



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO



FACULTAD DE ODONTOLOGÍA

LA TECNOLOGÍA COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN EN
ODONTOLOGÍA.

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

CIRUJANA DENTISTA

P R E S E N T A:

ADRIANA NIETO CASTRO

TUTORA: Mtra. ROSINA PINEDA Y GÓMEZ AYALA

ASESORA: C.D. MARÍA ELENA NIETO CRUZ



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradezco la confianza y el gran apoyo brindado por mis papás, **Imelda y Oscar** quienes en el trayecto de mi vida me han demostrado su amor, corrigiendo faltas y celebrando los triunfos logrados.

Para mis hermanos **Eduardo y María Fernanda** a quienes les puedo decir que la vida les pondrá obstáculos pero los límites los ponen ustedes. Nunca dejen de perseguir sus sueños, los quiero.

A mis abuelitos **papá Plutarco y mamá Leonor**, que aunque ya no pudieron ver la culminación de este sueño sé que en todo momento conté con su cariño y apoyo. Siempre tendrán un lugar muy especial en mi corazón.

A mis abuelitos **Placido y Victoria** quienes me han dicho que lo que hoy es un esfuerzo, mañana será un triunfo, gracias por todo.

A mi tío **Mario**, por enseñarme tantas cosas y compartir sus conocimientos conmigo, parte del éxito logrado ha sido gracias a ti.

A mis tías **Sagrario y Ángeles** por las risas, los consejos, los buenos momentos y por brindarme su cariño.

A mis primos **Mauri, Carlos, Denise y Raúl**, compañeros de aventuras, con quienes siempre paso momentos muy divertidos.

Para **José Antonio** por impulsarme durante toda la carrera, por tu apoyo constante y amor incondicional, has sido fuente de sabiduría, calma y consejo en todo momento, gracias por formar parte de mi vida. Te amo.

A mi fiel amiga **Mily** quien pasó varias noches de desvelo a mi lado.

A mi tutora **Mtra. Rosina Pineda y Gómez Ayala** y a mi asesora **C.D. María Elena Nieto Cruz**, por el tiempo brindado para la realización del presente trabajo. Gracias por compartir sus conocimientos conmigo.

Dr. Abel Castro quien ha sido un ejemplo a seguir, gracias.

C.D. Félix Nieto por conducirme en el camino de la Odontología y brindarme sus conocimientos para seguir adelante.

A mis amigos: **Karina Nava, Claudia Riego, Francisco Morales y Claudia Olivares** por los buenos momentos que pasamos juntos durante la carrera.

A todas las personas que aceptaron ser mis pacientes y quienes depositaron su confianza en mis manos.



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	6
OBJETIVO.....	8
1. GENERALIDADES.....	9
1.1 Comunicación humana.....	9
1.2 Elementos de la comunicación.....	9
1.3 Tipos de comunicación.....	12
2. LA TECNOLOGÍA EN LA COMUNICACIÓN.....	16
2.1 Nuevas tecnologías.....	16
2.2 Historia de Internet.....	17
2.3 Las TIC's e Internet.....	20
2.4 Redes sociales y comunidad virtual.....	20
2.4.1 Facebook.....	24
2.4.2 Twitter.....	26
2.5 Páginas Web.....	28
2.6 Plataformas.....	32
2.6.1 Moodle – UNAM.....	33
2.7 Blogs.....	36



3. LA TECNOLOGÍA APLICADA A LA ODONTOLOGÍA.....	38
3.1 La salud bucal en las redes sociales.....	38
3.2 El juego como medio de aprendizaje de la salud bucal en Internet.....	39
4. REDES SOCIALES EN LA PROMOCIÓN DE LA SALUD EN MÉXICO....	42
4.1 Consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos.....	42
4.2 Redes de aprendizaje o aprendizaje en redes.....	51
4.3 Autocuidado de la salud oral por Internet.....	52
5. ELABORACIÓN DE PÁGINA WEB Y PÁGINA DE FACEBOOK.....	56
5.1 Descripción de la creación de página web.....	56
5.2 Descripción de la creación de página de Facebook.....	59
CONCLUSIONES.....	64
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	65



INTRODUCCIÓN

La comunicación es el proceso de enviar y recibir mensajes e intercambiar pensamientos verbales y no verbales, opiniones e información.

En Odontología se deben conocer y aplicar los sistemas alternativos de comunicación que permitan fortalecer el vínculo entre el profesional de la salud y la población.

La globalización y el acceso a Internet han posibilitado que la población esté mejor informada estableciendo una interlocución para realizar preguntas sobre temas específicos, para resolver sus dudas acerca de información que han obtenido de persona a persona, leído, visto o consultado en alguna página web o red social.

Se vive una época de expansión tecnológica que ha transformado a la sociedad y cambiando la forma de ejercer la práctica clínica.

Las redes sociales se han convertido en un medio masivo de comunicación, en las cuales se puede compartir información, videos, ideas y fotos entre otros, el funcionamiento de dichas redes consiste en que cada usuario debe darse de alta en la web, crear su perfil y establecer, de una u otra forma, su red de contactos o grupos de personas a las que se quiera hacer llegar la información.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) pueden contribuir al acceso universal a la educación, el ejercicio de la enseñanza y el aprendizaje de calidad y el desarrollo profesional.

En el presente trabajo se describirá como el profesional de la salud puede establecer comunicación por medio de la tecnología creando una página web y una página de Facebook que actualmente es la red social más utilizada



para comunicar a la población las formas de prevenir las enfermedades orales y dar educación para la salud estableciendo el autocuidado a esta población internauta.



OBJETIVO

Identificar que la comunicación actualmente se puede difundir de una mejor manera, por medio del uso de las nuevas tecnologías como lo son las redes sociales ya que son de ayuda para poder reforzar las prácticas de autocuidado que favorezcan la salud oral y a las cuales gran parte de la población tiene acceso.



1. GENERALIDADES

1.1 Comunicación humana

La comunicación humana es un proceso por el cual una fuente o emisor (individuo) inicia un mensaje utilizando símbolos verbales y no verbales y señales contextuales para expresar significados y lo trasmite, de tal manera que los entendimientos similares o paralelos sean contruidos por el receptor.

Lo que determina la comunicación es la emisión de un mensaje y la respuesta que el receptor o receptores tiene de éste.¹

1.2 Elementos del proceso de la comunicación

La comunicación humana es un proceso que compete al hombre como individuo y como parte de su medio social. Por ello es indispensable ubicar el término “proceso”; el diccionario de la Real Academia Española lo define como cualquier fenómeno que presenta una modificación constante a lo largo del tiempo.

Además, hay que considerar que un proceso está integrado por elementos que se encuentran intrínsecamente relacionados y que el cambio que sufra cualquier elemento modifica a todos los demás y, por ende, a todo el proceso. Por lo tanto, la comunicación es un proceso que está integrado por varios elementos que interactúan entre sí que determina las características específicas de las situaciones comunicativas concretas.²



Los elementos del proceso de la comunicación son: emisor, mensaje, canal, receptor, ruido y retroalimentación.

Emisor: persona, personas o instituciones que emiten un mensaje. Algunos autores como Daniel Prieto (1992), señalan que existen principalmente dos tipos de emisores: emisor real y emisor vocero. El primero se refiere al que emite un mensaje original, es decir, que fue elaborado por primera vez y tiene el propósito comunicativo que éste le imprime. El segundo se refiere a un emisor que solo es un instrumento de transmisión de un emisor real, por ejemplo, un empleado de la Secretaría de Salud (el director de Comunicación Social) que emite mensajes siguiendo las políticas establecidas por el director general de esa institución.¹

Mensaje: está constituido por la información codificada por el emisor para ser enviado al receptor, según Berlo (1977), se divide en tres fases estructurales: código, contenido y tratamiento.³

Código: se refiere a que todo mensaje está basado en un lenguaje, que puede ser una lengua o cualquier sistema de signos.

Cuando el emisor elabora un mensaje, se le denomina también codificador, debido a que estructura su mensaje con base en un código; cuando el receptor descifra ese mensaje se le denomina decodificador, por que interpreta ese mensaje a partir de un código.

Contenido: enunciación (información) que se elabora con base en los códigos. El ser humano sólo puede comprender los contenidos de un mensaje si conoce el código.



Tratamiento: para comprender este concepto, hay que considerar dos aspectos: el propósito del emisor, es decir, la intención que tiene al emitir un mensaje y las características de su destinatario, que puede ser una persona, un grupo o una multitud. El tratamiento es la forma o estructura que tiene el mensaje, considerando su sentido.¹

Canal: en 1996 McEntee, con base en Berlo, define al canal como el medio por el cual el estímulo o mensaje se pasa de la mente de la fuente (encodificador) a la mente del receptor (decodificador). Sin embargo, este autor afirma que cualquier medio que envíe mensajes es un canal; así, el aire y las ondas sonoras son canales, pero también lo son el cine, radio, televisión e Internet.²

Moles en 1975, siendo un prestigiado investigador de la teoría de la comunicación, clasifica los canales en fisiológicos y técnicos. Entre los primeros se encuentran el sonido, tacto, oído y la vista, mientras que los canales técnicos están conformados por la radio, cine, televisión, prensa, fotografía y, actualmente, se agregan las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's), entre las que se ubica el Internet.¹

Receptor: es la persona que capta los mensajes enviados por el emisor para lo cual requiere descifrarlo a través de un código común. La interpretación que surja no necesariamente corresponde a los propósitos del emisor, sea porque así se lo propuso, sea porque careció de habilidades para hacerlo, pero tuvo la oportunidad de conocer los motivos.³

El mensaje puede ser recibido por otra persona o personas que no formen parte del objetivo del emisor y también son receptores aunque no destinatarios.

Ruido: es cualquier interferencia en el proceso de la comunicación. El ruido puede estropear la fidelidad del mensaje e interpretarse con otro sentido o simplemente no escucharse.¹

Retroalimentación: es el paso final que cierra el circuito con la respuesta del receptor al emisor, sino se diera la retroalimentación se frustraría la comunicación porque se quedaría a nivel unilateral, como información.³

Figura 1

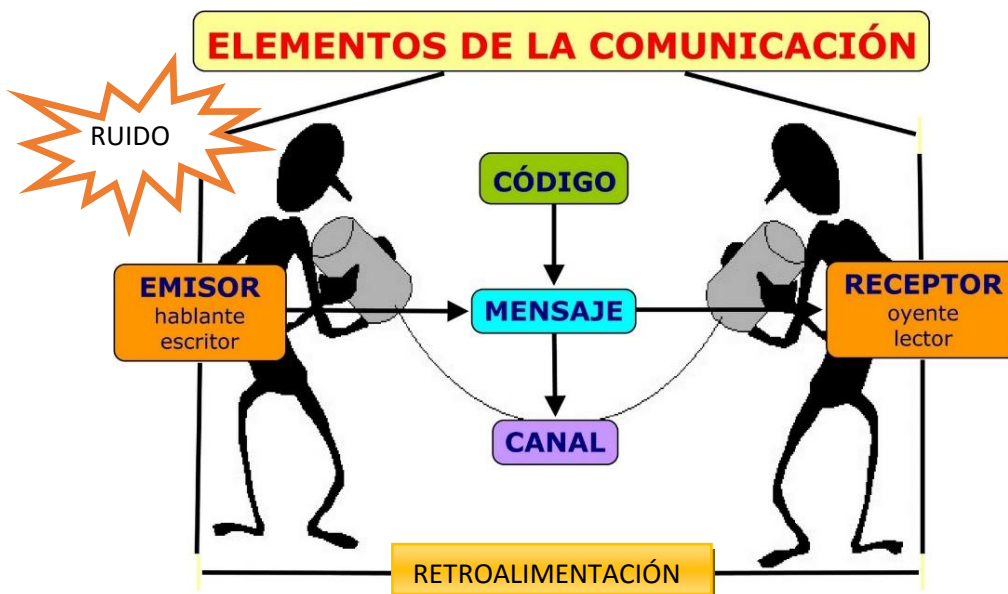


Figura 1 Elementos de la comunicación.³⁸

1.3 Tipos de comunicación

La comunicación es un fenómeno social que se hace presente de diversas maneras.

Estas se clasifican en tipos y formas dependiendo de la manera en que se relacionan los individuos, así como de los instrumentos que utilizan para su



comunicación. Estos tipos y formas de comunicación humana están determinados por la cultura.¹

Maletzke (1976) elabora la siguiente tipología:

Comunicación directa

Se establece entre dos o más personas que interactúan para platicar y analizar un problema, entre otros. Con este tipo de comunicación se crean las condiciones para incrementar las relaciones humanas. También se considera como la más antigua, pues emplea medios naturales, como los sentidos. Por ello, la comunicación directa requiere la proximidad física del emisor y receptor.³

Comunicación indirecta

No requiere la presencia física del emisor y receptor. Se realiza necesariamente con el apoyo de medios o canales artificiales es decir, instrumentos creados por el hombre para poder comunicarse.

Uno de los vestigios más antiguos de este tipo de comunicación lo podemos encontrar en la pintura rupestre, hasta llegar a la carta, teléfono y telégrafo. En la actualidad existen las “TIC’s”, entre las que se encuentran las redes sociales como Facebook.¹

Comunicación unilateral

Este tipo de comunicación se da “de un solo lado”, en “una solo dirección”. En este proceso sólo el emisor asume el papel activo y el receptor adopta la forma pasiva.



Comunicación recíproca

Implica la posibilidad de diálogo entre los participantes, con quienes se establece una verdadera comunicación. El carácter de ésta se liga básicamente, con la relación entre los interlocutores, de tal manera que rompe con la división (artificial) entre emisores y receptores: “todos son emisores y receptores a la vez”.³

Comunicación privada

La característica principal de esta comunicación consiste en que el emisor y el receptor se ubican en una situación comunicativa en lugares cerrados o abiertos; pueden ser dos personas o un pequeño grupo.¹

Comunicación pública

Es la que tiene lugar entre una o varias personas. La mayor parte del tiempo toma la forma de un discurso público, aquí encontramos los procesos de comunicación a través del teatro, cine, radio, televisión, prensa y en algunas redes sociales como Facebook.⁴

Nuevas habilidades comunicativas y cognitivas

Es importante que el profesional de la salud muestre las habilidades comunicativas necesarias para discutir con el paciente la información que aparece en la red, y así poder orientarlo sobre la información que es importante y cuál no lo es y de esta manera el paciente no interprete la información como una amenaza de la autoridad médica, y poder negociar con el paciente el plan de intervención que más se adecua a sus



necesidades. El profesional de la salud es argumentador, procesador de información y no sólo un proveedor de ella, por lo que sus estructuras de conocimiento deben adaptarse a la nueva situación.⁵



2. LA TECNOLOGÍA EN LA COMUNICACIÓN

2.1 Nuevas tecnologías

En la actualidad, los medios de comunicación electrónicos han revolucionado extraordinariamente la relación entre los grupos humanos.

Para la información educativa la computadora, puede proyectar textos, figuras, gráficas, videos y presentaciones animadas entre otros, sin embargo siempre será necesaria la presencia del educador, quien hará alguna aclaración necesaria, contestando preguntas y llevara a cabo las intervenciones pertinentes.

Uno de los avances indudables de la tecnología actual es la Internet, red mundial de información que permite que se puedan consultar y obtener gran cantidad de datos sobre las enfermedades, métodos de prevención tratamiento y estadísticas desde una computadora, así como tener noticias desde cualquier parte del mundo sobre asuntos relacionados con la salud, además se puede conocer el pensamiento de expertos, enterarse de eventos, congresos, asambleas, entre otros beneficios.⁶

Es importante destacar que el acceso a Internet es libre, no requiere contraseñas o registros especiales, puede no tener la calidez de la información proporcionada por una persona, por medio de la voz, la correspondencia escrita o la entrevista personal, pero tiene la rapidez que nunca antes se había obtenido y es un valioso complemento de las otras vías de información.⁷



2.2 Historia de Internet

Internet se puede definir como una gigantesca red formada por miles de ordenadores distribuidos por todo el mundo y conectados entre sí, que comparten la información y los recursos que existen en cada uno.⁸

La Internet nace a principios de los años 60 en USA, donde el ejército usó una red de computadoras, llamada ARPANET, para uso militar. Posteriormente se extendió su uso al mundo universitario americano, donde se empezaron a vislumbrar las inmensas posibilidades de esta red informática para su aplicación a la ciencia. Internet nació con el propósito de compartir información entre universidades, compañías, gobiernos e individuos. A partir de ahí se desarrolló de forma exponencial, tanto en usuarios como en recursos.

Su crecimiento va a un ritmo vertiginoso. Constantemente mejoran los canales de comunicación con el fin de aumentar la rapidez de envío y recepción de datos. Cada día que pasa se publican en la red miles de documentos nuevos y se conectan por primera vez miles de personas.

En el año 1995, se produce el gran boom de Internet Comercial y en 1996 nace Internet 2, con un proyecto universitario en USA, pensado para el uso científico y tecnológico, con la finalidad de crear una red propia compatible con la actual, que solucione todos los problemas de banda ancha y con un buen número de aplicaciones revolucionarias.⁹

Características de Internet

Cualquier tipo de ordenador se puede conectar a Internet, desde los potentes ordenadores centrales de las instituciones hasta el ordenador personal que tenemos en el domicilio. Cualquier persona puede transmitir información



desde su ordenador a otro a través de la línea telefónica utilizando un módem.⁸

Conexión a Internet

Para poder conectarse y acceder a los servicios que Internet ofrece se requiere:

a) Línea telefónica. Se conecta al ordenador. Sirve la misma línea que se utiliza para hablar por teléfono. Normalmente, esta línea telefónica tiene un conector en la pared, al que se suele enchufar el teléfono.

b) Módem. Es un aparato que permite la conexión del ordenador a la línea telefónica. Imprescindible para poder comunicarse a través del teléfono con el resto de los ordenadores en la red.¹⁰

c) Acceso a Internet. Una cuenta de acceso a Internet proporcionada por un proveedor de acceso a la red. Los proveedores son empresas que permiten la conexión del ordenador a la red. Disponen de ordenadores llamados servidores a los que se conecta el ordenador, y que a su vez conecta a la red.⁸

d) Ordenador. Sus características pueden ser muy variables, aunque existen unas condiciones mínimas: No es necesario que sea especialmente rápido aunque sería recomendable que dispusiera al menos de un procesador Pentium o superior.¹⁰

Disco duro al menos 40 Gb. Cuanta mayor capacidad, mayor espacio asigna el sistema para guardar en memoria páginas cuyo acceso se repite, por lo que genera inmediatez en la carga siempre que esta página no haya sido modificada desde su último acceso.



e) Software. (Programas y lenguaje de ordenador). Permite la comunicación entre el ordenador y el servidor, éste recibe el nombre genérico de navegador.⁸

Conexión inalámbrica

El más popular es el Wi-Fi (Wireless Fidelity), es una red inalámbrica que permite especialmente a computadoras o teléfonos equipados conectarse a Internet sin cables.¹¹

En 1974, se estableció por consenso cuál debía ser el modo de transmitir la información entre dos ordenadores, y nacieron los famosos IP (Internet Protocol) y TCP (Transmission Control Protocol). Estos protocolos establecían el modo como la información debía pasar de unas redes de ordenadores a otras, y sigue siendo válido en la actualidad.

Los postulados básicos del IP (Internet Protocol) desarrollados en 1974 son:

Cada ordenador presente en Internet debe poseer un número identificativo a modo de dirección, que está formado por cuatro números del 0 al 256. Estos números estarán separados por puntos para una mejor codificación, por ejemplo, una dirección de Internet podría ser 125.32.45.101.

El IP es la base de las comunicaciones en Internet, pero sobre el mismo existe otro protocolo que actúa de forma añadida: es el Transmission Control Protocol (TCP). Como ambos actúan a la vez, en forma de capas, el protocolo de transmisión en Internet es a menudo llamado como TCP/IP.

El TCP básicamente proporciona un mejor control de grandes cantidades de información. Así, añade al IP información acerca de cuántos bytes componen el paquete, cuántos paquetes forman la información completa, y dónde



encaja el actual paquete en la información original. De este modo, si por algún motivo la información llega incompleta o errónea, el TCP detecta el error y pide al ordenador que ha enviado la información la repetición del paquete que le falta.

Por Internet circulan así millones de paquetes IP al día, transmitiendo a través de las líneas telefónicas la información que los usuarios precisan.¹⁰

2.3 Las TIC´s e Internet

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC´s) engloban el conjunto de recursos necesarios para la agrupación, almacenamiento, procesamiento, transmisión y presentación de la información en una diversidad de formatos (texto, imagen, sonido).

Las posibilidades de Internet y las TIC´s son inmensas y están en constante desarrollo. En el mundo de la Internet se produce y consume todo tipo de información multimedia y permite la comunicación e interacción entre las personas sin importar el lugar donde éstas se encuentran, por lo que es un canal global e interactivo de comunicación.¹²

2.4 Redes sociales y comunidad virtual

Las redes sociales han existido desde tiempos inmemoriales; realmente no se puede decir que nacen a raíz de Hi5 o Facebook. Aunque el término como tal pudiera no existir, desde la prehistoria el ser humano ha convivido en grupos, tribus y comunidades que tenían en común la zona geográfica, relaciones comerciales o interacciones afectivas. La particularidad es que en la antigüedad la comunicación no se llevaba a cabo por Internet.



Lo que proporcionan las redes sociales hoy en día son los medios para comunicarse a grandes distancias, así como un sinfín de herramientas que acompañan la convivencia de las personas. De este modo, se llama red social no sólo al grupo de personas, sino al sistema que las aloja y les brinda los servicios necesarios.

Aunque aquí es importante aclarar que una red social no es lo mismo que una comunidad virtual, ya que en la primera los vínculos entre usuarios son infinitos y no necesariamente tienen un interés común, mientras que la segunda se crea justo por esa razón.²¹

Algunas definiciones de red social con base en Prato (2010), son:

- ✚ Sistemas que permiten establecer relaciones con otros usuarios.
- ✚ Espacios de intercambio de información, generación de relaciones e interacción entre distintas personas.
- ✚ Estructuras que se pueden representar en forma de grafos, en los cuales los nodos representan individuos y las aristas las relaciones entre los mismos. Dichas relaciones pueden ser de muy diversos tipos.

Una red social a nivel general, es una estructura social formada por nodos –habitualmente individuos u organizaciones– que están vinculados por uno o más tipos de interdependencia, tales como valores, puntos de vista, ideas, intercambio financiero, amistad, parentesco, conflicto, comercio, entre otras.¹⁴

Históricamente

En la década del 2000 hubo un crecimiento importante de las redes sociales.



Un sitio de redes sociales es un servicio en línea en el que los miembros pueden establecer relaciones con base en amistad, afinidad, intereses comunes, ventaja comercial u otras razones. Una red social facilita estas interacciones y simplifica el proceso de intercambio de información.

SixDegrees.com, uno de los primeros sitios de redes sociales, fue lanzado en 1997 por Andrew Weinreich, para crear el sitio se inspiró en la teoría de los “seis grados de separación” que afirma que “cualquier persona puede conectarse con cualquier otra persona en el planeta a través de una cadena de conocidos que no tenga más de cinco intermediarios”.

A pesar de atraer a millones de usuarios, el sitio no pudo conseguir fondos y publicidad suficientes para sostener su modelo de negocios y cerró en el año 2000; no obstante, preparó el camino para los “Me gusta” de Facebook, LinkedIn y muchas otras redes sociales.¹⁵

En 2001, Adrian Scott desarrolló Ryze.com, una red social para ayudar a la gente a conectarse, Scott presentó el proyecto a sus amigos más cercanos en San Francisco; muchos de ellos se convirtieron en los empresarios e inversionistas detrás de sitios de redes sociales como Friendster, Tribe.net y LinkedIn. Figura 2



Figura 2 Logotipos de Redes.^{39,40,41}



Sin embargo Ryze.com nunca llegó a tener una masa crítica mientras que Friendster disfrutó de un ascenso meteórico y sufrió una caída igualmente estrepitosa, que se calificó como “una de las mayores decepciones en la historia del Internet”, esta red social tuvo problemas de servicios constantes e intermitentes.¹⁶

Por el lado positivo, Tribe.net eventualmente consiguió una audiencia de nicho real, mientras que LinkedIn creció hasta convertirse en la segunda red social más popular.

En agosto del 2003, varios empleados con cuentas en Friendster decidieron imitar las características más populares de esta red social para crear MySpace. De acuerdo con Tom Anderso, uno de los cofundadores, al crear MySpace “querían atraer a los usuarios emigrados de Friendster”, sin embargo, lo que motivo su rápido ascenso a la popularidad fue la afluencia masiva de adolescentes en 2003.

El 9 de agosto de 2006, MySpace llegó a 100 millones de cuentas y para 2007 era considerado como el sitio de establecimiento de contactos sociales líder en Estados Unidos, valuado en 132 millones de dólares.¹⁵ Figura 3



Figura 3 Logotipos de redes.⁴²



Un año antes de ser lanzado Facebook, se crea Hi 5 en el 2003, esta red conquistó a más de 60 millones de miembros, siendo muy fuerte en los países de América Latina.¹⁷

Cada individuo en la red esta interconectado a otros individuos que, a su vez pueden estar relacionados con otros o con los primeros, dependiendo de la red en la que se encuentre.¹⁸ Figura 4



Figura 4 Representación de una red social.⁴³

2.4.1 Facebook

El 4 de febrero de 2004 Mark Zuckerberg, un estudiante de la Universidad de Harvard lanzó Facebook, con su primer nombre de dominio, the Facebook.com, a diferencia de los anteriores sitios de redes sociales, al principio la membresía estaba limitada a las personas con una dirección de correo electrónico de Harvard, a las 24 horas de lanzamiento, 1200 estudiantes de Harvard se convirtieron en miembros; un mes después, más de la mitad de la población de estudiantes de Harvard había creado un perfil.



La red social se extendió rápidamente a otras universidades del área de Boston, luego a otras universidades de la Ivy League y gradualmente a la mayoría de los colegios y universidades en Estados Unidos.

El nombre de la red se cambió oficialmente a Facebook.com en agosto de 2005 y después se compró el nombre del dominio por 200 mil dólares.

El 2 de septiembre de 2005 se permitió que los estudiantes de enseñanza media de Estados Unidos se unieran a Facebook, lo que aumentó sustancialmente el mercado objetivo.

En septiembre de 2006 Facebook amplió su política de registro a cualquier persona mayor de 13 años de edad con una dirección de correo electrónica válida.¹⁶

El 19 de abril de 2008, Facebook superó el tráfico de MySpace. Sin embargo las membresías en Facebook aumentaron en forma incontrolable y alcanzaron 100 millones de usuarios activos para agosto de 2008, 350 millones para diciembre de 2009, 500 millones para julio de 2010 y 750 millones en junio de 2011, a inicios del 2012 contaba con 800 millones de usuarios.¹⁹ Figura 5



Figura 5 Logotipos de redes.⁴⁴



2.4.1 Twitter

Twitter es una de las redes sociales más jóvenes, pero su crecimiento ha sido tal que se puede comparar a las grandes redes, gracias al concepto de información al instante.¹⁶

La historia de Twitter comienza en San Francisco, en marzo del 2006, como un proyecto de investigación y desarrollo que lleva a cabo una pequeña empresa llamada Obvious, LLC.

En julio del 2006, Jack Dorsey, Biz Stone y Evan Williams crearon la empresa Twitter Inc., para explotar el nuevo servicio y poder conseguir inversores.

Consiguieron 35 millones de dólares procedentes de distintos inversores y el servicio se lanzó al mercado en octubre del mismo año. Rápidamente, empezó a ganar seguidores, pasando de 20,000 textos al día a más de 60,000. Esto le abrió las puertas para conseguir otros 20 millones de inversión antes de finales del 2007, lo que le permitió afrontar con fuerza su etapa de crecimiento.

El logo de Twitter es un pequeño pájaro porque Twitter significa trino o gorjeo. De hecho, a los textos de Twitter se les conoce como tweet, que significa trinar o gorjear.²⁰

El Twitter cuenta con 140 caracteres para expresar una idea, esta red social se ubica entre una de las más populares del momento. Una considerable cantidad de expertos opinan que ésta es la red social más utilizada por muchos sectores de la sociedad.

Es un servicio gratuito que combina características de los SMS (Short Message Service), los blogs y la mensajería instantánea, la cual consiste en redactar y enviar mensajes de texto de una longitud máxima de 140



caracteres, denominados tuits, que son vistos por los usuarios que los siguen. Y se ven los mensajes que escribe la gente a la que se sigue.

El envío de los mensajes se puede realizar desde la página web de Twitter, desde un teléfono móvil o desde aplicaciones que están en la nube o en un ordenador.¹²

Elementos básicos de las redes sociales

Los elementos básicos que implican la representación de las redes sociales son cuatro:

1 La presencia: cada individuo en la red tiene presencia y ello refiere su participación en un momento dado, por lo tanto es estar conectado.

2 Interacción: las TIC's propiciara la interacción como una manera nueva de comunicarse, en atención a la comunicación que se daba con los anteriores medios masivos (radio, prensa y televisión). Con Internet, la interacción se refiere a la conexión entre personas. Se logra a través del envío de mensajes.²¹

3 Comunicación: la comunicación que ocurre entre los individuos que accedan al ciberespacio les permite ver y saber de cualquier cosa en cualquier lugar del mundo y estar muy cerca a pesar de la distancia, con tan sólo realizar una llamada, abrir un e-mail, chatear, navegar, twittear, en fin comunicarse.¹²

4 Identidad digital: es la manera de presentarse en los entornos digitales. Se crea un perfil público y el usuario pasa de una comunidad cerrada a una comunidad abierta.²¹



Redes sociales móviles

La diferencia que marcan las redes sociales móviles es su total accesibilidad espacial y temporal. El acceso tradicional a las redes sociales desde un ordenador de sobremesa no refleja la movilidad del mundo actual. Para que una red lo sea en una dimensión total, es necesario su ubicuidad y para ello se necesita un acceso a través de dispositivos móviles.

En esta evolución hacia el mundo móvil de las redes sociales se puede distinguir dos tipos; adaptadas y nativas. Las primeras son redes sociales ya existentes que han creado una versión móvil de sus aplicaciones, las segundas son redes sociales dedicadas, creadas ex profeso para los entornos móviles.

Gracias a la hibridación de dispositivos como la telefonía móvil e internet y al rápido crecimiento de las redes inalámbricas ha surgido la oportunidad de extender el aprendizaje de una forma totalmente ubicua en sentido espacial como temporal.

De este modo se está asistiendo a una gradual adaptación de las comunidades virtuales como los blogs, páginas web, plataformas virtuales de aprendizaje como Moodle, sitios web y redes sociales, entre otras, dedicadas al aprendizaje y al entorno móvil que caracteriza nuestra sociedad actual.²²

2.5 Páginas Web

La WWW (World Wide Web)

Es un conjunto de ordenadores que contienen documentos escritos en un lenguaje especial a los que se puede acceder en forma rápida y sencilla. Se les denomina documentos de hipertextos (html) y contienen unos elementos



denominados hiperenlaces que permiten trasladarse a otros documentos existentes en el mismo ordenador y en otros ordenadores.⁸

La www fue creada en 1990 por el británico Tim Berners-Lee y gestionada en la actualidad por el WWWConsortium (Consortio de la WWW), formado por empresas de EEUU. El Consortio busca extender la WWW, aportando facilidades de software y otros medios puestos a disposición de toda la humanidad, de modo gratuito.

El término inglés “web” corresponde con el de “telaraña” en castellano. La telaraña posee una estructura radial, con múltiples nudos entre los hilos que se cruzan, con una complejidad y una extensión creciente.

El creador de la www fue Tim Berners-Lee, que lo definió como “un sistema capaz de saltar de un sitio a otro de una forma automática, presentando una diversidad de datos que de otra forma no estarían disponibles”.²³

La página web es el sistema más popular para acceder a la información existente en la Internet, que distribuye la información. En la red quedan almacenadas lo que se llama páginas web, que no son más que páginas de texto con gráficos o fotos. Cuando alguien esté conectado a Internet puede acceder a dichas páginas y verlas en la pantalla del ordenador.

Este sistema de visualización de la información revolucionó el desarrollo de Internet.

A partir de la invención de la web, muchas personas empezaron a conectarse a la red desde sus domicilios.

Cada página de información contiene texto, imágenes y enlaces con otras páginas.⁸



La primera página

La primera página web fue creada por el físico Paul Kunz, de la Universidad de Stanford (California). Trabajó con el británico Tim Berners-Lee, creador de la WWW. Unieron el ordenador de Stanford y el de Ginebra (Suiza). Kunz escribió el código html del sitio web y lo colocó en el servidor de Berners-Lee. La primera página web constaba de tres líneas de texto y dos enlaces.

Las direcciones

El grupo de signos http:// sirve para que el navegador conozca que servidor se busca. Si no se pone otro (ftp, gopher...) no se necesita escribir http://, porque los navegadores actuales lo designan por defecto.

Los sitios de la web

Cada página web y cada sitio web tiene una dirección única distinta a la asignada a otra página o sitio. Se le conoce como URL (Uniform Resource Locator o Localizador Uniforme de Recursos).

Una página de un sitio web es un documento electrónico que está escrito en el lenguaje HTML. Casi todos los programas (word, Excel, acces, power point...) pueden traducirse a HTML, las páginas web son únicamente de lectura y no pueden ser modificadas por el visitante, sin embargo hay un cierto diálogo interactivo, por ejemplo, cuando la página pide ciertos datos o se acepta pasar a otra página, vinculada con ella.²³

Las páginas web son multimedia como las de una revista: texto, imágenes (dibujos, fotos, esquemas), programas informáticos, sonidos y video.

Los vínculos (links) que ofrece una página web sirven para pasar bien a otras páginas del mismo sitio o bien a páginas de otros sitios, que mantienen alguna relación con los contenidos de la primera.⁸



Todas las direcciones de los sitios web tienen unas letras detrás del punto que sigue a www y por delante de todas las barras diagonales de las concreciones de una determinada página de un sitio. Pues bien, existe un sistema de nombres de dominio (DNS, Dominion Name System) que relaciona el nombre de dominio con el número del ordenador que guarda la información.

En el nombre de dominio se encuentran dos o tres partes separadas por puntos. Las primeras suelen estar formadas por letras o palabras. La última parte compuesta por dos o tres letras, va a l final de la dirección y, por supuesto, separada de la primera o primeras por un punto.²³

La primera parte es el nombre elegido por la organización o persona que mantiene el sitio web. La última parte, las dos o tres letras son el dominio genérico de primer nivel que especifica el tipo de organización en el que mejor encajan los contenidos del sitio. He aquí las letras de los dominios genéricos:

- ✚ com (compañía comercial o de negocio). El 85% de todas las direcciones URL.
- ✚ edu (educativo).
- ✚ org (organización sin ánimo de lucro).
- ✚ net (proveedor de interconexión).
- ✚ gov (gubernamental).
- ✚ mil (militar).
- ✚ rec (entretenimiento)
- ✚ info (servicios de información)



Además de los dominios genéricos de primer nivel, hay cerca de 250 dominios territoriales de primer nivel, tales como:

- ✚ .es (España).
- ✚ .uk (Reino Unido).
- ✚ .de (Alemania).
- ✚ .fr (Francia).
- ✚ .us (EEUU).
- ✚ .mx (México).
- ✚ .ar (Argentina).

La elección del nombre específico de la dirección de un sitio es libre, salvo la limitación de que no debe coincidir con otro ya existente. El que desea registrar un nombre de dominio debe pagar una cantidad módica una vez al año.⁸

2.6 Plataformas

Desde un punto técnico, las plataformas se conocen como Webtools, que son herramientas para crear y desarrollar cursos en la web, o también como LMS, learning management systems (sistemas de administración de aprendizaje), dirigidos a la administración y gestión de las actividades académico-administrativas de un curso.

Existen numerosas plataformas disponibles en el mercado, tanto las de acceso libre como aquellas que pueden utilizarse mediante la adquisición de licencias.

Otra posibilidad es producirlas en las propias instituciones educativas.²⁴



2.6.1 Moodle UNAM

Moodle es una aplicación web encuadrada dentro de lo que se conoce hoy como Sistemas de Gestión de Aprendizaje, también conocidos como plataformas e-Learning, un subgrupo de los Gestores de Contenidos. Figura 6

Los Sistemas de Gestión de Aprendizaje son aplicaciones utilizadas para crear y gestionar plataformas educativas, es decir, entornos virtuales donde una institución, empresa o centro educativo, gestiona sus recursos educativos proporcionados por unos docentes y desde ahí se organiza el acceso por los estudiantes, y se permite la comunicación entre alumnos y profesores.¹²



Figura 6 Plataforma Moodle.⁴⁵

Origen

El desarrollo de Moodle fue iniciado por Martin Dougiamas. Su diseño y desarrollo se basaron en una determinada filosofía del aprendizaje, una forma de pensar que a menudo se denomina “pedagogía constructorista



social”. Dicha filosofía afirma que el conocimiento se construye en la mente del estudiante en lugar de ser transmitido sin cambios a partir de libros o enseñanzas y también en el aprendizaje colaborativo.

Un profesor que opera desde este enfoque, crea un ambiente centrado en el alumno, lo cual le permite construir el conocimiento con base en sus habilidades y conocimientos propios, en lugar de simplemente publicar y transmitir la información que se considera que los estudiantes deben conocer.

La versión 1.0 de Moodle apareció el 20 de agosto del 2002 y a partir de ahí han aparecido nuevas versiones de forma regular que han ido incorporando nuevos recursos, actividades y funcionalidades.

En 2009 Moodle cuenta ya con 57,500 sitios registrados oficialmente y distribuidos en 210 países. Tiene una gran comunidad de usuarios con más de 700000 usuarios registrados en su web oficial y se encuentra traducido a más de 75 idiomas.²⁵

Ámbito de aplicación

Según su ámbito de aplicación la plataforma educativa Moodle se puede clasificar para su uso en:

Escolar

Servicio prestado a alumnos que por diversos motivos, no puede desplazarse temporalmente al centro escolar.

Se puede subir documentación, realizar actividades interactivas y hacer cuestionarios de repaso entre otros.



También permite hacer un seguimiento y control eficaz de la evolución del grupo.

En relación a la enseñanza mixta, ésta complementa la enseñanza presencial con el refuerzo y/o aprendizaje de las herramientas proporcionadas por un entorno virtual de estas características. Es perfectamente compatible hacerlo desde el centro educativo o fuera de él, en horas lectivas o no, esta enseñanza es adecuada en proyectos interdisciplinarios.²⁶

Universitario

Se emplea como complemento en la enseñanza presencial. Pone a disposición de los estudiantes recursos como documentos o presentaciones que, debido al tiempo limitado, no se pueden ofrecer en las clases presenciales, complementando la formación integral del alumno.

Por otro lado también se selecciona para la realización de actividades que se envían al profesor mediante la plataforma educativa.

Otra utilidad es mediante el uso de los foros que invita al alumnado a participar en el debate sobre alguno de los temas tratados en la asignatura.

Hay que destacar las autoevaluaciones que se llevan a cabo a través de Moodle, el alumnado controla su progreso y el dominio que va alcanzando de la materia con el fin de prepararse para un examen.

Mediante el uso de Moodle, se potencia a los estudiantes a no depender exclusivamente de un examen, sino que se le motiva para que expresen su opinión acerca de un tema (foros) y a realizar investigaciones para los trabajos propuestos, consiguiendo así que el alumno aprenda a buscar información válida y que al mismo tiempo pueda ser capaz de formarse una



opinión respecto de un tema debatiendo con sus compañeros y el profesor acerca del mismo.²⁵

✚ Empresa

Permite que muchas empresas lo utilicen dentro de su portal web como medio para la formación de sus empleados en determinadas áreas específicas.²⁶

✚ Administración Pública

Existen cursos de formación continua que pueden ser impartidos a través de Internet.²⁵

2.7 Blogs

Un blog es un espacio en la red, muy sencillo de crear y manejar, que sirve para expresar opinión, compartir inquietudes, anécdotas o publicar fotos.

- ✚ Es un sitio web que se actualiza periódicamente, y en el que es posible compartir información importante.
- ✚ En él se puede comunicar lo que se quiera sin restricción alguna, ya que el que comunica es el escritor, editor y el que publica.
- ✚ Los artículos publicados se llaman “entradas”, y se organizan automáticamente en orden cronológico: la primera en verse es la última que se publicó.
- ✚ Al final de cada entrada, se ofrece la posibilidad de que los lectores dejen sus comentarios.

La importancia de un blog no está en su diseño que es de texto en la mayoría de los casos, sino el hecho de poder publicar de inmediato.



Habitualmente en cada artículo, los lectores pueden escribir sus comentarios y el autor les da respuesta, de forma que es posible establecer un diálogo.¹³

Se ha visto que con el uso de los blogs pacientes y médicos pueden llegar a mejorar su relación interpersonal y por ende mejorar la calidad de la salud. Se pueden publicar opiniones acerca de enfermedades, publicar imágenes clínicas, videos de procedimientos, entre otros.⁸



3 LA TECNOLOGÍA APLICADA A LA ODONTOLOGÍA

3.1 La salud bucal en las redes sociales

Uno de los sectores donde Internet ha supuesto un verdadero impacto social es en la salud. Se cuentan por miles el número de sitios en la red donde se pueden encontrar contenidos de formación, información y servicios de salud dirigidos tanto al profesional como al público en general y cada vez son más los usuarios que acceden de forma habitual a estos sitios.²⁷

La publicidad constituye una vía muy importante para la promoción de la salud. En definitiva, los mensajes relacionados con la salud aparecen hoy en día en campañas de prevención, anuncios publicitarios, programas de entretenimiento o debates, éstos inducen a cambios de actitud en beneficio de la salud y del bienestar.⁵

El acceso a la información sobre temas de salud y medicina, está cambiando de forma significativa la relación médico paciente en los últimos años. El paciente está más informado sobre su enfermedad gracias a las posibilidades que le brindan las nuevas tecnologías de la comunicación.²⁷

Es evidente que la Internet es un potente medio en la promoción de salud ya que permite entre otras cosas:

- Obtener información sobre salud y enfermedad, sobre beneficios de adoptar determinados hábitos.
- Realizar intervenciones dirigidas a promocionar la salud.



-
- Poder intercambiar información y recibir orientación y apoyo por parte de personas que comparten las mismas inquietudes, preocupaciones o problemas.
 - Obtener información sobre las estrategias y habilidades para iniciar y mantener un cambio de comportamiento.

Una persona preocupada por su salud puede acceder a una amplia variedad de información en la red a través de consultas a páginas web, blogs y redes sociales entre otras, que le facilitan recursos para que pueda modificar su estilo de vida y mejorar en consecuencia su calidad de vida y bienestar.

También es un lugar para realizar consultas acerca de sus problemas de salud a profesionales y recibir orientación a través de alguna aplicación o programa interactivo.⁵

3.2 El juego como medio de aprendizaje de la salud bucal en

Internet

Cuando el niño aprende algo nuevo lo incorpora a sus experiencias previas y en sus estructuras mentales, por consiguiente el aprendizaje es activo y sujeto a las experiencias que el niño acumule. En este caso, cabe destacar que es importante la intercomunicación social que el niño crea a través del juego, donde sus experiencias previas van a dar paso a nuevas ideas y conocimientos en diferentes áreas como en lo social, cultural, en salud, comunicación, resolución de problemas, elaboración de pensamiento y aceptación de él como sujeto.²⁶

El juego en sí mismo constituye una actividad primordial para niños y jóvenes, existen videojuegos por Internet que ayudan a estimular la



curiosidad, el aprendizaje, estimulan la experimentación y fomentan la retención de información.²²

El niño actúa en forma positiva en el aspecto social al compartir en el área afectiva, ya que se conoce más a sí mismo y a los demás y en el cognoscitivo debido a que desarrolla su intelecto y destrezas. El juego ofrece al participante una coyuntura para aplicar comportamientos nuevos a la vida cotidiana.²⁸

Desde temprana edad, los padres deben enseñar a sus hijos acerca de la importancia de una buena higiene bucal a través de una rutina divertida de cepillado e hilo dental que pueden realizar juntos.

Motivar a sus hijos a responsabilizarse por su propia salud bucal e infundir hábitos saludables, no sólo ayuda a prevenir las caries, sino que también eleva la autoestima de los hijos.²⁹

En Internet existen materiales educativos gratuitos y actividades, como lo son los juegos.

Los niños en edad escolar se muestran curiosos ante cualquier evento en donde puedan adquirir nuevas habilidades y conocimientos. Figura 7

Ellos se encuentran sujetos a constantes actividades las cuales facilitan su capacidad de captación que puede ser aprovechada para fortalecer la importancia de su salud oral de diversas maneras, una forma seria por medio de un juego para atraer su atención y motivar su participación a nuevas enseñanzas. Los juegos brindan una manera más fácil y rápida de aprender el correcto comportamiento que deben tener los niños y niñas para que puedan preservar y conservar por más tiempo sus dientes en boca.³⁰



DEFENSOR DE LOS DIENTES

Nombre del niño _____



Entrenamiento para tener una Sonrisa de Súper Héroe

Sigue el progreso de tu cuidado bucal en casa por 28 días, y estarás en el camino para convertirte en un Defensor de los Dientes!

Marca una X en el recuadro cada vez que te cepilles

DÍA 1	DÍA 2	DÍA 3	DÍA 4	DÍA 5	DÍA 6	DÍA 7
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Yo usé el hilo dental _____ días para deshacerme de la placa.

DÍA 8	DÍA 9	DÍA 10	DÍA 11	DÍA 12	DÍA 13	DÍA 14
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Yo comí alimentos más saludables, y menos alimentos dulces y pegajosos, para ayudar a prevenir los ataques de la placa!

DÍA 15	DÍA 16	DÍA 17	DÍA 18	DÍA 19	DÍA 20	DÍA 21
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Tengo una cita donde el odontólogo en _____ (fecha)

DÍA 22	DÍA 23	DÍA 24	DÍA 25	DÍA 26	DÍA 27	DÍA 28
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Mensajes Clave para "Practicar tus Súper Poderes".

1. La placa es bacteria. Cuando se mezcla con la comida, crea un ácido que puede atacar los dientes. Cepillarse y usar el hilo dental remueven la placa!
2. Cepillarse con crema dental con flúor ayuda a fortalecer los dientes y a combatir la placa.
3. Cepilla todas las superficies: arriba, abajo, adentro, afuera, la lengua y en la parte de atrás.
4. El hilo dental remueve la placa que el cepillado no pudo quitar.
5. Nunca compartas tu cepillo de dientes. Reemplázalo cada 3 meses.



Colgate
SONRISAS BRILLANTES,
FUTUROS BRILLANTES™

© 2012 Colgate-Palmolive Company. All Rights Reserved. A Global Oral Health Initiative.

Figura 7 Ejemplo de juego de la página de Internet de Colgate.⁴⁶



4. REDES SOCIALES EN LA PROMOCIÓN DE LA SALUD EN MÉXICO

4.1 Consumo de medios y dispositivos entre internautas

mexicanos

La asociación mexicana de Internet en 2014 realizó un estudio en 32 estados de la República Mexicana, de manera específica en 62 ciudades y poblaciones, enfocándose en hombres y mujeres de todas las edades.

El levantamiento de información se realizó entre los meses de agosto y septiembre del 2014, mediante un panel online.³¹ Figura 8

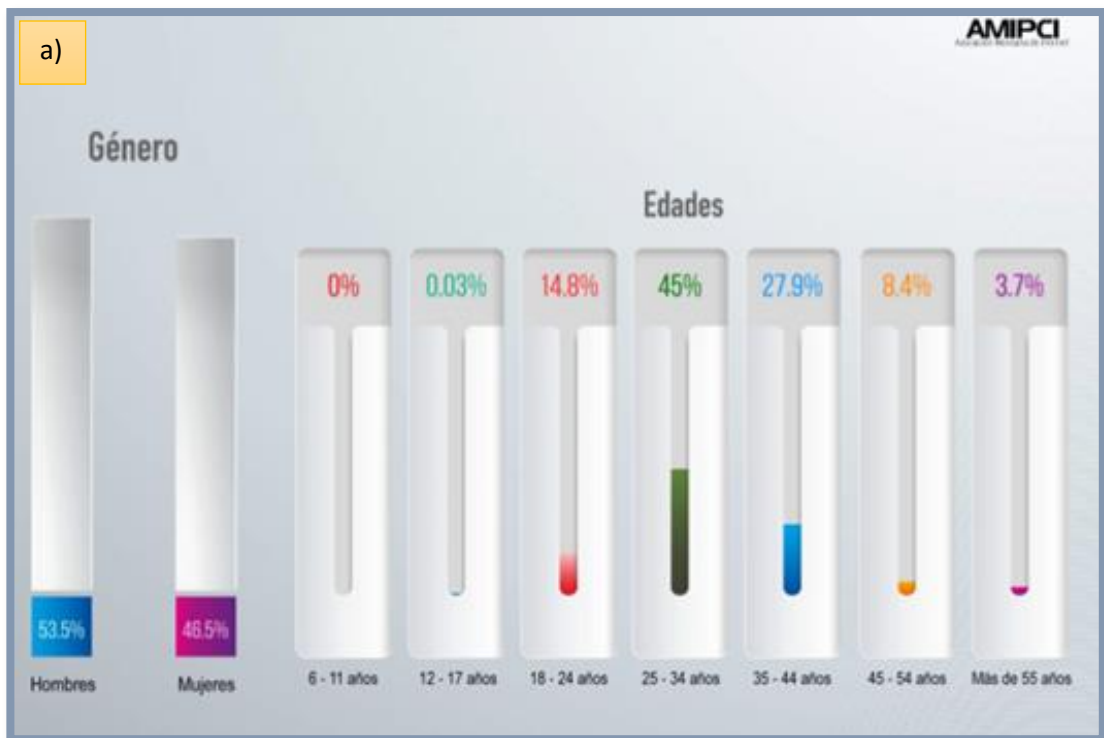






Figura 8 Consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos. a) Género y edad de la población que usa Internet. b) De acuerdo al estado civil. c) Tiempo de uso de Internet. d) Uso de redes.⁴⁷

Por otro en 2014 se realiza el estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos por la IAB México y Millward Brown, determinándose la siguiente información:

- Internet es fundamental en la vida de los internautas mexicanos.
- Para conectarse a Internet, en 2014 los internautas mexicanos usan tres dispositivos en promedio
- 9 de cada 10 internautas mexicanos siempre llevan consigo sus dispositivos móviles
- Los internautas mexicanos invierten en Internet más del doble del tiempo que en medios tradicionales para tener información veraz y en tiempo real de las noticias.
- 42% no puede salir de su casa sin sus dispositivos móviles.



El 11 de marzo del 2015 en la Ciudad de México, por séptima ocasión, IAB México y Millward Brown presentan el Estudio de Consumo de Medios y Dispositivos entre Internautas Mexicanos por quinto año consecutivo.

Acerca de IAB México

IAB (Interactive Advertising Bureau) es el principal organismo a nivel global que representa a la industria de la publicidad interactiva, fundado en 1996 en Estados Unidos, actualmente tiene presencia en más de 45 países.

IAB México es una asociación sin fines de lucro que inició actividades en Febrero del 2005 con el objetivo de integrar y fomentar el crecimiento de la industria a través del desarrollo y difusión de estudios, programas y mejores prácticas educativas. Cuenta a la fecha con más de 170 empresas asociadas.

Millward Brown es una de las agencias líderes de investigación en el mundo y su especialidad es la publicidad efectiva, comunicación estratégica, medios e investigación.

Millward Brown tiene más de 78 oficinas en 51 países. Servicios adicionales de Millward Brown incluyen por ejemplo Global Media Practice (mide la eficacia de los medios masivos), The Neuroscience Practice (utilizando la neurociencia para potenciar el valor de las técnicas tradicionales de investigación), Millward Brown Optimor (enfocado en ayudar a los clientes en maximizar el retorno de sus inversiones de marca y marketing), Dynamic Logic (el líder mundial en medir la eficiencia del marketing digital) y Firefly (la red global de estudios cualitativos).



Resultados del Estudio de Consumo de Medios y Dispositivos entre internautas mexicanos:

Se levantaron 1,196 entrevistas durante diciembre de 2014 a través de un panel de internautas representativo de la población total de usuarios a nivel nacional conformado por: Mujeres 49% y Hombres 51% de 13 a 70 años de edad. Figura 9

En México 66 millones de personas son internautas. Figura 10



Figura 9 Distribución de la muestra.⁴⁸

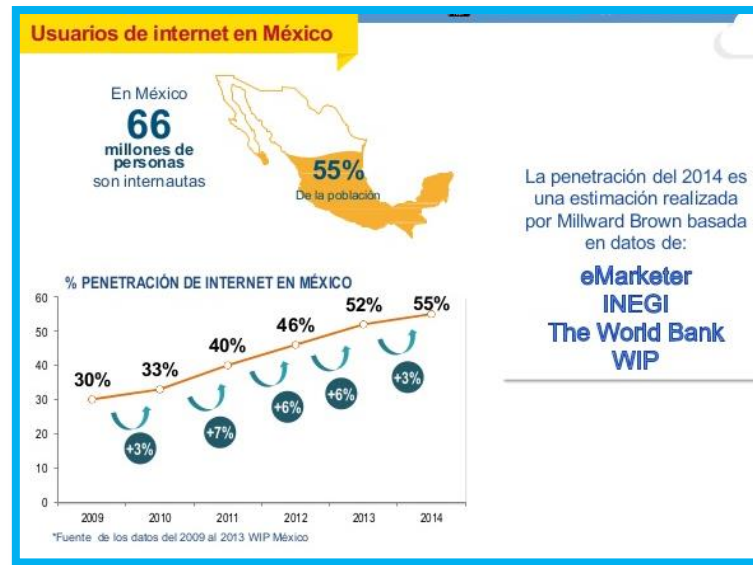


Figura 10 Usuarios de Internet en México.⁴⁸

En 2014 los internautas mexicanos interactúan con el mayor número de dispositivos, los encuestados declaran tener 4 dispositivos diferentes en promedio y utilizan 3 para conectarse: laptop (70%), smartphone (62%) y tablet (35%), mismos dispositivos que son la vía de conexión preferida de los internautas con 34%, 30% y 9% respectivamente. Figura 11

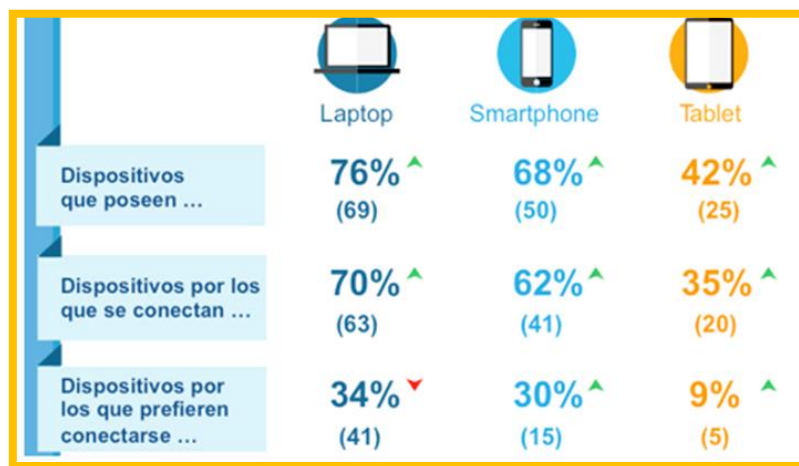


Figura 11 Dispositivos usados para el acceso a Internet.⁴⁸

La conexión wifi es el punto de acceso a Internet favorito para los mexicanos, ya que 83% se conectan desde una red contratada y 28% desde una red pública. Los internautas declaran pasar en promedio 6 horas diarias conectados activamente a Internet (1 hora más que en 2013). Figura 12

Un internauta visita 8 sitios o aplicaciones con mayor frecuencia por semana. Figura 13



Figura 12 Tiempo de conexión a Internet.⁴⁸



Figura 13 Sitios y aplicaciones más utilizadas.⁴⁸

Entre los sitios que más se usan para buscar información, se encuentran los buscadores, las redes sociales, entre otros. Figura 14



Figura 14 Sitios y aplicaciones más usados para buscar información.⁴⁸

Siguiendo con el estudio que se realizó, se encuentran los siguientes datos:

Las personas en México revisan casi 5 veces al día sus redes sociales y sólo una vez publican o postean algún tipo de información. Figura 15



Figura 15 Registro en redes sociales.⁴⁸



Diariamente los internautas utilizan pasiva y activamente sus redes sociales.

El registro en redes sociales continúa en aumento, 9 de cada 10 declara estar registrado en alguna, sin embargo sólo utilizan dos con mayor frecuencia, especialmente las siguientes: Figura 16

Facebook (93%)

YouTube (40%)

Twitter (23%)

Google+ (20%)

Instagram (18%).³²



Figura 16 Redes Sociales más usadas.⁴⁸

- 42% de la población busca información referente a salud en Internet.

Figura 17

Figura 17 Temas más consultados.⁴⁸

4.2- Redes de aprendizaje o aprendizaje en redes

Las redes de aprendizaje son comunidades o grupos de personas que pueden ser investigadores, docentes, estudiantes y trabajadores entre otros, que se relacionan con el propósito de construir conocimiento y desarrollar habilidades a partir de su interacción recíproca.

Una red de aprendizaje implica la construcción de espacios de encuentro y de acciones conjuntas que conllevan una cultura organizacional y una perspectiva transformadora. Este tipo de organización requiere:

a) Objetivos y metas estratégicos.



-
- b) Formas diversas de coordinación operativa.
 - c) Respetar y aprovechar las diversidades.
 - d) Explicitar todas las ideas y visiones.
 - e) Encontrar todos los puntos de convergencia posibles.
 - f) Dinámica y espíritu de aprendizaje.
 - g) Procesos y mecanismos de acumulación de la experiencia.
 - h) Una intensa dinámica comunicativa.

Una red de aprendizaje necesita compromiso, respeto, identidad, trabajo en equipo y conciliar los intereses personales y organizacionales para potenciar las experiencias y alcanzar los objetivos.

A su vez el aprendizaje en red implica un proceso mediado por diferentes tecnologías como la Internet, con todas sus posibilidades de comunicación, en donde un grupo de personas o comunidades aprenden en forma conjunta.³³

4.3 Autocuidados de la salud bucal por Internet

Hoy en día, las comunidades virtuales son una expresión muy útil, ya que permiten a las organizaciones, empresas, escuelas y negocios entre otros, mejorar su dinámica de trabajo, las relaciones con otras personas o incrementar su eficiencia.

De la misma forma, este territorio que deja de ser personal para convertirse en un sitio común de encuentro de intereses, permite utilizar palabras comunes para intercambiar y discutir, participar en el intercambio intelectual, llevar a cabo comercio, intercambio de conocimientos, compartir apoyo



emocional, hacer planes, jugar, efectuar lluvia de ideas, encuentros con amigos entre otros.⁹

Existen auxiliares para la educación del paciente donde se les explica cuáles serán los beneficios al acudir a consulta y cuáles son las consecuencias al no hacerlo. Las técnicas audiovisuales resultan muy efectivas.³⁴ Figura 18



Figura 18 La enseñanza en redes.⁴⁹

Se puede utilizar la ayuda de las comunidades para obtener información de muchos tipos, así desde una fecha específica, hasta un profundo tema de investigación.

Una persona puede estar en una parte del mundo y reunirse con otra en un espacio virtual en el que comparten diálogos de forma natural, presentaciones, videos, gráficas y hasta documentos.

Hay que destacar que la creación de redes sociales y comunidades virtuales han impactado en todos los sectores: científicos, educativos y artísticos entre otros.



Por otro lado la interminable cantidad de herramientas que existen en el mercado electrónico, han hecho posible la aparición de nuevos espacios informativos como lo es el área de la salud bucal.⁹

Las estrategias de comunicación por parte de los odontólogos debe contemplar las redes sociales, páginas web, blogs entre otros, como soportes nuevos de conversación y participación de los usuarios. Figura 19

Se han creado espacios digitales para que la gente se exprese con absoluta libertad y pueda introducir cualquier inquietud.

Entre las categorías más frecuentes de actividad, se pueden distinguir las siguientes:

- Comunicarse (foros, chats.)
- Compartir (experiencias, aficiones, fotografías.)
- Entretenerse (jugar, dibujar.)
- Informarse (noticias de actualidad.)³⁵

Los temas más frecuentes en Internet respecto a la salud bucal son:

- Caries Dental
- Gingivitis
- Claves para una sonrisa saludable
- Placa dentobacteriana
- Mal aliento
- Enjuagues bucales
- Técnicas de cepillado
- Uso del hilo dental
- Elección del cepillo de dientes
- Sensibilidad dental
- Nutrición
- Maloclusiones



- Selladores de fosetas y fisuras
- Aplicación de flúor
- Hábitos
- La primer visita al dentista. Figura 20



Figura 19 Prevención en páginas web.⁵⁰



Figura 20 Educación en salud oral.⁵¹

Hoy en día por Internet se puede favorecer la promoción de la salud bucal, por medio de videos, especialmente por YouTube que es una herramienta en la cual los usuarios tienen la libertad de elegir lo que desean ver y poder comentar alguna opinión respecto al tema del video.¹¹



5. ELABORACIÓN DE PÁGINA WEB Y PÁGINA DE FACEBOOK

5.1 Descripción de la creación de página web

En este caso se creará la página con ayuda de Jimdo que es una plataforma online para crear páginas web y que además cuenta con una versión adaptada para móviles y así poder ver la página web que se cree. Actualmente, cuenta con más de 12 millones de páginas web creadas.

El sistema dispone de un conjunto de plantillas categorizadas en sectores como tiendas online, portfolios o servicios. Cada plantilla cuenta además con una serie de variantes que incluyen combinaciones de colores y de tipos de letra.

Una de las características diferenciadoras de la plataforma es su sistema modular: con el botón de “Añadir elemento” se van incorporando módulos de contenido como imágenes, textos o columnas. Además de ello, el editor de estilos permite personalizar las diferentes áreas de la página. De este modo, Jimdo se convierte en una solución tanto para el usuario que precisa de una web inmediata, como para el usuario que busca una herramienta potente con la finalidad de plasmar su creatividad.

Jimdo dispone de tres versiones: JimdoFree, la versión gratuita; JimdoPro y JimdoBusiness que son las versiones profesionales y que cuentan con más prestaciones como dominio propio, cuentas de email o un soporte técnico más especializado.



El producto está traducido en 12 idiomas y se ofrece soporte técnico en todos ellos.³⁶

Primero se debe entrar a: <http://es.jimdo.com/> Figura 21



Figura 21 Elaboración de página web.⁵²

A continuación se escoge un diseño para comenzar a crear la página web. Figura 22



Figura 22 Elaboración de página web.⁵²



Una vez elegido el diseño se selecciona el nombre que llevará la página, hay que proporcionar un correo y una contraseña. Figura 23



Figura 23 Elaboración de página web.⁵²

Una vez obtenida la cuenta se puede iniciar una sesión y así ir creando los contenidos que llevará la página web. Figura 24

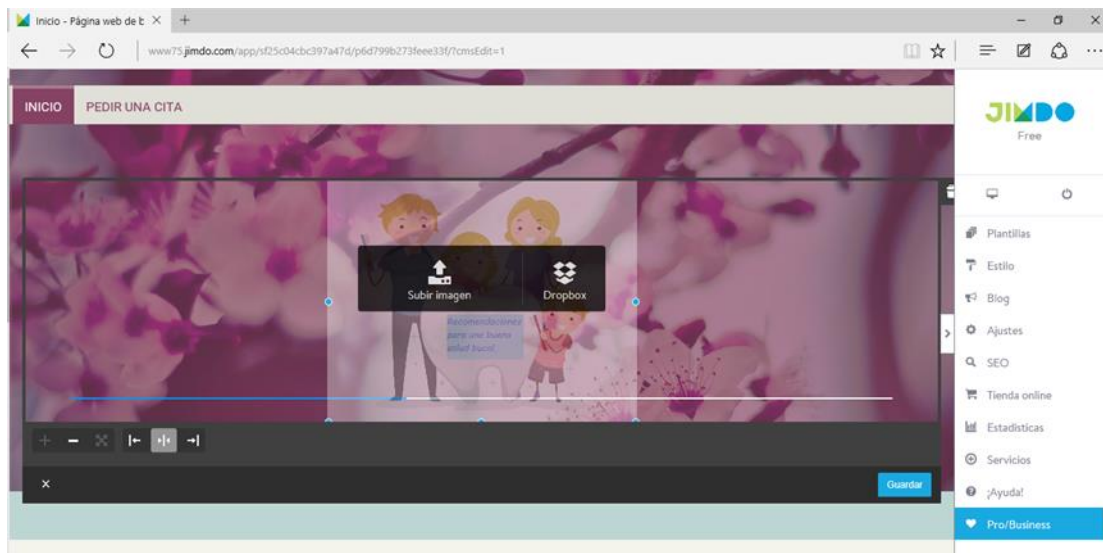


Figura 24 Elaboración de página web.⁵²



Jimdo ofrece una variedad de elementos para poder ir modificando la página cuando sea requerido. Figura 25



Figura 25 Elaboración de página web. ⁵²

5.2 Descripción de la creación de página de Facebook

Entre los servicios que ofrece Facebook esta crear grupos y páginas, se trata de reunir personas con intereses comunes. Las páginas se crean con fines específicos.

Unas de las ventajas de tener una página es:

- ◆ Presencia en la red: contar con una página proporciona un espacio propio en Internet, desde el que podrá interactuar con otras personas y promocionar sus intereses.
- ◆ Gratitude: la creación y mantenimiento no tiene ningún costo, únicamente el tiempo empleado en la actualización de la página.
- ◆ Sencillez: crear una página nueva y dotarla de contenido es un proceso muy sencillo, no precisa de ningún conocimiento especial para ello.
- ◆ Herramientas de gestión y marketing: dispondrá de un completo servicio de estadísticas en el que se podrá valorar la evolución del sitio y la segmentación del público. De este modo es posible introducir las



modificaciones necesarias para mejorar la presencia e impacto en la red.³⁷

Lo primero para crear una página en esta red social es:

Entrar a <http://www.facebook.com> Figura 26



Figura 26 Elaboración de página de Facebook.⁵³

Se debe registrar, proporcionando algunos datos como nombre, correo electrónico, crear una contraseña, fecha de nacimiento y sexo. Figura 27



Figura 27 Elaboración de página de Facebook.⁵³



Una vez proporcionados los datos en Facebook éste guía una serie de pasos.

Paso 1 Encontrar amigos por medio del correo electrónico.

Paso 2 Agregar una foto de perfil. Figura 28



Figura 28 Elaboración de página de Facebook.⁵³

Una vez llenados los pasos se busca la opción crear página. Figura 29



Figura 29 Elaboración de página de Facebook.⁵³

Se selecciona una categoría. Figura 30



A continuación se crea un nombre para la página y se procede a configurarla.

1-Se da una breve información sobre el contenido que tendrá la página.

2- Se selecciona una foto de perfil, la cual es pública. Figura 31

3- Se indica el público preferido para que vea la página. Figura 32

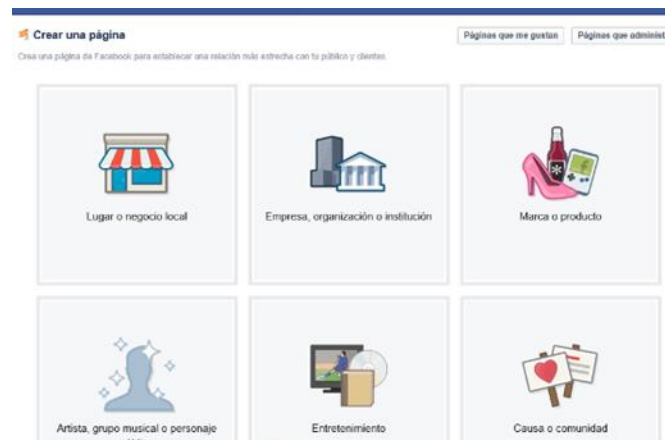


Figura 30 Elaboración de página de Facebook.⁵³



Figura 31 Elaboración de página de Facebook.⁵³



Configurar Recomendaciones para una buena salud bucal

- 1 Información
- 2 Foto del perfil
- 3 Público preferido de la página

Dinos algo sobre la gente con quién más quieres conectarte. Cualquiera podrá encontrar tu página, pero haremos todo lo posible para que se muestre a las personas que más te importan.

Lugares Incluir

Todas las personas de este lugar

Edad -

Sexo Todos Hombres Mujeres

Omitir Guardar

Figura 32 Elaboración de página de Facebook.⁵³

Se coloca una foto de portada, la cual debe ser relacionada tomando en cuenta los temas que se informaran en la página, tanto esta imagen como la de perfil pueden ser modificadas en cualquier momento por el administrador. Figura 33

Una vez creada la página se puede publicar la información, videos, fotos entre otros, que se requieran difundir a los seguidores.



Figura 33 Elaboración de página de Facebook.⁵⁴



CONCLUSIONES

El Cirujano Dentista hoy en día debe estar informado sobre las nuevas tecnologías que existen, para así poderlas aprovechar y tenerlas al alcance como medio de comunicación, donde es posible compartir información actual y veraz con la población.

El reto actual es aprender a ser competentes en el uso de la tecnología ya que está en constante evolución.

Se deben crear contenidos que sean relevantes y atractivos para la población en general en las redes sociales, se debe publicar información amena, veraz y divertida con consejos útiles, publicando temas de interés para la audiencia que visite la página, ésta podrá visitarla personas de distintas edades e incluso de otras ciudades o países y se debe tener en cuenta que ellos en cualquier momento pueden dar opiniones, hacer preguntas o manifestar inquietudes, no hay que olvidar que siempre debe manejarse bajo un ambiente cordial y de respeto.

En ocasiones también se podrá hacer uso de videos que fortalezcan los temas que se quieren compartir con imágenes llamativas, claras y no agresivas para la población que la consulte.

Finalmente se destaca que las redes sociales, son una buena herramienta para los odontólogos, ya que es posible brindar información a un grupo numeroso de personas, las cuales a su vez pueden compartir dicha información de una manera rápida y sencilla, difundiendo la promoción del autocuidado, la prevención y la educación para la salud oral.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. De la Fuente J., Sifuentes M.C., Nieto Ma.E. Promoción y educación para la salud en Odontología. México: Editorial El Manual Moderno, 2014.
2. Berlo D.K. El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y a la práctica. 3ª ed. Buenos Aires: Editorial El Ateneo, 2004.
3. Vidal J. Realidad...es. Revisión y análisis de la comunicación humana. Taller de comunicación I. México: Editorial Departamento de Actividades Editoriales de la Secretaria de Servicios de Apoyo al Aprendizaje. Ciudad Universitaria, 2007.
4. Cibanal L., Arce Ma. C., Carballal Ma. C. Técnicas de comunicación y relación de ayuda en ciencias de la salud. 2ª ed. Editorial ElSevier, 2010.
5. Hernández E. Salud y Red: Editorial UOC, 2009.
6. Álvarez R. Educación para la salud. 2ª ed. México: Editorial El Manual Moderno, 2005.
7. Escovar J., Pineda C.J., Norman E. Tecnología. Conectividad nuevas tecnologías y desarrollo. Bogotá Colombia: Editorial Politécnico Gran Colombiano, 2011.
8. Gallo M., Gallo M., Fabre E., Vigil P. Internet en ciencias de la salud para médicos, odontólogos, enfermeras, estudiantes. Conceptos básicos: Editorial Amolca, 2013.
9. Bustamante E. Ciudadan@s de Internet. Redes Sociales y Comunidades Virtuales en Internet: Editorial Alfaomega, 2008.
10. Pareras L.G. Internet y Medicina. 2ª ed: Editorial Masson, 1997.
11. Abud B., Lujambio J. Educar en la era digital sin perder lo esencial. Una guía que sirve para incorporar positivamente las TIC's en el proceso enseñanza aprendizaje: Editorial Limusa, 2015.
12. Peña R. Uso de las TIC's en la vida diaria. Guía personal y laboral. México: Editorial Alfaomega, 2013.



13. Peña R. Como enseñar utilizando las redes sociales. México: Editorial Alfaomega, 2013.
14. Valenzuela R, Las redes sociales y su aplicación en la educación. Rev. Digital Universitaria Vol. 14 N° 4• ISSN: 1067-6079 Abril 2013.
<http://www.revista.unam.mx/vol.14/num4/art36/art36.pdf>
15. Castañeda L. Aprendizaje con Redes Sociales. Tejidos educativos para los nuevos entornos. Bogotá Colombia: Editorial Ediciones de la U, 2010.
16. Barker M., Barker D., Bormann N., Neher K. Marketing para medios sociales. Un planteamiento estratégico: Editorial Cengage Learning, 2014.
17. Carrera F. Redes Sociales y Networking. Guía de supervivencia profesional para mejorar la comunicación y las redes de contactos con la web 2.0. España: Editorial Profit, 2011.
18. Borja C. Las Redes Sociales. Lo que hacen sus hijos en Internet. España: Editorial Club Universitario, 2010.
19. Faerman J. Facebook. El nuevo fenómeno de masas Facebook. México: Editorial Océano, 2011.
20. Carballar J.A. Twitter. Marketing personal y profesional. México: Editorial Alfaomega, 2013.
21. Jiménez E. Redes sociales y Educación. Experiencias B-Learning para la innovación: Editorial Académica Española, 2013.
22. Brazuelo F., Gallego D.J. Mobile Learning. Dispositivos móviles como recurso educativo: Editorial Ediciones de la U, 2012.
23. Nieto J.M. Aprovechamiento didáctico en internet. Madrid: Editorial CCS, 2008.
24. Tancredi B. Cursos basados en los Web principios teórico-prácticos para la elaboración de cursos. México: Editorial Trillas, 2004.
25. Sánchez I.J. Plataforma educativa Moodle. Administración y Gestión: Editorial Alfa Omega, 2010.



26. Pérez Ma. T., García M.A., Arratia O., Galisteo D. Innovación en docencia universitaria con Moodle. España: Editorial Club Universitario, 2009.
27. Quiroga S. Comunicar es Salud. La comunicación de la salud analizada por sus protagonistas. Para conocer hacia dónde va la comunicación y la salud. España: Editorial Pearson, 2006.
28. Meneses M, Monge M.Á. El juego en los niños: enfoque teórico. Rev. Educación 2001. <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44025210>>
29. <http://www.colgate.com.ar/app/BrightSmilesBrightFutures/AR/Program-Materials/Learning-Tools.cvsp>
30. Chacon F, Espinoza J, Paredes K, Millan A, Creación de un juego como estrategia para desarrollar actividades de promoción en la salud bucal en escolares. Rev. Acta Bioclinica, vol 2 N° 4, Julio- Diciembre, 2012. revistas.saber.ula.ve/index.php/actabioclinica/article/download
31. Asociación Mexicana de Internet: <https://amipci.org.mx/es/>
32. Interactive Advertising Bureau México. <http://www.iabmexico.com/>
33. Covi D.M., López Ma. A., López R. Redes Sociales. Análisis y Aplicaciones: Editorial Plaza y Valdés Editores, 2009
34. Cinotti W., Grieder A. Psicología aplicada en Odontología. Madrid: Editorial Mundi, 1970.
35. Pintado T., Sánchez J. Nuevas Tendencias en Comunicación. 2ª ed. Editorial Libros Profesionales de Empresa ESIC, 2012.
36. <http://es.jimdo.com/prensa/comunicados-de-prensa/datos-generales-jimdo/>
37. Guerrero D. Facebook guía práctica. Colombia: Editorial Ediciones de la U, 2012.
38. <http://lacomunicacionwc.blogspot.mx/2014/11/elementos-de-la-comunicacion.html>
39. <http://www.userlogos.org/logo/arielq/12202009/friendstercom>
40. <http://redesocialesysuevolucion.blogspot.mx/>



-
41. <http://laughingsquid.com/cisco-buys-tribe/>
 42. <http://www.vidadigitalradio.com/tag/hi5/>
 43. <http://www.elmercurio.com.ec/470538-peru-presenta-red-social-para-conectar-a-comunidad-cientifica-y-tecnologica/>
 44. http://www.koshienbowl.jp/2011/assets_c/2011/08/twitter-facebook-687.html
 45. <https://tuaulavirtual.educatic.unam.mx>
 46. http://www.colgatecentralamerica.com/BrightSmilesBrightFutures/v3/GT/printables/Hoja_de_Cepillado.pdf
 47. <https://www.amipci.org.mx/>
 48. <http://www.slideshare.net/iabmexico/estudio-consumo-medios-dispositivos-mexico?related=2>
 49. <http://ticeducainitial.blogspot.mx/p/las-tics.html>
 50. <https://www.propdental.es/blog/odontologia/odontologia-preventiva/>
 51. <http://www.immutare.com.mx/odonpreven/>
 52. <http://es.jimdo.com/>
 53. <http://www.facebook.com>
 54. <https://www.facebook.com/Recomendaciones-para-una-buena-saludbucal-868723339870818/timeline/>