando de forma positiva la asistencia a este.

**Fase 4: sesión de cocreación.** En esta fase participaron los mismos pacientes que en el taller formativo. Mediante una técnica de *design thinking* se llevó a cabo una sesión de cocreación para definir los elementos siguientes: definir el logo, el nombre de usuario, la descripción del perfil, a qué perfiles seguir, los *hashtags* que se utilizarían y las *stories* destacadas. Se monitorizó su satisfacción global de la sesión mediante una escala creada *ad hoc*, y fue valorada con un 7/10.

**Fase 5: evaluación del proyecto.** 20 cuestionarios *ad hoc* de los pacientes. Su percepción en la implantación fue valorada con 8,75/10. Su valoración respecto a la ayuda de esta iniciativa en su tratamiento fue de 8/10. Su opinión sobre si la cuenta de Instagram les ayudaba a tener conciencia de su enfermedad fue valorada en una media de 7,5/10. Los pacientes valoraron que este proyecto producía un aumento de su motivación para realizar cambios respecto a su enfermedad con 7,5/10. Valoraron con 7/10 que esta cuenta podía ayudar a otros adolescentes a no sufrir esta patología, y paralelamente cuantificaron con 8/10 que esta cuenta de Instagram podría ayudar a otras personas que padecen un TCA. Finalmente, su satisfacción global ante esta iniciativa fue valorada con 9/10.

### **Innovación. ¿Cuáles son las características más novedosas del proyecto o experiencia que se presenta?**

En la sociedad actual, los profesionales de la salud se enfrentan a multitud de nuevos retos, uno de los más importantes tiene que ver con el uso “saludable” de las redes sociales, que puede convertirse en un importante canal de comunicación con la población más joven.

Pocos son los perfiles en Instagram que permiten crear un canal de comunicación con pacientes, donde se expliquen historias de superación, herramientas terapéuticas, etc.

### **Calidad. ¿Qué mejoras en calidad se han obtenido al desarrollar el proyecto o experiencia?**

Actualmente treinta jóvenes de entre 9 y 18 años diagnosticados de TCA e ingresados en el Hospital de Día del Área de Salud Mental, participan activamente en la publicación de los contenidos, validados previamente por los profesionales de la unidad.

Las publicaciones están enfocadas a la prevención primaria y secundaria de los trastornos de la conducta alimentaria. Se evita al máximo información respecto al peso y la alimentación. El contenido se centra en las repercusiones socioemocionales de este trastorno, así como posibles métodos para poder afrontarlo.

Los pacientes obtienen un beneficio terapéutico, ya que se fomenta la toma de conciencia de su trastorno (en términos médicos: egodistonia). Y ello produce un cambio en la vivencia de la persona que pasa a ser un agente activo en su enfermedad.

Instagram se ha convertido en una herramienta terapéutica en el Hospital de Día. Utilizamos el potencial e impacto de Instagram como una red social saludable, un canal de comunicación y un motivador social. Los pacientes se han convertido en agentes activos de su proceso de enfermedad, aportan su conocimiento y experiencia con los trastornos de la conducta alimentaria y generan redes de ayuda y apoyo.

Este proyecto, está basado en la estrategia de apoyo entre iguales, es un canal de comunicación abierto que tiene apoyo de la organización y se nutre de la experien-

cia del paciente y del conocimiento del profesional, consiguiendo una educación para la salud basada en la evidencia científica y apoyada en valores positivos. Lo que supone un claro ejemplo de participación de los pacientes en la toma de decisiones.

### **Mejora de la gestión o evaluación en salud. ¿Qué aportación realiza el proyecto o experiencia para la mejora de la gestión o la evaluación de resultados en salud?**

Los mensajes privados de los usuarios que se reciben en el perfil se comentan y se abordan en los grupos terapéuticos de los pacientes. Se han recibido mensajes de personas que padecen o han padecido un TCA, personas que tienen un familiar o amigo que padece un TCA, público en general, profesionales sanitarios y estudiantes.

Son los pacientes, con la supervisión y validación de los profesionales, los que en un taller terapéutico han elaborado las respuestas a los diferentes mensajes privados que se reciben en la cuenta.

Las acciones destinadas a la prevención y promoción de la salud, si queremos llegar al adolescente, tienen que divulgarse a través de los mismos canales de comunicación que ellos utilizan. Fomentaremos así, a través de las redes sociales, hábitos alimentarios saludables y una autoestima positiva, desligada de la apariencia física, dejando a un lado el criticismo en torno al potencial contenido nocivo de la red.

Se ha logrado un efecto preventivo sobre los trastornos de la conducta alimentaria, ya sea porque se reflejan consecuencias más allá de la pérdida de peso o porque se facilita que otros adolescentes en situación subclínica detecten posibles síntomas y soliciten ayuda.

La cuenta está basada en la evidencia científica y cumple con los objetivos de promocionar el autocuidado y los hábitos de vida saludable.

### **Aplicabilidad y facilidad de extensión a otras organizaciones del sector salud. ¿En qué medida es aplicable o extensible el proyecto o experiencia a otros centros u organizaciones del sector salud?**

Los pacientes del Hospital de Día de Trastornos de la Conducta Alimentaria de nuestro hospital han sido los primeros en crear una cuenta en Instagram con estas características. Se trata de la primera cuenta en Instagram de pacientes de un hospital en España.

Este proyecto es aplicable o extensible a otros centros u organizaciones. De hecho, ya ha habido centros que han desarrollado iniciativas similares a la nuestra.