

TRAMS

Model de **TR**Anslació de resultats de la investigació **M**èdica
a la presa de decisions en **S**alut.

PLA DE VISIBILITAT DIGITAL DE GUIES DE PRÀCTICA CLÍNICA

Socis del projecte:



Finançat per:



Índex

1. Context.....	3
2. Resum d'accions estratègiques del <i>Pla Pro</i>	4
3. Pla de Visibilitat Digital de GPC.....	5
4. Mesurament de les accions	9
Crèdits	10

1. Context

El projecte TRAM-S (Model de TRANslació de resultats de la investigació Mèdica a la presa de decisions en Salut) té la missió de desenvolupar models de disseminació i implementació de recomanacions clíniques basades en evidències científiques.

Com a part de la metodologia sobre la qual s'ha construït el projecte, l'equip d'investigació implicat ha desenvolupat una sèrie de grups focals amb la participació de tots els públics diana involucrats a la correcta implementació de les Guies de Pràctica Clínica (GPC) al Sistema de Salut dels corresponents àmbits geogràfics d'actuació.

Els esmentats grups focals han permès identificar les barreres principals que aquests públics diana troben per a la correcta implementació de les GPC, i també aquells aspectes facilitadors que podrien influir en la seva correcta difusió.

Derivat del *Pla Pro de Disseminació de GPC*, en aquest *Pla de Visibilitat Digital de GPC* oferim una sèrie de recomanacions i pautes d'actuació amb les quals potenciar i difondre les noves guies per mitjà dels diferents canals que ofereix la Xarxa, des de blogs i la Viquipèdia fins a les diverses i variades xarxes socials. L'objectiu no és altre que millorar la capacitat d'implementació de la guia i, alhora, que constitueixi una eina d'implementació pràctica acceptada pels diferents col·lectius afectats.

2. Resum d'accions estratègiques del *Pla Pro*

Les accions proposades al *Pla Pro* estan classificades prenent com a base tres dimensions:

1. D'acord als àmbits d'actuació descrits prèviament per a resoldre les barreres identificades.
2. D'acord al públic diana al qual es dirigeixen.
3. D'acord al segment d'implementació recomanat com a resultat del [qüestionari d'autoavaluació](#) per a la presa de decisions d'implementació de GPC: accions del segment A (*Pla Bàsic*) i accions del segment B (*Pla Pro*), que alhora inclou les del segment A.

 Segment A (*Pla Bàsic*).

 Segment B (*Pla Pro*), que inclou també les accions del segment anterior.

	Professionals d'atenció primària	Professionals de centres hospitalaris	Professionals de gestió i administració	Usuaris finals
Contingut de la GPC	1. Guia d'estil i de redacció per a professionals sanitaris			2. Guia d'estil i de redacció per a l'usuari final
	3. Creació d'un <i>friendly abstract</i>			
Mesures organitzatives i de recursos humans	4. Elaboració d'un producte multimèdia sobre què és una GPC i per què és important la seva implementació, acompanyat dels resultats de la teva GPC en qüestió			
				5. "Ambaixador" de GPC
	7. Premi anual a l'excel·lència en la difusió de GPC			
Comunicació i accés a la informació	6. Llançament institucional de la GPC			
	8. Pla de visibilitat digital de GPC			
	9. Pla de reputació professional de GPC i "karma" reviews			10. Xerrades informatives

3. Pla de Visibilitat Digital de GPC.

El protagonisme absolut d'internet i dels canals digitals com a font d'informació per als professionals de la salut, i en particular per als usuaris del sistema de salut, suggereixen la necessitat d'establir fórmules que garanteixin la visibilitat de les GPC en canals digitals.

Els objectius específics d'aquest pla de visibilitat digital serien:

- Garantir que les GPC són accessibles de forma senzilla i per tots els canals i formats adients a través de mitjans digitals, assegurant la visibilitat de les versions més apropiades per a cada públic diana.
- Fomentar la difusió pública de GPC com a mecanisme de valoració del seu desenvolupament.
- Contribuir a un millor coneixement de qüestions relatives a la salut pública i contrarestar els efectes negatius produïts pel consum d'informació sobre salut insuficientment contrastada o de fonts poc fiables.

La implementació del pla de visibilitat digital seria responsabilitat dels diferents autors de GPC o dels membres de l'equip amb responsabilitats assignades per a la difusió i la implementació.

Les activitats tàctiques que recomanem executar dintre del pla de visibilitat digital serien:

a. **Creació de tota la documentació en versions optimitzades per a l'ús digital multidispositiu.**

Es recomana que els documents finals amb el contingut de les GPC estiguin disponibles en diferents formats digitals i adaptats per a l'ús en tot tipus de dispositius. Si s'ha optat per l'elaboració d'una guia com a fullet o material gràfic per a la impressió i distribució, és possible que no es tinguin en compte formats més òptims per al consum del material en dispositius digitals. Recomanem, per tant, la creació d'arxius en formats de lliure distribució com PDF i EPUB, optimitzats per a llibres electrònics (veure "[ePUB](#)", Quora).

b. Enviament de la GPC a una plataforma de centralització del coneixement.

Seria convenient realitzar un enviament de la nova GPC a bases de dades centralitzadores de coneixement en medicina translacional, com ara guiasalud.es, per potenciar-ne la difusió i possibilitat d'implementació.

c. Selecció de bases de dades digitals rellevants per a la patologia sobre la qual tracti la GPC i enviament de la documentació.

Recomanem que els autors de GPC s'ocupin de remetre les noves publicacions a bases de dades i publicacions científiques rellevants per a la patologia, per afavorir-ne l'accessibilitat i l'obtenció d'informació interdisciplinària i interpatològica.

d. Selecció de xarxes de coneixement o grups de treball vinculats a la GPC o als autors i enviament dels recursos generats per a la publicació.

La col·laboració entre diferents centres de coneixement i professionals és cada vegada més clau per a la millora de resultats en múltiples disciplines científiques. Per evitar cert aïllament en la producció de GPC, els autors haurien d'intentar transmetre les produccions en formats oberts a altres professionals i xarxes de coneixement amb els quals tinguin contacte habitual, ja sigui mitjançant contactes formals o informals.

e. Creació d'una web amb el contingut de la GPC que inclogui les futures actualitzacions i abordi recomanacions de posicionament natural en cercadors (SEO).

La forma més bàsica i que proporciona una major capacitat de control per a la difusió de qualsevol recurs digital és la creació d'una web específica, recomanació que considerem vàlida per als autors de noves GPC. No obstant això, en cas que una GPC hagi estat avaluada per un grup de treball o xarxa que ja disposi d'una web pròpia recomanem la incorporació a aquests suports.

La creació de pàgines web amb un bon nivell professional és relativament assequible per a tot tipus de públic i existeixen multitud de recursos per a facilitar aquesta tasca (veure ["What is the best way to create a free website"](#), Quora).

Addicionalment, és molt recomanable que els continguts i el format

estiguin elaborats a fi de garantir una bona presència en els resultats naturals de recerca de Google i altres motors. Això s'aconsegueix mitjançant tècniques d'optimització conegudes com *Search Engine Optimization* (SEO) i que consisteixen en l'adequació del contingut als criteris més rellevants en els quals es basen els cercadors per a posicionar una determinada web en els resultats. Aquests criteris no són 100% públics i canvien periòdicament. El consens tècnic actual és que la millor fórmula per a fer SEO és elaborar continguts pensant en els destinataris i mantenir un llenguatge natural i humanitzat. No obstant això, poden aplicar-se petites recomanacions, fonamentalment de caràcter tècnic. Alguns recursos recomanables per a aprendre més sobre aquestes tècniques podrien ser la [“Guía de Optimización en buscadores”](#), Google; o la [“Guía SEO: cómo dominar Google”](#), 40 de Fiebre.

f. Difusió de la nova GPC en xarxes socials.

Les xarxes socials són un dels suports més importants per a la difusió ràpida de continguts i cada vegada tenen més protagonisme també en àmbits professionals i científics. Com a política general, les noves GPC haurien de comunicar-se en xarxes socials des dels diferents perfils implicats en l'elaboració de GPC: autors, institucions a les quals pertanyin, organitzacions que hagin patrocinat la producció de GPC i xarxes de coneixement a les quals pertanyin. *A priori*, no es recomana la creació de perfils específics per cada nova GPC si no es pot oferir una freqüència d'actualització de continguts suficient i rellevant, més enllà de l'edició general de la GPC.

A fi d'obtenir pautes generals sobre l'ús de xarxes socials per part de professionals mèdics recomanem [“How medical doctors and students should use Social Media: a review of the main guidelines for proposing practical recommendations”](#) (M.A. Mayer *et al*, 2012). Per obtenir més informació sobre l'ús general de xarxes socials són útils els llistats de recursos inclosos en [40 de Fiebre](#) i [Quora](#).

g. Auditoria de la informació disponible a internet sobre els continguts de la GPC i participació en les principals fonts detectades per a la incorporació o correcció de continguts, amb focus en la Viquipèdia.

A internet existeix tot tipus d'informació sobre malalties, patologies i pràctiques clíniques. Amb el propòsit, no només d'afavorir la difusió de

GPC, sinó també de contribuir a la millora dels continguts mèdics que es distribueixen en els canals digitals, recomanem realitzar una recerca a internet de continguts relacionats amb la temàtica de la nostra GPC que compregui no més dels 25-30 primers resultats en motors de cerca per als termes específics de la nostra GPC (l'atenció prestada als resultats dels cercadors decau enormement inclús a partir del cinquè o sisè resultat). En cas de voler desenvolupar un procés de recerca més estructurat es podria disposar de l'assistència d'eines de *social listening* (per a obtenir més informació sobre aquest tipus d'eines es pot consultar "[What is the best social media listening tool for small business](#)", Quora).

Una vegada identificats els continguts erronis, incomplets o complementaris que la nostra GPC pugui satisfer, la recomanació és incloure-hi mencions i enllaços als nostres recursos, directament en forma de comentaris o fòrums o bé contactant amb els administradors del lloc web identificat.

Aquesta estratègia inclou també la revisió del contingut disponible a la Viquipèdia, la rellevància i el posicionament en cercadors de la qual la converteix en una de les principals fonts de consulta per a qualsevol tema, sempre que es segueixin les seves recomanacions d'ús i bones pràctiques, i tenint en compte que la Viquipèdia en particular no és una font primària d'informació (veure "[Els cinc pilars](#)", Viquipèdia).

h. Actualització de perfils curriculars dels autors en LinkedIn i altres bases de dades rellevants.

Com a pauta general, recomanem la inclusió de referències a la producció de GPC en l'apartat de publicacions del perfil dels autors en LinkedIn i la difusió mitjançant enllaços en grups afins als quals en pertanyin.

4. Mesurament de les accions

En activitats de comunicació, la informació i el correcte anàlisi és un dels punts més rellevants, atès que en base als objectius plantejats, s'ha de determinar en quina mesura contribueix cada acció a aconseguir-los, amb el propòsit d'intensificar-ne l'ús o transmetre bones pràctiques i establir *benchmarks*. Només mitjançant el mesurament, l'escolta i l'adaptació a allò que succeeix es pot establir una relació autèntica i personalitzada amb els públics diana. Això és especialment rellevant en iniciatives els resultats esperats de les quals són menys tangibles i quantificables, *a priori*, i en les quals no hi ha un responsable clar i específic que pugui tenir una impressió precisa sobre com està funcionant un determinat pla.

Encara que la definició d'uns indicadors clau de mesurament en la implementació de les bones pràctiques recollides en GPC ha de tenir a veure, en primer lloc, amb aspectes de millora de la salut, eficàcia mèdica i eficiència en la gestió dels serveis de salut, des del projecte TRAM-S es considera útil recomanar una sèrie d'indicadors basats en criteris de comunicació que permetin avaluar la implementació de les accions proposades.

Per tant, per a cada una de les accions proposades en aquest *Pla de Visibilitat Digital de GPC* es recomanen els següents indicadors de mesurament (*key performance indicator*, KPI):

Acció	KPI
8. Pla de visibilitat digital de GPC.	<ul style="list-style-type: none">• Trànsit web.• Volum d'impressions sobre els nostres continguts en xarxes socials.• Taxes d'<i>engagement</i> amb els nostres continguts en xarxes socials.• Mencions i enllaços als nostres continguts i web a internet.

Crèdits

Elaborat per al projecte TRAM-S (Model de TRANslació de Resultats de la Investigació Mèdica a la presa de decisions en Salut) en col·laboració amb [UbiK media](#) i Juanma Ramírez Ruiz.

Projecte finançat per l'Instituto de Salud Carlos III - Fondo de Investigación Sanitaria (FIS).

Ministerio de Economía y Competitividad.

