



clínica e investigación en ginecología y obstetricia

www.elsevier.es/gine



ORIGINAL

Impacto del uso de redes sociales en las gestantes del área norte de Madrid



N. Mateos-Canals*, S. Ruiz-Martínez, N. Martínez Sánchez, J.L. Bartha Rasero
y M.C. Fernández-Miranda

Departamento de Obstetricia y Ginecología, Hospital Universitario La Paz, Madrid, España

Recibido el 2 de septiembre de 2024; aceptado el 17 de diciembre de 2024

PALABRAS CLAVE

Redes sociales;
Embarazo;
Parto;
Ansiedad;
Lactancia;
Cuidados neonatales

Resumen

Objetivo: Evaluar el uso de las redes sociales (RR.SS.) y su impacto en las mujeres embarazadas en el área norte de Madrid, España.

Método: Encuesta anónima a 231 gestantes que se controlaron en el servicio de Obstetricia del Hospital Universitario La Paz. Se evaluó el uso de las distintas RR.SS. y la información buscada, así como la credibilidad percibida, su influencia en la actitud y sus efectos en la ansiedad percibida tras el uso de las mismas.

Resultados: El 97% de las mujeres embarazadas usaron RR.SS., con un 83,5% utilizándolas diariamente. El uso fue mayor entre los grupos de edad más jóvenes, siendo Instagram la plataforma de RR.SS. más utilizada. El 81,7% de ellas seguía perfiles de obstetricia/cuidados perinatales, pero una de cada 5 no era consciente de la profesionalidad de la persona detrás del perfil de RR.SS. La información sobre embarazo, parto, cuidados neonatales y lactancia materna fueron los temas más buscados, con un aumento en la búsqueda de información sobre lactancia entre las mujeres más jóvenes. El 45,4% consideró la información altamente creíble y el 49,3% creyó que podría influir moderadamente en su actitud. Finalmente, el 47,4% informó sentirse medianamente tranquila con la información y el 51,2% experimentó niveles bajos de ansiedad.

Conclusiones: El uso de RR.SS. entre mujeres embarazadas refleja el de la población general, siendo Instagram la plataforma más popular. Muchas pacientes buscan información médica en RR.SS., pero a menudo la contrastan con profesionales de la salud. La credibilidad de la información en RR.SS. varía, teniendo una influencia moderada en las actitudes y la ansiedad percibida.

© 2024 Elsevier España, S.L.U. Se reservan todos los derechos, incluidos los de minería de texto y datos, entrenamiento de IA y tecnologías similares.

* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: nmatcan@gmail.com (N. Mateos-Canals).

KEYWORDS

Social media;
Pregnancy;
Childbirth;
Anxiety;
Breastfeeding;
Neonatal care

Impact of Social Media use among pregnant women in the Northern Area of Madrid

Abstract

Objective: To evaluate the use of social media (SM) and its impact on pregnant women in the northern area of Madrid, Spain.

Method: An anonymous survey was conducted with 231 pregnant women who were monitored in the Obstetrics Service of La Paz University Hospital (Madrid). The use of various SM platforms and the information sought were evaluated, as well as the perceived credibility, influence on attitudes, and effects on perceived anxiety following their use.

Results: 97% of pregnant women used SM, with 83.5% using it daily. Usage was higher among younger age groups, with Instagram being the most used SM platform. 81.7% of them followed profiles related to obstetrics/perinatal care, but one in five was unaware of the professionalism of the person behind the profile. Information about pregnancy, childbirth, neonatal care, and breastfeeding were the most sought-after topics, with an increase in the search for breastfeeding information among younger women. 45.4% considered the information to be highly credible, and 49.3% believed it could moderately influence their attitudes. Finally, 47.4% reported feeling moderately calm with the information, and 51.2% experienced low levels of anxiety.

Conclusions: The use of SM among pregnant women reflects that of the general population, with Instagram being the most popular platform. Many patients seek medical information on SM but often verify it with healthcare professionals. The credibility of information on SM varies, having a moderate influence on attitudes and perceived anxiety.

© 2024 Elsevier España, S.L.U. All rights are reserved, including those for text and data mining, AI training, and similar technologies.

Puntos destacados

- El uso de redes sociales entre gestantes es similar al de la población general.
- La red social más utilizada es Instagram en todos los grupos de edad.
- La información relacionada con el curso de la gestación, el parto y los cuidados neonatales es la más frecuentemente buscada, con un interés creciente en información relativa a la lactancia materna en aquellas gestantes más jóvenes.
- Las pacientes pueden verse influenciadas a cambiar su actitud en función de la información hallada en redes sociales.

Introducción

En los últimos años, el uso de las redes sociales (RR.SS.) se ha convertido en una práctica común en la población general a nivel mundial. Según el último Informe Digital 2023 de *We Are Social*, más del 94% de los españoles utilizan Internet y el 85% son usuarios activos de RR.SS.¹ Entre muchas otras cosas, es común encontrar perfiles de divulgación científica en las plataformas de RR.SS., que proporcionan información variada y no siempre verificada y contrastada. Esta información es fácilmente accesible para las futuras madres y hacen

uso de ella. Hasta la fecha, no se ha realizado ningún estudio en nuestro país con el objetivo de evaluar cómo las mujeres embarazadas utilizan las RR.SS., el tipo de información que buscan, la plataforma más utilizada, si son conscientes de la profesionalidad de los perfiles que siguen y cómo la información que reciben puede influir en cambios en su actitud o generar situaciones de ansiedad. El objetivo fue evaluar el uso de las RR.SS. y su influencia en las gestantes de la zona norte de la Comunidad de Madrid (España). Este es el primer estudio que se realiza en nuestro país sobre el uso de RR.SS. en el embarazo, por lo que consideramos que los resultados obtenidos son muy novedosos y describen la realidad de las gestantes del siglo XXI.

Material y método

Se realizó un estudio prospectivo mediante una encuesta anónima a través de Google Forms a gestantes que asistieron al servicio de Obstetricia del Hospital Universitario La Paz entre el 1 de mayo y el 30 de agosto de 2023. Para ello, se les facilitó el acceso al cuestionario a través de un código QR que se les facilitaba en la sala de espera de consultas de obstetricia. Se preguntó a las embarazadas sobre el uso que hacían de RR.SS. y cómo la información obtenida de perfiles informativos en RR.SS. influía en 4 aspectos diferentes: credibilidad de la información, modificación de su actitud, ansiedad o tranquilidad generada a partir de la información obtenida. Algunas preguntas, como el tipo de RR.SS. o la información buscada, tenían respuestas de opción múltiple. Otras, como el nivel de ansiedad o la credibilidad de la información, se evaluaron utilizando una escala de 1 a 10, que

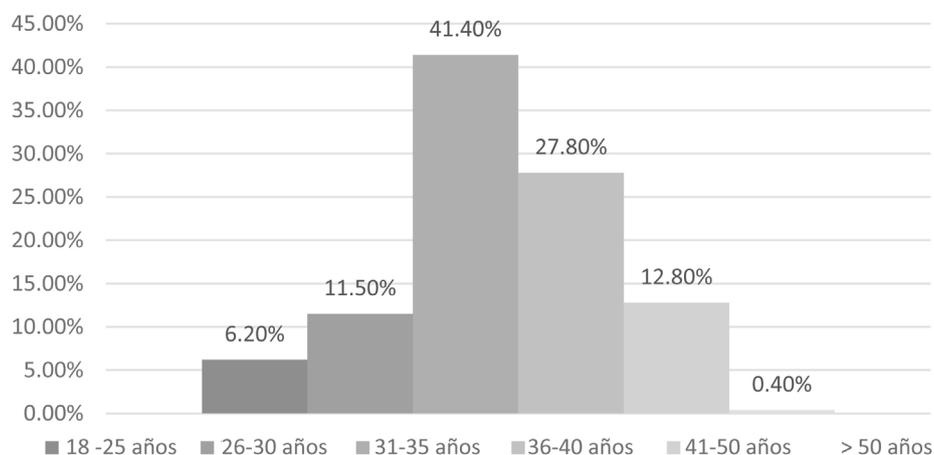


Figura 1 Distribución por grupos de edad.

Tabla 1 Uso redes sociales y grupos de edad

	A diario	Varias veces a la semana	Pocas veces a la semana	Varias veces al mes	Total
No	0	3 (1,3%)	0	4 (1,7%)	7 (3%)
Sí	193 (83,5%)	14 (6,1%)	14 (6,1%)	3 (1,3%)	224 (97%)
<i>Grupo de edad</i>					
<i>p valor 0,005</i>					
18 a 25 años	14 (100%)	0	0	0	14 (6,1%)
26 a 30 años	24 (92,3%)	0	2 (14,3%)	0	26 (11,3%)
31 a 35 años	84 (88,4%)	5 (5,3%)	3 (3,2%)	3 (3,2%)	95 (41,1%)
36 a 40 años	53 (80,3%)	6 (9,1%)	7 (10,6%)	0	66 (28,6%)
41 a 50 años	17 (58,6%)	6 (20,7%)	2 (6,9%)	4 (13,8%)	29 (12,6%)
Más de 50 años	1 (100%)	0	0	0	1 (0,4%)
<i>Total</i>	193 (83,5%)	17 (7,4%)	14 (6,1%)	7 (3,0%)	

luego se dividió en niveles: alto, medio y bajo. Se realizó un análisis por grupos de edad, resultando en 6 grupos de la siguiente manera: 18 a 25 años, 26 a 30, 31 a 35, 36 a 41, 41 a 50 y mayores de 50 años. Se incluyeron todas las mujeres embarazadas mayores de 18 años que accedieron a participar en el estudio. Posteriormente, los datos se analizaron utilizando el paquete estadístico IBM SPSS Statistics 23. Todas las pacientes incluidas en este estudio dieron su consentimiento personal para el uso de los datos.

Resultados

Se propuso entrar al estudio a 264 mujeres, de las cuales 33 declinaron la participación por barrera idiomática o por no aceptar el consentimiento para éste. Finalmente, un total de 231 gestantes respondieron a la encuesta. Fueron estratificadas en grupos de edad, con la mayoría de ellas entre los 31 y 35 años (fig. 1).

El 97% de las encuestadas confirmaron usar RR.SS., con un 83,5% de ellas usándolas diariamente. El uso diario de RR.SS. fue del 100% entre las pacientes de 18 a 25 años y disminuyó a medida que aumentaba la edad ($p=0,005$) (tabla 1).

En general, la plataforma de RR.SS. más utilizada fue Instagram (80,2%), seguida por Facebook (52%) y YouTube

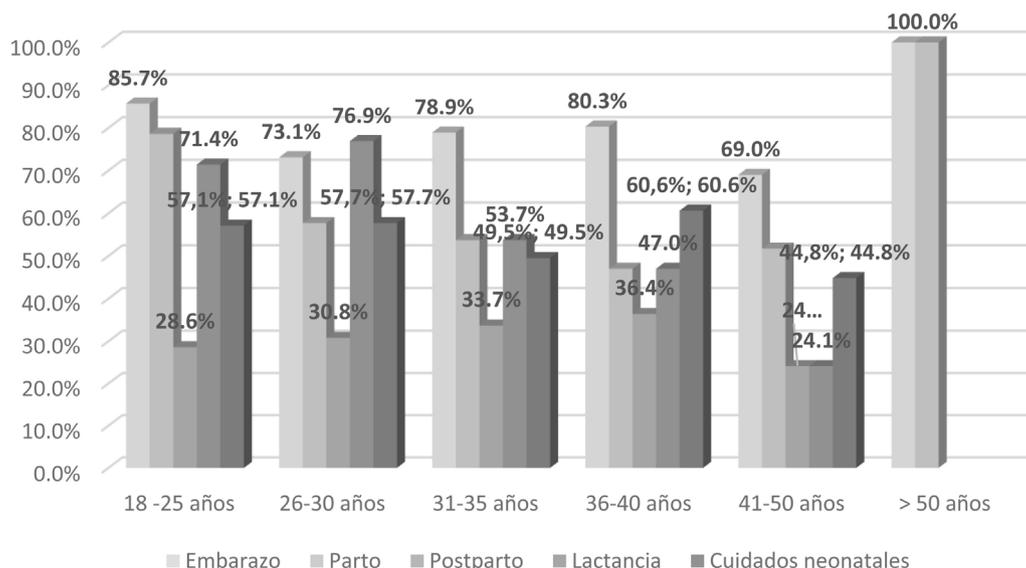
(48,9%). Al analizarse por grupo de edad, ciertas plataformas como Instagram se mantuvieron consistentes en todos los grupos de edad, pero otras como TikTok o Snapchat fueron más comúnmente utilizadas entre las pacientes de 18 a 25 años, con diferencias significativas en comparación con otros grupos de edad ($p < 0,001$) (tabla 2).

Al preguntar sobre el uso de RR.SS. para obtener información médica, el 81,2% indicó que seguían perfiles que proporcionaban información general de salud, y el 81,7% seguía perfiles que proporcionaban información relacionada con obstetricia y cuidados perinatales. De estas pacientes, solo el 81,9% sabía si los perfiles que seguían eran realmente profesionales de la salud (médicos, matronas, pediatras, etc.), y hasta el 68,8% recurría a estos perfiles para buscar información médica o hacer preguntas. La mayoría de las mujeres embarazadas (81,5%) contrastaba la información de RR.SS. con el personal sanitario que gestionaba sus embarazos (matronas, médicos de atención primaria u obstetras). Estos resultados fueron similares en todos los grupos de edad.

En cuanto a la información más buscada, el 77,9% mostraba interés en información relacionada con el embarazo, seguida por información sobre el parto, cuidados neonatales y lactancia materna (53,7%, 53,2% y 51,5%, respectivamente), siendo la información sobre el periodo posparto

Tabla 2 Grupo de edad y plataforma de RR.SS. utilizada

n = 231 (%)	18-25 años	26-30 años	31-35 años	36-40 años	41-50 años	> 50 años	Total	p valor
Instagram	12 (85,7%)	23 (88,5%)	79 (83,2%)	54 (81,8%)	17 (58,6%)	1 (100%)	182 (80,2%)	0,054
Facebook	6 (42,9%)	18 (69,2%)	52 (54,7%)	30 (45,5%)	14 (48,3%)	0(0%)	118 (52,0%)	0,285
Twitter	4 (28,6%)	8 (30,8%)	21 (19,7%)	13 (19,7%)	7 (24,1%)	0 (0%)	53 (23,3%)	0,862
Snapchat	2 (14,3%)	0	4 (4,2%)	0	0	0	6 (2,6%)	0,038
YouTube	5 (35,7%)	16 (61,5%)	42 (44,2%)	32 (48,5%)	14 (48,3%)	1 (100%)	111 (48,9%)	0,496
Telegram	1 (7,1%)	6 (23,1%)	9 (9,5%)	8 (12,1%)	2 (6,9%)	0	26 (11,5%)	0,428
TikTok	9 (64,3%)	10 (38,5%)	19 (20,0%)	7 (10,6%)	5 (17,2%)	0	50 (22,0%)	0,000
Pinterest	1 (7,1%)	3 (11,5%)	12 (12,6%)	12 (18,2%)	5 (17,2%)	0	31 (13,7%)	0,828
WeChat	0	0	2 (2,1%)	0	0	0	6 (2,6%)	0,717
Blogs/Webs	0	1 (3,8%)	10 (10,5%)	12 (18,2%)	3 (10,3%)	1 (100%)	27 (12,8%)	0,017
Otras	2 (14,3%)	2 (7,7%)	12 (12,6%)	3 (4,5%)	10 (34,5%)	0	29 (12,8%)	0,004

**Figura 2** Información buscada por grupos de edad.

la menos buscada (32,5%). Cabe destacar que hubo una diferencia estadísticamente significativa en la búsqueda de información relacionada con la lactancia, con un 76,9% en el grupo de 26 a 30 años ($p=0,002$), indicando un mayor interés en esta área específica entre las pacientes menores de 30 años (fig. 2).

En términos de credibilidad de la información obtenida de los perfiles de RR.SS., el 45,4% consideró que la información era altamente creíble, mientras que el 43,6% la calificó como moderadamente creíble. Del mismo modo, el 49,3% de las pacientes creía que esta información podía influir moderadamente en un cambio de actitud, el 26% creía que tenía poca influencia y el 24,7% creía que la información podía influir altamente en un cambio de actitud. Asimismo, la tranquilidad derivada de la información fue considerada de nivel medio por el 47,4% de las mujeres embarazadas, con un 33,5% atribuyendo un alto nivel de tranquilidad y un 19,1% indicando poca tranquilidad. Finalmente, los niveles de ansiedad percibidos entre las pacientes fueron bajos en el 51,2% y moderados en el 40,0%, mientras que el 8,8% experimentó un alto nivel de ansiedad (fig. 3).

Discusión y conclusiones

Internet se ha convertido en una forma popular de obtener información sobre cuestiones de salud, destacando especialmente el uso de las RR.SS. para la obtención de esta información de forma fácilmente accesible a través de dispositivos móviles, tabletas u ordenadores. Según nuestro estudio, las gestantes realizan un uso de las RR.SS. similar al de la población general¹, con un 83,5% de éstas accediendo a las RR.SS. de forma diaria. Existen estudios en Estados Unidos que nos hablan de una media de entre 1,6 y 1,8 horas al día en RR.SS. por parte de las gestantes, con una media de visitas de entre 19,8 y 20,6 veces por semana². Es importante entender que no toda la información que se obtiene de Internet o las RR.SS. es correcta y existe mucha desinformación, entendiéndose ésta como toda aquella información que es contraria al consenso de la comunidad científica en relación con un fenómeno³. Zhang et al. realizaron una revisión de la calidad de la información sanitaria disponible en diferentes artículos científicos y, posteriormente, realizaron una valoración de éstos como positiva o negativa en función de la credibilidad, la capacidad de comprensión de la informa-

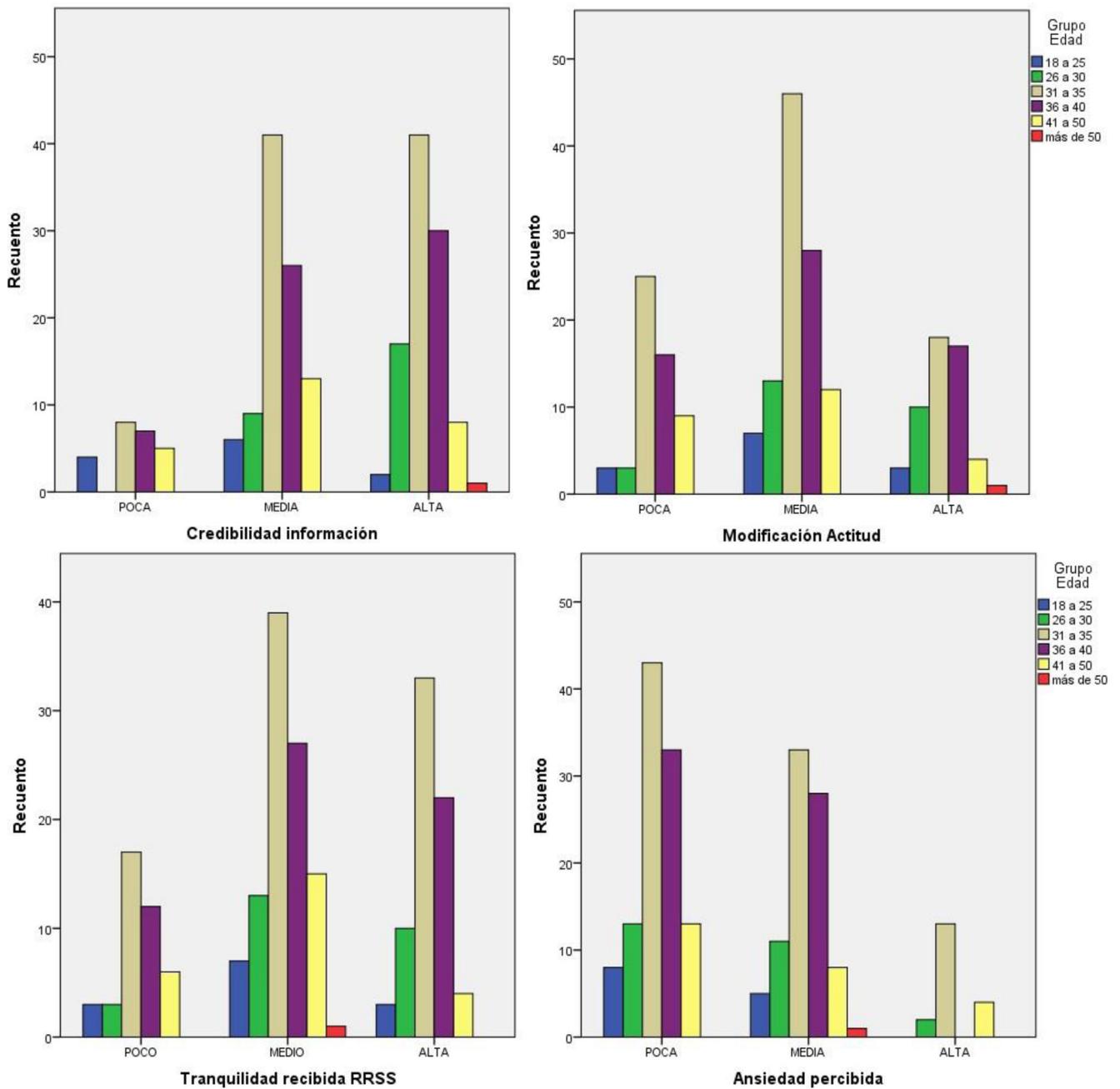


Figura 3 Influencia de la información encontrada en RR.SS. en la credibilidad, modificación de actitud, tranquilidad y ansiedad percibida.

ción y su estado de actualización con respecto al momento en el que se escribieron. El 55,2% de los artículos revisados obtuvieron una calificación negativa y solo un 6,1% recibió una calificación positiva⁴. Es por esto importante entender que las gestantes, que según nuestro estudio recurren a las RR.SS. en un 68,8% para buscar información o solucionar dudas, tienen una alta probabilidad de encontrar información no veraz. El principal problema de esta información falsa es la capacidad aumentada de difusión que tiene ésta frente a la información verdadera. Vosoughi et al.⁵ realizaron un estudio de la dinámica de difusión de la información en Twitter en cascadas. Éstas comienzan en el momento en

que un usuario realiza una afirmación en esta red social y otros la propagan. Posteriormente pueden cuantificarse en función de diferentes aspectos como la amplitud o su duración en el tiempo. Aquellas cascadas con información falsa son más amplias, rápidas y duraderas que las que contienen información verídica e hipotetizan que quizá esto pueda deberse a lo novedoso de la información falsa y el mayor interés de la población en la información novel⁶.

En relación con estos datos, es asumible que los profesionales sanitarios tienen que estar presentes en RR.SS. para intentar favorecer la posibilidad de que las gestantes accedan a información de calidad y fácil entendimiento. Más aún,

atendiendo al resultado de nuestro estudio según el cual una de cada 5 gestantes desconocía si los perfiles que seguían en RR.SS. eran de profesionales sanitarios y un 18,5% de éstas no contrastaban la información obtenida con los profesionales que realizaban acompañamiento en sus gestaciones. El *American College of Obstetricians and Gynaecologists* realizó unas recomendaciones para aquellos profesionales que realizan este tipo de divulgación encaminadas a asesorar acerca de los riesgos potenciales y repercusiones posibles que puede implicar la información vertida en RR.SS., así como servir de guía para establecer relaciones profesionales con los pacientes a través de las RR.SS.⁷

Por otro lado, es importante aportar luz sobre el uso concreto que hacen las gestantes de las RR.SS. Se han realizado varios estudios, como el realizado por Suarez-Lledo y Alvarez-Galvez⁸ encaminado a determinar aquellas áreas en las que es más fácil encontrar desinformación en RR.SS., destacando aquella información relativa a vacunas, las drogas o el tabaco. Otros, como el realizado por Peyser et al.⁹, nos hablan de cómo se crean comunidades en RR.SS. donde las pacientes que se someten a técnicas de reproducción asistida intercambian información principalmente sobre sus experiencias personales con la finalidad de crear redes de apoyo. Pero los estudios realizados encaminados a determinar qué información es la más buscada por las gestantes o cómo influye ésta en aspectos como la tranquilidad que reciben o cómo esta información puede condicionar cambios en sus actitudes frente a determinados aspectos son escasos. Además, es importante tener en mente el estado cambiante de las RR.SS. y su uso y la necesidad de actualizar periódicamente los estudios que se realizan sobre éstas.

El resultado de nuestro estudio nos dice que un 77,9% de las gestantes buscan información en relación con el propio embarazo. Si bien, es necesario realizar más estudios que aporten información sobre qué información es la que causa más búsquedas. Al igual que el estudio de Peyser et al., existen otros¹⁰ centrados en analizar el contenido de los posts en Instagram y Facebook (las RR.SS. de uso mayoritario en nuestro estudio) y que reflejan como diferencias reseñables que el contenido de los posts de Facebook tiende a centrarse en ofrecer información general sobre el embarazo, mientras que el contenido más frecuente en Instagram es aquel relacionado con el soporte emocional o que intentan acercar experiencias personales en el embarazo. Cabe destacar en nuestro estudio una tendencia creciente en la búsqueda de información relacionada con la lactancia materna, especialmente en las pacientes menores de 30 años. Estos resultados son acordes con estudios recientes en los que se objetiva una tendencia al alza de la lactancia materna en las últimas décadas, con un aumento del 55% en la década de los 70 frente a un 82,9% en 2010¹¹. Esta información puede generar potenciales cambios en la actitud de los receptores, si bien diferentes estudios no han sido capaces de cuantificar de forma significativa estos cambios^{12,13}.

Limitaciones y fortalezas

Este estudio presenta ciertas limitaciones. Primero, no se recogió el dato relativo al trimestre gestacional en el que se encontraban las pacientes y se han visto diferencias en el uso de las RR.SS. según va avanzando la gestación, así como

el potencial abuso de éstas. Del mismo modo, también sería interesante estratificar a las pacientes en función de la paridad dada la diferencia en el patrón de uso de las RR.SS. en mujeres nulíparas o multíparas². Por otro lado, es importante valorar cuál es el motivo principal de las gestantes para acceder a las RR.SS., dado que éste puede condicionar cambios en la percepción de la información recibida por éstas.

Como puntos fuertes, este es el primer estudio realizado en nuestro país sobre el uso de RR.SS. en población gestante. Es importante conocer el uso que hacen las embarazadas de las RR.SS. en el siglo XXI y si la información obtenida de éste puede ser extrapolable al resto de gestantes de nuestro país, si bien se precisan más estudios para ampliar nuestro conocimiento al respecto.

En conclusión, este estudio muestra que las pacientes recurren de forma habitual a las RR.SS. por diferentes motivos, muchos de ellos relacionados con la búsqueda de información relativa al embarazo, el parto y la lactancia materna. Dado el carácter rápidamente cambiante de las tendencias en RR.SS. y la alta prevalencia de información no veraz, es necesario que los profesionales sanitarios estemos presentes en las RR.SS. para aportar información de calidad que no genere estrés o situaciones conflictivas en éstas.

Autoría

NMC y MCFM contribuyeron a la concepción y diseño del estudio. La preparación del material y la recopilación de datos fueron realizadas por NMC, MCFM, NMS y JLB. El análisis estadístico fue realizado por NCM y SRM. El primer borrador del manuscrito fue escrito por NMC y SRM, y todos los autores contribuyeron a la edición final del manuscrito. Todos los autores aprobaron la versión final.

Consentimiento informado

Siguiendo las directrices del centro en el que se realizó el estudio, las pacientes dieron su consentimiento informado para la participación en éste.

Responsabilidades éticas

Protección de personas y animales. Los autores declaran que para esta investigación no se han realizado experimentos en seres humanos ni en animales.

Confidencialidad de los datos. Los autores declaran que han seguido los protocolos de su centro de trabajo sobre la publicación de datos de pacientes.

Derecho a la privacidad y consentimiento informado. Los autores han obtenido el consentimiento informado de los pacientes y/o sujetos referidos en el artículo. Este documento obra en poder del autor de correspondencia.

Financiación

La realización de dicho estudio no ha precisado fuente de financiación alguna.

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses en este artículo.

Agradecimientos

Los autores desean agradecer a todas las enfermeras, matronas, obstetras y mujeres embarazadas que participaron en el estudio.

Bibliografía

1. Reporte digital España 2023 - We Are Social Spain [Internet]. [consultado 8 Oct 2023]. Disponible en: <https://wearesocial.com/es/blog/2023/02/reporte-digital-espana-2023/>.
2. Muskens L, Boekhorst MGBM, Pop VJM, van den Heuvel M. Browsing throughout pregnancy: The longitudinal course of social media use during pregnancy. *Midwifery* [Internet]. 2024;129:103905, <http://dx.doi.org/10.1016/j.midw.2023.103905>.
3. Swire-Thompson B, Lazer D. Public health and online misinformation: Challenges and recommendations. *Annu Rev Public Health*. 2019;41:433–51.
4. Zhang Y, Sun Y, Xie B. Quality of health information for consumers on the web: A systematic review of indicators, criteria, tools, and evaluation results. *J Assoc Inf Sci Technol*. 2015;66:2071–84.
5. Vosoughi S, Roy D, Aral S. The spread of true and false news online. *Science (80-)* [Internet]. 2018;359:1146–51 [consultado 13 Nov 2023]. Disponible en: <https://www.science.org>.
6. Itti L, Baldi P. Bayesian surprise attracts human attention. *Vision Res* [Internet]. 2009;49:1295–306, <http://dx.doi.org/10.1016/j.visres.2008.09.007>.
7. ACOG. ACOG COMMITTEE OPINION: Professional Use of Digital and Social Media. *ACOG Comm Opin* [Internet]. 2019;134:e117–21. Disponible en: <https://www.acog.org/clinical/clinical-guidance/committee-opinion/articles/2019/10/professional-use-of-digital-and-social-media>.
8. Suarez-Lledo V, Alvarez-Galvez J. Prevalence of Health Misinformation on Social Media: Systematic Review. *J Med Internet Res* [Internet]. 2021;23 [consultado 18 Oct 2023]. Disponible en: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33470931/>.
9. Peyser A, Goldstein L, Mullin C, Goldman RH. Fertility education: what's trending on Instagram. *Fertil Res Pract*. 2021;7:1–7.
10. Oviatt JR, Reich SM. Pregnancy posting: exploring characteristics of social media posts around pregnancy and user engagement. *mHealth*. 2019;5:3–13.
11. Courtois F, Péneau S, Salanave B, Andreeva VA, Roland-Cachera MF, Touvier M, et al. Trends in breastfeeding practices and mothers' experience in the French NutriNet-Santé cohort. *Int Breastfeed J*. 2021;16:1–12.
12. Elaheebocus SMRA, Weal M, Morrison L, Yardley L. Peer-Based Social Media Features in Behavior Change Interventions: Systematic Review. *J Med Internet Res* [Internet]. 2018;20:e20. Disponible en: <http://www.jmir.org/2018/2/e20/>.
13. Seiler J, Libby TE, Jackson E, Lingappa J, Evans W. Social Media-Based Interventions for Health Behavior Change in Low- and Middle-Income Countries: Systematic Review. *J Med Internet Res* [Internet]. 2022;24:e31889. Disponible en: <https://www.jmir.org/2022/4/e31889>.