

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del catálogo en línea, página web y Repositorio Institucional del CRAI-USTA, así como en las redes sociales y demás sitios web de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor, nunca para usos comerciales.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación, CRAI-USTA
Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

Comportamientos éticos relacionados con el uso de redes sociales en estudiantes de séptimo a decimo semestre de la facultad de odontología de la Universidad Santo Tomás

Nicol Dayana Andrade Vega, Sleendy Vanessa Casseres Quiroga, Samaris Gabriela Jaimes Ramos y Lina Marcela Sanguino Tovar

Trabajo de grado para optar al título de Odontóloga

**Directora
Gloria Cristina Aranzazu Moya
Mg. Epidemiología clínica**

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga
División de Ciencias de la Salud
Facultad de Odontología
2020**

Tabla de contenido

1. Introducción	7
1.1. Planteamiento del problema.....	8
1.2. Justificación	8
2. Marco Teórico.....	9
2.1. Historia de las Redes Sociales	9
2.2. Contexto ético-legal del ejercicio de la odontología.....	10
2.3. Intimidad, confidencialidad y secreto	11
2.3.1 Derecho a la intimidad.	11
2.4. Ética profesional en redes sociales	11
2.5. Riesgos de las redes sociales.....	12
2.6. Beneficio de las redes sociales.....	13
3. Objetivos	13
3.1. Objetivo general.....	13
3.2. Objetivos específicos	13
4. Metodología	13
4.1. Tipo de Estudio	13
4.2. Selección y descripción de participantes población.....	14
4.2.1 Población de estudio.	14
4.2.2 Muestra y tipo de muestreo.....	14
4.2.3 criterios de selección.....	14
4.3 Variables	14
4.4 Instrumento	14
4.5 Procedimiento	15
4.6.1 Plan de Análisis Univariado.....	15
4.6.2 Plan de Análisis Bivariado.	15
4.7 Consideraciones Éticas	15
5. Resultados	16
6. Discusión.....	22
6.1 Conclusiones	24
6.2 Recomendaciones	24
Referencias bibliográficas.....	25
Apéndices.....	27
A. Operacionalización de variables	27
B. Instrumento.....	32
C. Plan de análisis Estadístico	38
D. Consentimiento informado.....	40

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Descripción de variables sociodemográficas.</i>	16
Tabla 2. <i>Descripción de variables uso de redes sociales.</i>	17
Tabla 3. <i>Descripción variables desempeño de redes sociales.</i>	19
Tabla 4. <i>Descripción de variables confidencialidad.</i>	20
Tabla 5. <i>Descripción de variables cumplimiento ético en redes</i>	21

Resumen

Introducción: En la actualidad las redes sociales son una herramienta práctica, fácil y útil para los profesionales de la salud que la utilizan como estrategia digital para sus tratamientos y publicidad, lo que fomenta un beneficio para su práctica profesional. Los profesionales de la salud requieren de una práctica ética que no excluye las redes sociales para evitar verse involucrado en asuntos legales. El odontólogo debe respetar la privacidad de los pacientes, evitando la publicación de fotografías sin autorización, lo que se cataloga como una conducta inapropiada, generando inconvenientes legales por vulnerar la confidencialidad de los pacientes. **Objetivo:** Identificar los comportamientos éticos y legales evidenciados en el uso de las redes sociales de los estudiantes de odontología. **Métodos:** Se hizo un estudio descriptivo de corte transversal que caracterizó a los estudiantes de Odontología de la Universidad Santo Tomás. De los 333 estudiantes de la facultad de odontología 179 diligenciaron la encuesta diseñada en Google Forms. Se diseñó un cuestionario con 4 dimensiones; sociodemográfica con 9 preguntas, uso de redes con 12 preguntas, Desempeño en redes con 21 preguntas y confidencialidad con 9 ítems; para un total de 51 ítems. Se aplicó una lista de chequeo para identificar el cumplimiento ético por medio de 15 ítems con respecto al uso de las redes sociales, el cual fue realizado por los investigadores para evaluar el contenido de las redes de los estudiantes encuestados. Una vez aceptada la participación y el consentimiento informado, Los datos se recolectaron en Excel y se analizaron en STATA 14IC. El proyecto fue avalado por el comité de investigación de la facultad de odontología USTA. **Resultados:** El cuestionario lo respondieron más mujeres con 83.7%, siendo la edad promedio de los participantes de 22 años, se encontró que la mayoría de los participantes tienen como red de preferencia WhatsApp, Instagram y Facebook. La mayoría de los estudiantes casi siempre preguntan a sus pacientes si pueden publicar información que se les ha enviado de manera privada y aseguran que su comportamiento mantiene la confidencialidad de sus pacientes. La mayoría sabe qué es información sensible, los riesgos de publicar información sobre sus pacientes en redes sociales y mantienen protegida la información e identidad de sus pacientes. Según el cuestionario aplicado por los investigadores donde se evaluaron el uso de las redes sociales se evidenció que 10,58% publica contenido profesional en sus redes. Por otro lado, el 30,77% suben fotos con sus pacientes, el 11% publican fotos de pacientes menores de edad. Así mismo el 25% suben fotos de sus pacientes solos, solo el 10,58% protege la identidad de sus pacientes y solo el 3,85% no identifica las personas que aparecen en sus fotos y 32% no menciona la autorización del paciente. **Conclusiones:** Publicar fotos de pacientes sin proteger la identidad, fotos de menores de edad sin mencionar autorización de los padres y presentarse en redes como profesional de la salud y no como estudiante, son los más evidentes comportamientos de riesgos éticos y legales.

Palabras claves: Red social, Ética odontológica, Internet, Confidencialidad, Privacidad

Abstract

Introduction: Nowadays, social networks are a practical, easy and useful tool for health professionals who use them as a digital strategy for their treatments and advertising, which promotes a benefit for their professional practice. Health professionals require an ethical practice that does not exclude social networks to avoid being involved in legal matters. The dentist must respect the privacy of patients, avoiding the publication of photographs without authorisation, which is classified as inappropriate behaviour, generating legal problems by violating patient confidentiality. **Objective:** To identify the ethical and legal behaviour that is evident in the use of social networks by dental students. **Methods:** A cross-sectional descriptive study was carried out to characterise the dental students at the Universidad Santo Tomás. Of the 333 students of the faculty of dentistry 179 completed the survey designed in Google Forms. A questionnaire was designed with 4 dimensions; Socio-demographic with 9 questions, Use of networks with 12 questions, Performance in networks with 21 questions and Confidentiality with 9 items; for a total of 51 items. A checklist to identify ethical compliance with 15 items regarding the use of social networks was applied and carried out by the researchers to assess the content of the surveyed students' networks. Once participation and informed consent were accepted, the data were collected in Excel and analysed in STATA 14IC. The project was endorsed by the research committee of the USTA School of Dentistry. **Results:** The questionnaire was answered by more women with 83.7%, with the average age of participants being 22. It was found that most participants preferred WhatsApp, Instagram and Facebook. Most of the students almost always ask their patients if they can publish information that has been sent to them privately and they assure that their behaviour maintains patient confidentiality. Most know what sensitive information is, the risks of posting information about their patients on social networks, and they keep their patients' information and identity protected. According to the questionnaire applied by the researchers where the use of social networks was evaluated, it was found that 10.58% publish professional content on their networks. On the other hand, 30.77% upload photos with their patients, 11% publish photos of underage patients. Likewise, 25% upload photos of their patients alone, only 10.58% protect the identity of their patients and only 3.85% do not identify the people appearing in their photos and 32% do not mention the patient's authorization. **Conclusions:** Publishing photos of patients without protecting their identity, photos of minors without mentioning parental authorisation and appearing in networks as a health professional and not as a student are the most obvious ethical and legal risk behaviours.

Keywords: Social networking, Ethics dental, Internet, Confidentiality, Privacy.

1. Introducción

Hoy por hoy las redes sociales suelen ser una herramienta práctica, fácil y útil para todo tipo de público y su propósito inicial es funcionar como conexión entre los seres humanos, permitiendo la relación de las personas, del mundo y la información. El hombre siendo un ser social por naturaleza, experimenta la necesidad de interrelacionarse con los demás, ya que la pertenencia a un grupo aporta seguridad y consigue que los niveles de autoestima suban.

Sin embargo, con el surgimiento de estas redes sociales los profesionales de la salud utilizan cada vez más esta herramienta como estrategia digital para la divulgación de los tratamientos realizados que fomenten el reconocimiento para su práctica profesional (1).

El constante uso de las redes sociales por parte de los profesionales de la salud impide diferenciar entre lo personal y lo profesional y en este sentido dificulta la comprensión real de los pacientes acerca de su relación con el profesional de la salud.

Las profesiones de la salud en general requieren del manejo de una práctica ética al momento de utilizar las redes sociales como componente esencial para exponer sus capacidades profesionales. En la actualidad muchos profesionales ignoran los aspectos éticos y legales en el uso de redes sociales que involucra su práctica odontológica, preocupados sólo por hacer parte de la novedad de las redes sociales, dejando de lado los deberes morales de la relación odontólogo paciente en el ambiente digital (2).

El estudio de las implicaciones éticas y legales del emergente fenómeno de las redes sociales incluye entre otros aspectos el respeto que debe tener el odontólogo en la privacidad de los pacientes, ya que utilizan este medio de las redes sociales como un mecanismo rápido donde se intercambian información personal mediante la publicación de fotografías, lo que se cataloga como una conducta inapropiada, generando inconvenientes legales por vulnerar la confidencialidad de sus pacientes sin un consentimiento (3).

Con este proyecto de grado se busca observar los comportamientos de los futuros profesionales de odontología en relación con las publicaciones en redes sociales.

En esta investigación se han considerado ocho capítulos: en el primero que es introducción aborda una breve descripción de la investigación, se hace un planteamiento y justificación del problema; en el segundo capítulo se abordarán fundamentos teóricos de las consideraciones éticas y legales, riesgos de las redes sociales, beneficio de las redes sociales, confidencialidad y ética profesional; el tercer capítulo se refiere a los objetivos de la investigación; el cuarto capítulo aborda la metodología, donde se encuentra tipo de estudio, selección y descripción de los participantes en la población, variables, instrumento, procedimiento, plan de análisis estadístico y consideraciones éticas; en el quinto capítulo se muestran los resultados y el análisis de los mismos; el sexto capítulo es la discusión basada en los resultados obtenidos; conclusiones y recomendaciones.

1.1. Planteamiento del problema

Actualmente las redes sociales han sido un medio de comunicación que han permitido socializar imágenes, vídeos, textos, audios e información de difícil acceso. El uso de estos sitios es cada vez más común entre los profesionales de la salud, pues más allá de proporcionar contenido educativo, las redes sociales están siendo utilizadas por estudiantes aspirantes a odontólogos como medio para moverse en redes presentándose como estudiantes de odontología u odontólogos, mediante fotografías donde muestran sus batas o trajes quirúrgicos en clínica, además son utilizadas para atraer pacientes con este tipo de publicaciones. Sin embargo, en ocasiones se corre el riesgo de ignorar inocentemente las normas más básicas de comportamiento profesional, como lo son la confidencialidad, privacidad e intimidad de los pacientes al momento de hacer publicaciones en las redes sociales (4). (5).

La obligación de proteger y mantener la confidencialidad y en secreto cualquier información sobre los pacientes, es uno de los factores éticos más importantes en la profesión, lo cual se considera un pilar en la relación médico-paciente, así lo recoge el Código de Deontología odontológica en su artículo 51 que hace referencia al secreto profesional (6). Por tanto la única protección que tiene el paciente de su intimidad es la discreción por parte del profesional. Así mismo, los datos obtenidos por el paciente en la historia clínica deben permanecer protegidos, ya que en ella queda plasmada gran información sensible de carácter personal, siendo un elemento indispensable para garantizar la calidad de la atención al paciente. En ella queda la impronta de quien la realiza y por ello es necesario tener en cuenta principios éticos y formales a la hora de su redacción. Su uso adecuado, custodia y cumplimiento son problemas a los que se enfrentan los profesionales a diario que están regulados por diversas normas legales así como por obligaciones de carácter ético. Esto no es ajeno al novedoso uso de las redes sociales donde los profesionales de la salud comparten información de sus pacientes (7).

Los estudiantes de odontología de la Universidad Santo Tomás que están haciendo sus prácticas odontológicas y utilizan las redes sociales constantemente, se ven expuestos a comportamientos poco éticos con respecto al uso de las redes sociales en el ámbito de las profesiones de la salud, el compromiso de la confidencialidad y el uso del consentimiento informado.

Por lo anterior se propone la siguiente pregunta de investigación: *¿Cuáles son los comportamientos éticos y legales evidenciados en los estudiantes de odontología con el uso de las redes sociales?*

1.2. Justificación

El comportamiento ético es relevante en todos los aspectos de la vida. Con la llegada de las redes sociales y su uso en todos los aspectos de la vida diaria, incluyendo su uso profesional, la ética en el uso de las redes sociales es un tema novedoso que incluso algunos países han legislado (8). Respecto a la ley colombiana, desde el artículo 15 de la constitución política de Colombia hasta la ley 1273 de 2009 y artículo 15 de la ley 1581, hacen referencia a la confidencialidad y

privacidad (9,10) . Por lo tanto protegerla no es solo un derecho sino también un deber ético y legal.

Para el paciente, este proyecto permitirá identificar esos factores que pueden garantizar una atención más ética y humanizada, con un mayor respeto por el paciente y sus derechos durante la atención odontológica (11).

Para los profesionales de la salud, los resultados de este trabajo evidenciarán la importancia de los valores humanos y ética profesional en su ejercicio diario y el uso profesional de redes sociales, de forma que permita un cambio de actitud y un comportamiento más ético en el uso de redes sociales (11).

Para los estudiantes en su formación profesional integral, pues una vez identificados los comportamientos éticos y legales que pueden afectar su desempeño en las redes sociales, puedan acceder a información de mejor calidad y recibir materiales educativos que permitan el desarrollo de competencias en valores, actitudes y conductas con las que adquieran una cultura de comportamiento profesional desde todos los ámbitos en los que se desempeñen (11).

La universidad Santo Tomás podrá modificar su currículo involucrando información alrededor del uso de nuevas herramientas tecnológicas que determinan las actuales formas de interacción social en las que los estudiantes se ven involucrados cada día. En general los avances tecnológicos requieren de cambios en el comportamiento de las personas y por lo tanto la educación también debe cambiar alrededor de estos desarrollos, y es responsabilidad de la universidad orientar a los futuros profesionales.

2. Marco Teórico

2.1. Historia de las Redes Sociales

Las redes sociales tienen un gran impacto en nuestra sociedad, ya que desde el siglo XXI han constituido un medio virtual que permite comunicarnos, relacionarnos con distintas personas en diferentes lugares, el intercambio de información, agilizar procesos desde distintos ámbitos, y por esto refiere el autor Benkler, Rainie y Wellman que “Desde la difusión de los ordenadores personales en los años 80, la expansión de la red mundial en los 90, y la emergencia de los teléfonos móviles. y las Redes Sociales en los años 2000, la tecnología digital ha sido la catalizadora del cambio social en las sociedades contemporáneas. Desde la economía hasta la política, desde la educación a la cultura, prácticamente todos los aspectos de la vida humana se han visto transformados por las diferentes formas de las tecnologías de la comunicación y la información (2).

Según Boyd y Ellison, definimos las redes sociales como servicios basados en la web que permiten a las personas construir un perfil público o semipúblico, dentro de un sistema de acotado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión y ver y reconocer su lista de reconexiones y las realizadas por otros dentro del sistema (12).

Actualmente existen múltiples redes sociales como lo son Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, Snapchat, YouTube, las cuales hacen parte de grandes emporios comerciales y de las cuales los usuarios pueden compartir mensajes de texto, fotografías, audios, videos, y que se han convertido en el mecanismo más rápido para intercambiar la información personal y profesional (12,13).

2.2. Contexto ético-legal del ejercicio de la odontología

El Tribunal Nacional de Ética Odontológica, actúa como verificador del cumplimiento del Código de ética de la profesión creado en la Ley 35 de 1989 y decreto reglamentario 491 de 1990. Su misión es brindar seguridad y disciplina, para ofrecer garantías tanto a los odontólogos como a sus pacientes, teniendo siempre presente los derechos y deberes de unos y otros en el ámbito del ejercicio profesional de la odontología en Colombia. Esta ley contribuye en la formación del odontólogo profesional, basado en la ética y aplicación del régimen disciplinario de forma justa (1,14).

A pesar de lo establecido en la ley 35, los medios de comunicación constantemente saturan la sociedad respondiendo a intereses económicos, de competitividad en todos los campos, incluyendo el de los odontólogos. Al respecto de la competitividad, especialmente entre los odontólogos, la sentencia No. C-355/94 de la Corte Constitucional expresó “La propaganda, es decir, la actividad destinada a dar a conocer al público un bien o servicio con el fin de atraer adeptos, compradores, espectadores o usuarios, o crear simpatizantes, a través de cualquier medio de divulgación, y la publicidad, esto es, la propagación de noticias o anuncios de carácter comercial o profesional con el propósito indicado, no constituyen por sí solas una ofensa a la ética, pues de ser así, estarían proscritas en el ejercicio de los menesteres propios de las acciones connaturales al medio político, social, económico y cultural” (14,15). Esta sentencia determina la nulidad del artículo 50 y 51 de la mencionada ley 35.

Por otra parte, la resolución 13437 de 1991, en la que se constituyen los comités de ética hospitalarios y se adopta el decálogo de los derechos de los pacientes, tiene el fin de dialogar sobre diferentes cuestiones que afectan de manera moral a la empresa y orientados siempre a suscitar la buena praxis (15).

De otro lado el contexto de la legislación colombiana a través de la ley 1273 de 2009, también se ha legislado acerca de la protección de la información, datos y confidencialidad, estos aspectos son importantes en la educación de los profesionales de la salud, quienes deben diferenciar el marketing en servicios de salud considerando toda la normativa ética establecida en la sentencia C-355/94, el marco legal y código de ética manteniendo el respeto por la intimidad, confidencialidad e imagen del paciente. En este sentido el Dr. Cohen, expresidente de la Asociación de Colegios Médicos Americanos, insistió en que es obligación del profesional de la salud mantenerse firme en los valores, esto hace referencia al uso adecuado y ético de redes sociales, al ofrecer servicios de salud con técnicas de marketing. (12,16).

2.3. Intimidad, confidencialidad y secreto

Los datos personales de un individuo en el ámbito de la salud se consideran sensibles, es decir, que necesitan o requieren protección y confidencialidad. Hoy día las redes sociales nos ofrecen un amplio intercambio de información, desafiando el concepto de público y privado, haciendo que la información se propague rápidamente por las redes sociales; por esto es necesario que los estudiantes de odontología se capaciten durante su formación, para que el uso de estas redes sea adecuado, especialmente cuando van a publicar contenido sensible en redes de acceso público (17). La confidencialidad está protegida por medio de la ley 1273 de 2009, esta garantiza que la información de salud de una persona sea solamente conocida por las personas autorizadas, cumpliendo con el deber del secreto profesional que es una obligación moral de los profesionales de la salud.

2.3.1 Derecho a la intimidad. La intimidad como derecho humano es reciente en la literatura se menciona a partir del año 1978 (8) pero, en Colombia a partir del artículo 15 de la Constitución Política de Colombia de 1991 (18) y con esta se intenta proteger todo aquello que la persona considera propio e íntimo; como lo son el honor y la reputación, por esto se considera que no debe estar expuesto al escrutinio público.

Todo aquello que hace parte del ámbito de la intimidad tiene carácter confidencial. La confidencialidad es el derecho que tienen las personas a que aquellos que hayan entrado en conocimiento de datos íntimos suyos, no puedan revelarlos ni utilizarlos sin su autorización.

Es importante conocer que la confidencialidad y el secreto son dos cosas distintas naturalmente, derecho y deber. Siendo el secreto un deber de las personas que conocen información acerca de otras de no revelarlos sin previo consentimiento o sin una orden legal.

Así mismo se conoce que los datos relativos al cuerpo, a la salud y a la enfermedad son considerados como “datos sensibles” es allí donde aparece el secreto médico profesional el cual indica que se debe mantener oculta la identidad del paciente y no revelar los datos confidenciales de este, esto de gran importancia mientras el paciente no lo autorice (8).

2.4. Ética profesional en redes sociales

La acción profesional médica va más allá de la relación médico-paciente en el consultorio, ya que estar fuera del consultorio no exime al profesional de sus responsabilidades y debe estar en las diversas interacciones presenciales y virtuales.

Al compartir un caso clínico de un paciente en una red social este debe ir acompañado de un objetivo claro que sea en beneficio para el paciente y para el ámbito académico. En ambos casos se debe afianzar que no se vea comprometida la identificación del paciente evitando mostrar su rostro, su nombre o cualquier dato que ponga en riesgo la confidencialidad del paciente (19).

Al momento de publicar datos de un paciente ya sea para fines académicos o como publicidad es necesario pedir su consentimiento y explicar el uso que se le dará a dicha información sin comprometer su identidad (20,21).

2.5. Riesgos de las redes sociales

Las redes sociales son un medio de comunicación de fácil acceso que permite la difusión rápida de información, pero que en muchas ocasiones no es verificada como de buena calidad, es por eso que los estudiantes del área de la salud que utilizan las redes sociales tienen mayor responsabilidad, ya que las publicaciones que hacen no solo son vistas por su círculo social, sino también por sus pacientes. Estas pueden no ser profesionales o incluso violar la privacidad o confidencialidad de los pacientes y esto compromete directamente la ética profesional (22).

Debido al uso excesivo de las redes sociales en la actualidad, los profesionales de la salud las emplean para darse a conocer, y crean un perfil como una herramienta para exhibir sus procedimientos y habilidades, lo cual puede resultar rentable o desfavorable cuando se sobrepasan los límites entre lo que se considera un comportamiento profesional y lo que no (5,23)

Los pacientes pueden generar altas expectativas sobre los resultados que esperan recibir de sus tratamientos y esto puede llevar a reclamaciones por parte de los pacientes, por no obtener las expectativas esperadas en sus tratamientos (23). Así mismo, el acceso fácil a las redes sociales facilita la publicación de fotografías, en donde fácilmente se puede pasar por alto el consentimiento del paciente para su publicación, la publicación de fotografías de menores de edad o incluso la difusión de información personal.

La jurisprudencia de la Corte Constitucional ha abordado diversos aspectos en torno al derecho a la imagen y ha señalado que este es “el derecho de toda persona al manejo de su propia imagen” que comprende “la necesidad de consentimiento para su utilización” y que constituye “una expresión directa de su individualidad e identidad”. Esto quiere decir que la imagen de cada persona es muy importante y vale mucho, cada individuo tiene el derecho a reclamar el manejo de su imagen. Según esto en el ámbito profesional, es totalmente una falta, compartir contenido ya sea de tipo profesional o de uso académico donde se comprometa la imagen de la persona involucrada y más en los diferentes medios de uso social, sin ningún consentimiento previo (22,23).

El derecho a la propia imagen es un derecho autónomo que puede ser lesionado junto con los derechos a la intimidad, a la honra, al buen nombre de su titular, y cuyo ejercicio está estrechamente vinculado a la dignidad y libertad de la persona, es decir que se viola este derecho al publicar ya sea fotografías y videos de un individuo sin su autorización, es una obligación para todos los profesionales de la salud el respeto por la identidad de cada persona antes de compartir contenido de sus tratamientos realizados (11).

2.6. Beneficio de las redes sociales

Debido a la influencia que han tenido las redes sociales positivamente entre los profesionales algunos aprovechan las distintas ventajas que esta herramienta brinda, como son la publicidad e innovación de servicios, interacción con los pacientes, los pacientes pueden estar actualizados sobre retrasos, citas y cambios de horarios, los profesionales de la salud se pueden mantener actualizados en las mejoras y descubrimientos en el ámbito científico. Entre otras ventajas que brindan las redes sociales están; que son una herramienta muy didáctica, eficaz que en la mayoría de los casos resultan seguras, son atractivas y promueven la mejora en la salud expandiendo los conocimientos (24,25).

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Determinar los comportamientos éticos evidenciados en el uso de redes sociales de los estudiantes de odontología

3.2. Objetivos específicos

- Identificar el contenido que comparten en sus redes sociales los estudiantes de odontología de séptimo a decimo semestre de la universidad Santo Tomás respecto a los procedimientos que realizan en sus pacientes
- Establecer si los estudiantes de odontología de séptimo a decimo semestre de la universidad Santo Tomás piden autorización a sus pacientes para publicar fotografías de los procedimientos realizados
- Observar si los estudiantes de odontología de séptimo a decimo semestre de la universidad Santo Tomás aplican conocimiento ético relacionados con confidencialidad al publicar contenido donde se vean involucrados sus pacientes
- Describir las preferencias de uso de las redes sociales de los estudiantes de la facultad de odontología de séptimo a decimo semestre de la universidad Santo Tomás

4. Metodología

4.1. Tipo de Estudio

El tipo de estudio es observacional descriptivo de tipo corte transversal porque no hay intervención, no requiere seguimiento, no se evalúa causalidad ya que los eventos son obtenidos en un mismo momento, sus costos son reducidos y su principal foco es la prevalencia (20).

4.2. Selección y descripción de participantes población

4.2.1 Población de estudio. El total de la población de estudiantes de séptimo a décimo semestre de la facultad de odontología de la Universidad Santo Tomás en el 2020-1 es de 280 estudiantes (Dato proporcionado el día 19 de febrero de 2020 por la facultad de Odontología de la Universidad Santo Tomás de estudiantes de séptimo a décimo semestre) la proporción es de 50 % de usuario de redes sociales. Según Epidat el resultado fue de 114 y considerando una proporción de no respuesta de 10%, la muestra a evaluar fue 127 sujetos.

4.2.2 Muestra y tipo de muestreo. El tipo de muestreo para este estudio fue no aleatorio por conveniencia, dadas las condiciones de aislamiento y no presencialidad de los estudiantes.

4.2.3 criterios de selección

4.2.3.1 criterios de inclusión

- Estudiantes de la Universidad Santo Tomás de séptimo a décimo semestre del periodo 2020-1.
- Estudiantes que tengan redes sociales.

4.2.3.2 criterios de exclusión

- Estudiantes que no hayan matriculado clínicas.

4.3 Variables

En este trabajo de grado se consideraron variables sociodemográficas, relacionadas con el uso de redes sociales, desempeño en redes sociales y variables de confidencialidad que permitirán a través de un cuestionario evidenciar qué tipo de contenido que publican los estudiantes de odontología de la Universidad Santo Tomás de séptimo a décimo semestre del periodo 2020-1. Adicionalmente, se aplicó una lista de chequeo de cumplimiento ético en el uso profesional de las redes sociales aplicada por los investigadores. (Ver apéndice A tabla de operacionalización de variables).

4.4 Instrumento

Se diseñó un cuestionario con 4 dimensiones; sociodemografica con 9 preguntas, uso de redes con 12 preguntas, desempeño en redes con 21 preguntas y confidencialidad con 9 ítems; para un total de 51 ítems.

Se aplicó una lista de chequeo de cumplimiento ético de 15 ítems en el uso de las redes sociales aplicado por los investigadores para evaluar el contenido de las redes. (Ver apéndice B).

4.5 Procedimiento

Esta investigación pretende describir los comportamientos éticos relacionados con el uso de redes sociales en estudiantes de odontología de la Universidad Santo Tomás en el periodo 2020-1, llevado a cabo mediante un estudio tipo encuesta, empleado para ello un cuestionario online que se aplicó en 179 estudiantes de séptimo a décimo semestre.

Inicialmente se realizó la búsqueda de la encuesta para la recogida de información a través de artículos científicos, revistas y base de datos, para la construcción de esta encuesta se utilizaron preguntas acordes a la operacionalización de las variables; luego se procedió a digitalizar el cuestionario a través de la plataforma virtual. Una vez construida la encuesta se procedió a validarla por los docentes y director de tesis, para recibir sugerencias. La encuesta fue online adaptando el cuestionario de *Chunga G* (26), adicionalmente se realizó una validez facial por expertos para evaluar la calidad del texto y pertinencia de preguntas.

Una vez realizada esta validación se realizó una prueba piloto, para garantizar la comprensión del cuestionario, una vez ejecutada la prueba piloto se realizaron las modificaciones finales y se realizó un cuestionario por medio de aplicación digital el cual incluía inicialmente el consentimiento informado.

Una vez realizada la recolección definitiva se digitó una base de datos en Excel por duplicado la cual se validó y analizó en STATA 14IC.

Finalmente se construyeron las tablas de resultados para garantizar la presentación organizada de los datos, para establecer la discusión, conclusiones y recomendaciones.

4.6.1 Plan de Análisis Univariado. El análisis estadístico se realizó en el paquete estadístico Stata MP versión 14,0, se ejecutó un análisis univariado para calcular frecuencias absolutas y porcentajes para las variables cualitativas tales como variables sociodemográficas y relacionadas con el uso de redes sociales; y medidas de tendencia central junto con medidas de dispersión (media, mediana o desviación estándar) (Ver apéndice C).

4.6.2 Plan de Análisis Bivariado. Para el análisis bivariado se aplicó la prueba de Chi² o Fisher's Exact para las variables cualitativas tales como contenido relacionado con los procedimientos que realizaron los estudiantes. Se consideró significancia estadística para aquellos valores $p \leq 0,05$ (Ver apéndice C).

4.7 Consideraciones Éticas

Según la resolución 008430 de 1993 de Colombia este estudio aplicó las consideraciones éticas teniendo en cuenta los principios éticos de la investigación estipulados en las normas internacionales.

Se respetó la participación voluntaria, la confidencialidad de datos personales, como lo establecen los artículos de la misma ley. Así mismo según el artículo 11 de la resolución 8430 de 1993 la investigación no tendrá ningún riesgo para los participantes ya que no se realiza ninguna intervención de las variables biológicas, fisiológicas, psicológicas o sociales de los individuos que participaron en el estudio, como: revisión de historias clínicas, entrevistas, cuestionarios y otros en los que no se le identifique ni se traten aspectos sensitivos de su conducta (27,28).

Adicionalmente se protegieron los datos personales, y se garantizó la no divulgación según la ley estatutario 1581 del 2012 por la cual se dicta disposiciones generales para la protección de datos personales, sin embargo, se manejará la información de forma confidencial y anónima (29).

Las respuestas obtenidas no tendrán efectos sobre el desempeño académico de las personas que está respondiendo, lo que significa que se podrá responder con toda sinceridad. (Ver apéndice D consentimiento informado)

5. Resultados

Se evaluaron 179 estudiantes de la facultad de odontología de la Universidad Santo Tomás, en el estudio sobre los comportamientos éticos relacionados con el uso de redes sociales mediante un cuestionario previamente validado por expertos para este fin, los participantes contestaron de manera virtual. De los 179 estudiantes, se negaron 50 estudiantes. Se puede observar, que respondieron más mujeres que hombres con aproximadamente 84% y 16% respectivamente, que la edad promedio de los participantes es 22 años, hubo más participación por parte de los estudiantes de octavo semestre 49(38%), también hay una mayor participación en los estratos 2 y 3 con 49 (38%) respectivamente, la mayoría de los participantes han vivido en el área urbana 115 (89%) y en el nivel educativo de los padres se observa que la mayoría han tenido un estudio secundarios con 47(33%). Ver tabla 1.

Tabla 1. Descripción de variables sociodemográficas.

Variables sociodemográficas		
Edad	MEDIA(DE)	MEDIANA(RIQ)
	22(2,1)	22(21-23)
Sexo	Femenino	N (%)
	Masculino	108 (83,72)
Semestre		21(16,28)
	Séptimo	19(14,73)
	Octavo	49(37,98)
	Noveno	34(26,36)
	Decimo	27(20,93)
Estrato socioeconómico	Estrato 1	12 (9,30)
	Estrato 2	49(37,98)
	Estrato 3	49(37,98)
	Estrato 4	12(9,30)
	Estrato 5	7 (5,43)
Lugar donde ha vivido más tiempo	Rural	14 (10,85)
	Urbano	115(89,15)

Tabla 1. (Continuación)

Nivel educativo de padre	Primaria	14 (10,85)
	Secundaria	47(36,43)
	Pregrado	44(34,11)
	Posgrado	24(18,60)
Nivel educativo de la madre	Primaria	8 (6,20)
	Secundaria	44(34,11)
	Pregrado	49(37,98)
	Posgrado	27(20,93)

Nota: N = Número ; % =Porcentaje

Los resultados obtenidos en la dimensión de uso de redes sociales demuestran que la mayoría de los estudiantes le dan un uso frecuente a las redes sociales, con un 96,9% siendo el uso concomitante de Facebook, Instagram, WhatsApp y Twitter las redes de uso más frecuente, sin embargo la red que reportan utilizar siempre es WhatsApp con un 92%. Respecto al uso de las redes un 45% reporta usarlas para recibir educación y compartir su vida social a través de fotos, videos e historia con un 40%. También se evidenció que el 77% sube contenido por satisfacción personal con una frecuencia semanal con un 31,7%. La mayoría reporta haber aprendido solo las redes sociales con casi un 90% y finalmente cerca de un 43% utiliza las redes sociales menos de seis horas y no reporta preferencia de momento del día para utilizarla. Por otra parte respecto al contenido que se publica en las redes sociales la mayor frecuencia fue publicación de videos y fotos con 55%. Ver tabla 2.

Tabla 2. Descripción de variables uso de redes sociales.

	Variable	N (%)
¿Utiliza redes sociales?	Si	125 (96,90)
	No	4 (3,1)
¿Cuáles de estas redes sociales utiliza?	Facebook, Instagram, Whatsaap	51 (39,53)
	Facebook, Instagram, Whatsaap, Twitter	55 (42,64)
	Instagram, Whatsaap	6 (4,65)
	Twitter, Whatsaap	2 (1,55)
	Facebook, Whatsaap	3 (2,33)
	Instagram	5 (3,88)
	Instagram, Whatsaap	3 (2,33)
	Facebook, Instagram	2 (1,55)
	Whatsaap	2 (1,55)
¿Con qué frecuencia usa Facebook?	Nunca	4 (3,10)
	A veces	45 (34,88)
	Casi siempre	35 (27,13)
	Siempre	45 (34,88)
¿Con qué frecuencia usa Instagram?	Nunca	3 (2,33)
	A veces	10 (7,75)
	Casi siempre	32 (24,81)
	Siempre	84 (65,12)
¿Con qué frecuencia usa Twitter?	Nunca	59 (45,74)
	A veces	33 (25,58)
	Casi siempre	22 (17,05)
	Siempre	15 (11,63)
¿Con qué frecuencia usa WhatsApp?	Nunca	---
	A veces	2 (1,55)
	Casi siempre	8 (6,20)
	Siempre	119 (92,25)

Tabla 2. (Continuación)

	Variable	N (%)
¿Qué uso les da a las redes sociales?	Dar educación	15 (11,63)
	Recibir educación	59 (45,74)
	Social (compartir fotos, videos e historias de mi vida)	52 (40,31)
	Comunicación interprofesional	---
	Buscar pacientes	---
	Mostrar lo que hago a mis pacientes	---
	Ganar dinero/ generar ingresos	---
	Publicidad para otras personas o empresas	---
¿Quién o qué le motivó a crear una cuenta en redes sociales?	Por influencia de mis amigos u otros	16 (12,40)
	Por influencia de mis familiares	7 (5,43)
	Por influencia de profesores	---
	Por mi mismo	75 (58,14)
	Por un juego	8 (6,20)
	Por mi necesidad académica o profesional	5 (3,88)
	Conseguir seguidores	---
	Hace parte de mi vida social	16 (12,40)
Hace parte de mi vida laboral	2 (1,55)	
¿Qué lo motiva a subir contenidos a las redes sociales?	Para informar	15 (11,63)
	Obtener “me gusta”	8 (6,20)
	Satisfacción personal	100 (77,52)
	Tener más seguidores	---
	Ganar dinero	6 (4,65)
¿Con qué frecuencia sube contenidos a sus redes?	Cada tres o seis meses	36 (27,91)
	Mensual	32 (24,81)
	Semanal	41 (31,78)
	Diario	12 (9,30)
	Varias veces al día	8 (6,20)
¿De qué manera aprendió a utilizar las redes sociales?	Por manejo propio y exploración	116 (89,92)
	Por ayuda de amigos	9 (6,98)
	Por ayuda de familiares	1 (0,78)
	Por ayuda de profesor	---
	Por haber recibido capacitación en cursos u otros	---
	Por autoaprendizaje a través de videos y manuales	3 (2,33)
¿Cuánto tiempo al día le dedica a consultar o publicar en las redes sociales?	Menos de 6 horas	56 (43,41)
	6 horas	38 (29,46)
	8 horas	17 (13,18)
	Más de 8 horas	18 (13,95)
¿Cuál es el horario de uso más frecuente?	Mañana	1 (0,78)
	Tarde	5 (3,88)
	Noche	58 (44,96)
	En cualquier momento	65 (50,39)

Tabla 2. (Continuación)

¿Qué contenido público en redes sociales?	Artículos o noticias	34 (26,36)
	Comercial / Empresas propias	18 (13,95)
	Videos y fotos personales	71 (55,04)
	Revistas científicas	---
	Ventas por catálogo	---
	Memes	3 (2,33)
	Libros	---
	Páginas web de interés general	1 (0,78)
	Historias personales	1 (0,78)
	Enlaces académicos	1 (0,78)
	Contenido profesional	---
	Actividades académicas	---
	Actividades académicas que incluyen pacientes	---
¿Qué identidad digital ha utilizado para registrarse en su perfil de red social?	Nombre real	122(94,57)
	Pseudónimo	6(4,65)
	Nombre de otra persona	1(0,78)

Nota: N=Número; % =Porcentaje

En la siguiente dimensión llamada desempeño en redes sociales, se evidencia que la mayoría de los estudiantes encuestados casi siempre preguntan a sus pacientes si pueden publicar información que le han enviado de manera privada y se aseguran de que su comportamiento mantenga la confidencialidad de sus pacientes, así mismo los estudiantes manifiestan “a veces” publicar información sobre su estado de ánimo, compartir información de internet, dar me gusta y comentar y casi siempre informarse de novedad y actividades sociales, en este mismo sentido los estudiantes revisan sus redes sociales antes de dormir y al momento de levantarse. Ver tabla 3.

Tabla 3. Descripción variables desempeño de redes sociales.

Con qué frecuencia realiza las siguientes actividades en redes sociales.	Nunca N (%)	A veces N (%)	Casi siempre N (%)	Siempre N (%)
¿Publico información de mi estado de ánimo, fotos, videos, etc...?	26 (20,16)	74 (57,36)	25 (19,38)	4 (3,10)
Me informo de las novedades que pasan en el mundo	4(3,10)	15(11,63)	67(51,94)	43(33,33)
Me informo de las actividades que realizan mis contactos.	2(1,55)	46(35,66)	48(37,21)	33(25,58)
Comparto información de Internet (textos, enlaces, videos) a través del muro de redes sociales.	10(7,75)	80(62,02)	22(17,05)	17(13,18)
Me intereso por la información que visualizo en la red social a través de 'Me gusta' o 'Likes'.	11(8,53)	65(50,39)	34(26,36)	19(14,73)
Comento la información que visualizo en la red social.	22(17,05)	89(68,99)	14(10,85)	4(3,10)
Chateo con contactos que no son de la Universidad	5(3,88)	45(34,88)	39(30,23)	40(31,01)

Tabla 3. (Continuación)

Participo de juegos en línea a través de la red social	59(45,74)	60(46,51)	9(6,98)	1(0,8)
Participo de 'Grupos en la red social' sobre diversos temas que me interesan	40(31,01)	56(43,41)	28(21,71)	5(3,88)
Revisa sus redes y publica antes de dormir	20(15,50)	51(39,53)	31(24,03)	27(20,93)
Revisa sus redes y publica al levantarse	31(24,03)	64(49,61)	18(13,95)	16(12,40)
¿Lee y respeta las normas de uso de la red social?	7(5,43)	23(17,8)	36(27,9)	63(48,8)
¿Ha publicado contenido sobre sus pacientes?	54(41,8)	63(48,8)	10(7,7)	2(1,5)
Reflexiona sobre la información que expone de sus pacientes y se asegura que no les importa	33(25,5)	22(17,0)	23(17,8)	51(39,5)
Solicita permiso antes de subir una foto o video donde involucre a otras personas	17(13,2)	27(20,9)	31(24,0)	54(41,8)
¿Pregunta si puede publicar información que le han enviado de manera privada?	11(8,5)	12(9,3)	16(12,4)	90(69,7)
Comunica a los demás el respeto a su privacidad e intimidad	23(17,8)	19(14,7)	21(16,3)	66(51,1)
Conserva una actitud pacífica cuando lo molestan por la red social	5(3,8)	24(18,6)	46(35,6)	54(41,8)
Ayuda a crear un ambiente amigable en la red social, siendo amable, educado y respetuoso	1(0,8)	8(6,2)	30(23,2)	90(69,7)
¿Se asegura de que su comportamiento mantenga la confidencialidad de sus pacientes?	2(1,5)	6(4,6)	22(17,0)	99(76,7)

Nota: N=Número; % =Porcentaje

En la dimensión variables confidencialidad se pudo evidenciar que la mayoría de los estudiantes encuestados saben que es información sensible, los riesgos de publicar información sobre sus pacientes en redes sociales y mantienen protegida la información e identidad de sus pacientes, sin embargo más del 50% no ha leído las políticas de redes sociales que utilizan ni saben en qué lugar se archiva la información que comparten. Respecto a saber si el consentimiento informado incluye la publicación de contenido multimedia, los estudiantes reportan no saberlo en un 66%. Ver tabla 4.

Tabla 4. Descripción de variables confidencialidad.

Variables confidencialidad	N(%)	
¿Sabe qué es información sensible?	Si	114 (88,37)
	No	15 (11,63)
¿Ha publicado contenido sobre sus pacientes?	Si	55 (42,64)
	No	74 (57,36)
¿Conoce los riesgos de publicar información sobre sus pacientes en redes sociales?	Si	107 (82,95)
	No	22 (17,05)
¿Sabe usted si en el consentimiento informado de la historia clínica, se autoriza al estudiante la publicación de contenido multimedia acerca del procedimiento a realizar?	Si	43 (33,33)
	No	86 (66,67)
¿Mantiene usted protegida la información personal del paciente?	Si	128 (99,22)
	No	1 (0,78)
¿Mantiene usted protegida la identidad de su paciente?	Si	127 (98,45)
	No	2 (1,55)

Tabla 4. (Continuación)

¿Ha leído las políticas de uso de sus redes sociales?	Si	61 (47,29)
	No	68 (52,71)
¿Sabe en qué lugar se archivan los datos e información que comparte?	Si	53 (41,09)
	No	76 (58,91)
¿Conoce el sitio para hacer reclamaciones en sus redes sociales?	Si	70 (54,26)
	No	59 (45,74)

Nota: N=Número; % =Porcentaje

Según los resultados del cuestionario aplicado por los investigadores donde se evaluaron las redes sociales de cada participante, se evidenció que, el 89,42% no publica contenido de tipo profesional en sus redes mientras el 10,58% si lo hacen. Al evaluar si subían fotos con sus pacientes el 30,77% tenían contenido donde mostraban a sus pacientes en algún procedimiento, sin embargo, la mayoría de los participantes 68,27% no se mostraban con sus pacientes en las publicaciones, del mismo modo cuando se evaluó si publicaban contenido como fotos y videos de sus pacientes, el 25% subían a sus redes contenido que solo involucraba al paciente. Por el contrario, cuando se evaluó si la información o el contenido que subían de sus pacientes estaba protegido solo el 10,58% protege la identidad de sus pacientes. Teniendo en cuenta los participantes que protegían la identidad de sus pacientes y tenían contenido con ellos solo el 3,85% no identifica las personas que aparecen en sus fotos.

Tabla 5. Descripción de variables cumplimiento ético en redes

Variables cumplimiento ético en redes		N (%)
¿El perfil social se presenta como profesional?	Si	19 (18,27)
	No	85 (81,73)
¿En el perfil se presenta como estudiante?	Si	46 (44,23)
	No	58 (55,77)
¿Publica contenido de tipo profesional?	Si	11 (10,58)
	No	93 (89,42)
¿Las fuentes de su contenido profesional publicado es confiable?	Si	3 (2,88)
	No	7 (6,73)
	No aplica	94 (90,38)
¿Publica contenido profesional constante durante el día?	Si	2 (1,92)
	No	85 (81,73)
	No aplica	17 (16,35)
¿Publica fotos con sus pacientes?	Si	32 (30,77)
	No	71 (68,27)
	No aplica	1 (0,96)
¿Publica fotos o videos de sus pacientes?	Si	26 (25,00)
	No	76 (73,08)
	No aplica	2 (1,92)
¿Protege la identidad de los pacientes?	Si	11 (10,58)
	No	27 (25,96)
	No aplica	66 (63,46)
¿Alguna fotografía es de un paciente evidentemente menor de edad?	Si	12 (11,54)
	No	48 (46,15)
	No aplica	44 (42,31)
¿Mantiene protegida la información del paciente?	Si	21 (20,19)
	No	18 (17,31)
	No aplica	65 (62,50)
¿Al subir contenido a las redes menciona la autorización del paciente?	Si	1 (0,96)
	No	34 (32,69)
	No aplica	69 (66,35)

Tabla 5. (Continuación)

¿Sus fotos y videos evidencian trabajo profesional integro? (bioseguridad, ropa y lenguaje)	Si	45 (43,27)
	No	4 (3,85)
	No aplica	55 (52,88)
Muestra respeto por la profesión	Si	67 (64,42)
	No	
	No aplica	37 (35,58)
Muestra respeto por la universidad y la facultad	Si	64 (61,54)
	No	2 (1,92)
	No aplica	38 (36,54)
¿Respeto la identidad de las personas que aparecen en sus fotos o videos?	Si	56 (53,85)
	No	4 (3,85)
	No aplica	44 (42,31)

Nota: N=Número; % =Porcentaje

6. Discusión

En este estudio se evidenciaron y analizaron los comportamiento de riesgo ético y legales en los que incurren los estudiantes de la facultad de odontología de la Universidad Santo Tomás, en el uso de sus redes sociales. Se identificaron comportamientos de riesgo ético como la publicación de fotos, videos e historias sin consentimiento y sin proteger la identidad del paciente, donde un 25% publica fotos de su paciente y un 30% las publica con sus pacientes. También se observaron riesgos legales como la publicación de imágenes de menores de edad sin autorización de sus padres y la falta de consentimiento para publicar este tipo de contenido. Así mismo, se logró coincidir con el estudio de Villamizar y colaboradores en 2016, quienes describieron el manejo de las redes sociales electrónicas por parte de los estudiantes de medicina, en cuanto a la publicación de fotografías con los pacientes, donde los resultados reflejaron que los estudiantes que habían publicado fotografías de ellos mismos durante la atención a pacientes en los sitios de práctica, o las fotografías donde se evidenciaban menores de edad que principalmente fueron publicadas en Facebook e Instagram, manifestaron que estas publicaciones habían sido autorizadas verbalmente por los pacientes y, en el caso de los niños, por los padres y acudientes, pero al preguntar si había algún consentimiento informado anexado en la historia clínica, la respuesta fue negativa; por lo cual se podría estar evidenciando un comportamiento de riesgo por parte de los estudiantes (5,30)

De igual manera, encontramos que los medios de comunicación son parte del mundo actual y afecta a los trabajadores de la salud. En Colombia es indispensable para el profesional de la salud contar con una autorización previa para la recolección de datos personales, que debe ajustarse a los requisitos establecidos por el decreto 1377 de 2013 que reglamenta parcialmente la ley 1581 que señala que quien recoge los datos personales, debe informarle al titular, todas las finalidades específicas para las cuales se obtiene el consentimiento (31).

Sin embargo, pese a que el uso no profesional de las redes sociales por parte de profesionales de la salud está bien documentado, y que las sociedades profesionales han elaborado manuales de comportamiento y manejo ético y profesional, no se han desarrollado mecanismos para detectar estas conductas médicas, teniendo en cuenta que todos deben velar por el cumplimiento de las normas éticas y profesionales, inclusive en el escenario virtual de las redes sociales (5,30). En este sentido la organización médica colegial de España, ha construido un manual de estilo sobre el buen uso de redes sociales dirigido a médicos y estudiantes de medicina, dado el inmenso campo de

posibilidades que dan las redes sociales, no solo como parte del ocio, sino como una herramienta médica de los profesionales de la salud, que ha hecho que no haya una línea que diferencie entre lo personal y profesional en el uso de redes sociales. En Colombia para el año 2018 se presentó el proyecto de ley 179 del 2018 por medio del cual se crean normas de buen uso y funcionamiento de redes sociales y sitios web en Colombia, actualmente el mismo se encuentra archivado desde el año 2019 (4,32).

Según los resultados del grupo evaluado, se evidenció que los estudiantes que publican fotos y videos de sus pacientes sin autorización son pocos (cerca del 1%). Esta falta de autorización es inapropiada, antiprofesional e imprudente y genera expectativas negativas sobre el comportamiento ético y profesional del estudiante en formación, sin embargo, los estudiantes manifestaron tener conocimiento de los riesgos éticos y legales, percibiendo un alto grado de conciencia por parte de ellos al momento de publicar contenido de tipo confidencial. Afortunadamente son pocos, pero sin embargo, se requiere de programas educativos para aumentar el grado de conciencia alrededor de este asunto. (30,33).

Al comparar los resultados de este estudio con otros reportes (30,33,34) sobre el uso no profesional de las redes sociales por parte de los estudiantes, se coincidió que las redes de preferencia son Facebook, Instagram, WhatsApp y Twitter. Según esto se observa que el manejo que le dan a estas redes es de tipo social al compartir su vida personal por medio de fotos, videos e historias y también para recibir educación, sin embargo, los estudiantes no comparten contenido profesional en sus redes porque la mayoría tienen claro que son estudiantes y no es pertinente hacer este tipo de publicaciones. Así mismo lo aclara Prendes, Gutiérrez y Castañeda (2015) en su estudio donde también fueron evidentes los resultados que confirman que las redes sociales forman parte de las herramientas básicas y habituales de comunicación entre los jóvenes de la universidad y que se utilizan principalmente para fines lúdicos, de ocio y de comunicación. Además, mencionan que encontraron un escaso uso de las redes sociales en actividades de tipo académicas (35,36).

Una de las limitaciones en este estudio fue que no se logró el tamaño de la muestra inicial calculado, esto debido al acceso a las redes sociales que los estudiantes otorgaban a los investigadores. La aparición de la pandemia del Covid-19, hizo también que los cuestionarios migraran a formatos digitales y, por lo tanto, lograr que las personas respondieran el cuestionario fue más complicado (30).

Entre las fortalezas se describe que es el primer estudio que se realiza en cuanto al uso de las redes sociales y estudiantes de odontología, Así mismo, se logró identificar los comportamientos que los estudiantes de odontología tienen con el uso de las redes sociales, esta información servirá de línea de base para diseñar estrategias educativas que orienten y concienticen acerca del uso profesional adecuado de las redes sociales, donde se enfatice en los temas de confidencialidad, privacidad, intimidad y secreto profesional. (33,34).

En resumen, se tiene claro que cada persona es libre de publicar y comunicarse en una red social, pero si esta se usa como fuente de información en el ámbito odontológico es importante mantener una actitud ética (actuar con toda libertad bajo principios morales y éticos). Por ende, hay que tener en cuenta que al momento de salir del consultorio seguimos teniendo la

responsabilidad ética y legal de proteger el derecho a la privacidad y confidencialidad de los pacientes, tales como publicar imágenes de menores de edad sin autorización y/o no haber firmado el consentimiento informado. En caso de no hacerlo, existen riesgos éticos y legales como demandas que pueden derivar en sanciones, en el caso de los estudiantes, la Universidad Santo Tomás establece en su reglamento general (37) sanciones desde el retiro de clases, amonestación pública o privada, hasta la expulsión y por tanto no poder seguir con sus estudios o como lo menciona Greysen (30), dando lugar a grandes acciones disciplinarias. (20,30).

6.1 Conclusiones

- El 55,04% de los estudiantes publican contenido de tipo personal como fotos, videos e historias en sus perfiles.
- El principal riesgo ético está en la falta de protección de la identidad del paciente y la falta de autorización para publicar fotos de menores de edad. El 18% de estudiantes se publicitan como profesionales, siendo una falta ética sancionable con implicaciones legales.
- De 130 estudiantes evaluados se evidenció 42% utilizan Facebook, Instagram, WhatsApp y Twitter como redes de preferencia.
- Solo un 1% de los estudiantes encuestados mencionan la autorización del paciente al subir contenido en las redes sociales, por otro lado, un 32,69% publica contenido sin mencionar la autorización del paciente.
- Un 82,95% de los estudiantes reporta conocer los riesgos de publicar información sobre sus pacientes en redes sociales.
- La preferencia de uso de las redes sociales de los estudiantes de odontología evaluados fue recibir educación con un 45,74% y social (compartir fotos, videos e historias) con un 40,31% siendo estos los criterios con mayor porcentaje.

6.2 Recomendaciones

Sugerir un programa de capacitación en la Universidad Santo Tomás donde se oriente al estudiante y al profesional de la salud sobre las consecuencias y la importancia del manejo de la información confidencial en las redes sociales, para así potenciar el conocimiento recibido durante su formación y reforzar las buenas prácticas evitando que el profesional se vea involucrado en asuntos legales.

Evaluar la necesidad de actualizar los consentimientos informados para incluir en ellos el uso de fotografías, videos e información clínica en las redes sociales. Considerando que estos consentimientos son institucionales, es responsabilidad del estudiante obtener consentimientos individuales para el uso de este material en redes sociales.

Referencias bibliográficas

- (1) Barbosa SF, Quadros L, Mendes L. Redes sociales en el aprendizaje de la odontología: opinión de los estudiantes de una universidad brasileña. *Revista cubana de estomatología* 2017;2(54):1-11.
- (2) Scolari CA, Lugo Rodríguez N, Masanet MJ. Transmedia Education. From the contents generated by the users to the contents generated by the students. *Rev. lat. comun. soc.* 2019;1(74):116-132.
- (3) Thompson LA, Black E, Duff WP, Paradise N, Saliba H, Dawson K. Protected Health Information on Social Networking Sites: Ethical and Legal Considerations. *JMIR* 2011;13(1):e8.
- (4) Gutiérrez R, Jiménez M, Lalanda M. Ética y redes sociales. Manual de estilo para médicos y estudiantes de medicina sobre el buen uso de redes sociales. España: Organización Médica Colegial de España; 2014.
- (5) Villamizar PJ, Moreno SM, Moreno F. Manejo de las redes sociales electrónicas por parte de los estudiantes de medicina: el caso de la publicación de fotografías de los pacientes y el profesionalismo médico. *Biomédica* 2016;36(1):140-148.
- (6) Republica de Colombia. Código de Deontología Odontológica . 1992.
- (7) Antomás J, Huarte del Barrio S. Confidencialidad e historia clínica: Consideraciones ético-legales. *Anales del sistema sanitario de Navarra* 2011;34(1):73-82.
- (8) Bertrán JM, Collazo E, Gervás J, González P. Intimidad, confidencialidad y secreto. *Ergon. C/ Arboleda*, 1. 28220 Majadahonda (Madrid) ed. Madrid: Fundación de ciencias de la salud; 2005.
- (9) Congreso de la Republica de Colombia. Ley 1273 de 2009. 2009.
- (10) Congreso de la Republica de Colombia. Ley 1581 de 2012. 2013.
- (11) Corte Constitucional de la República de Colombia. Acción de tutela contra particulares cuando el afectado se encuentra en estado de indefensión. 2013;T-058.
- (12) Boyd DM, Ellison NB. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *JCMC* 2007;13(1):210-230.
- (13) De Freitas Drumond, J G. Etica y calidad en salud. Filotecnia versus filantropia. *Acta bioeth* 2010;16(2):119-123.
- (14) L. Rivero Fuentes. Aspectos para mejorar la práctica clínica odontológica desde la perspectiva bioética Universidad de la Sabana; 2017.
- (15) Ministerio de Salud de la República de Colombia. Resolución 13437. Tipos de Diseños de los estudios clínicos y Epidemiológicos. *Avances en Biomédica* . 1991.
- (16) Triana Estrada J. La ética: un problema para el odontólogo. *Acta bioeth* 2006;12(1):75-80.
- (17) Aroca Beltrán C, López EG. Cómo afectan los medios sociales a la confidencialidad de los pacientes? Revisión de los potenciales problemas y recomendaciones. *Acta bioeth* 2017;23(1):189-197.
- (18) Constitución política de Colombia 1991. Santafé de Bogota; 1991.
- (19) Torres Quintana MA, Romo F. Bioethics and odontologists professional practice. *Acta bioeth* 2006;12(1):65-74.
- (20) Martínez Gil LA, Martínez Franco AI, Vives Varela T. Las consideraciones éticas del uso de las redes sociales virtuales en la práctica médica. *Revista de la Facultad de Medicina (México)* 2016;59(3):36-46.
- (21) Ramírez R, Arenas Massa A. Teaching bioethics in odontology. Considerations and prospects . *Persona y Bioetica* 2016;20(2):257.
- (22) Corte Constitucional de Colombia. Sentencia C355/94. 2015.

- (23) Corte de la República de Colombia. Ley 35. 1989.
- (24) Rojas G, Serrano MB. Las redes sociales y su papel en la mejora de la salud y prevención de enfermedades . : Universidad Autónoma de Centro América; 2015.
- (25) Gutierrez L. Marketing para Odontólogos. Media Source 2019.
- (26) Gerardo Raul Chunga Chinguel. Uso académico de las redes sociales: análisis comparativo entre estudiantes y profesorado de la universidad católica santo Torivio de Mogrovejo. universidad de Málaga; 2016.
- (27) Miguel R, Zemel M. El consentimiento informado en odontólogos residentes de la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional de La Plata. Acta bioeth 2006;12(1):81-89.
- (28) Rillo AG. Consentimiento informado: aspectos éticos y legislación en la odontología. Humanid. méd 2013;13(2):393-411.
- (29) Zaror Sánchez C, Vergara González C. Ética en el currículo de las carreras de odontología. Acta bioeth 2008;14(2):212-218.
- (30) Greysen SR, Chretien KC, Kind T, Young A, Gross CP. Physician Violations of Online Professionalism and Disciplinary Actions: A National Survey of State Medical Boards. JAMA 2012;307(11):1141-1142.
- (31) Corte Constitucional de Colombia. Decreto 1377. Artículo 5. 2013.
- (32) Congreso de la Republica de Colombia. Ley 179 de 2018. 2018.
- (33) Farooqi H, Patel H, Aslam HM, Ansari IQ, Khan M, Iqbal N, et al. Effect of Facebook on the life of Medical University students. International archives of medicine 2013;6(1):40.
- (34) Pentescu A, Cetină I, Orzan G. Social Media's Impact on Healthcare Services. Procedia economics and finance 2015;27:646-651.
- (35) Thompson LA, Dawson K, Ferdig R, Black EW, Boyer J, Coutts J, et al. The Intersection of Online Social Networking with Medical Professionalism. J GEN INTERN MED 2008;23(7):954-957.
- (36) Castañeda Quintero LJ, Prendes Espinosa MP. Competencias para el uso de TIC en futuros maestros. Comunicar 2010(35):175-182.
- (37) Consejo superior. Reglamento general disciplinario de la USTA. 2012.

Apéndices

A. Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operativa	Naturaleza	Escala de medición	Valor que asume
Correo electrónico	Servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes mediante redes de comunicación electrónica.	Dirección electrónica de los participantes	Cualitativa	Nominal	Nombre, usuario
Sexo	Condición orgánica que distingue a los machos de las hembras	Participantes refieren a que sexo pertenecen.	Cualitativa.	Nominal.	Hombre (1) Mujer (0)
Fecha de nacimiento	Indicación del tiempo en el que una persona nace	Fecha de nacimiento de los participantes	Cualitativa	Nominal	Año, mes, día
Edad	Tiempo de existencia de alguna persona o cualquier otro ser animado o inanimado desde su creación hasta su actualidad.	Participantes mayores de 18 años.	Cuantitativa	Razón	En años cumplidos
Semestre	Periodo de seis meses	Se toma en cuenta los estudiantes de séptimo a décimo semestre	Cualitativa	Nominal	Séptimo (0) Octavo (1) Noveno (2) Décimo (3)
Estrato social	Constituido por un conjunto de personas que están ubicadas en un sitio en la jerarquía.	Según el recibo de la luz saber el estrato en el que se encuentra el participante.	Cualitativa	Ordinal	Estrato 1 (0), 2 (1), 3(2), 4 (3), 5 (4), 6 (5).
Procedencia	Lugar, cosa o persona de que procede alguien o algo.	Saber si son del área metropolitana de Bucaramanga o fuera del área metropolitana	Cualitativa	Nominal	Ciudad, pueblo, municipio o departamento de donde proviene el participante.
Lugar donde ha vivido por más tiempo en su vida	Lugar donde una persona ha pasado mayor tiempo de su vida.	Saber si viven en un área rural o urbano.	Cualitativa	Nominal	Rural Urbano
Nivel educativo de los padres	Nivel de educación más alto que una persona ha terminado	Nivel educativo de los padres	Cualitativa	Nominal	(0) Primaria, (1) secundaria, (2) pregrado, (3) posgrado.
Profesión de los padres	Actividad habitual de una persona generalmente para	Profesión de los padres.	Cualitativa	Nominal	Profesión de los padres de los

	la que se ha preparado, que al ejercerla tiene derecho a recibir remuneración o salario.				encuestados.
Redes sociales	Estructura social integrada por personas, organizaciones o entidades que se encuentran conectadas entre sí por una o varios tipos de relaciones.	Redes sociales que usan los participantes.	Cualitativa	Nominal	Sí No
Facebook	Red social en la que se intercambia una comunicación fluida y donde se comparte información de forma sencilla	Observar si usa esta red social	Cualitativa	Nominal	Nunca (0) A veces (1) Casi siempre (2) Siempre (3)
Instagram	Red social donde se suben y publican fotos y videos	Observar si usa esta red social	Cualitativa	Nominal	Nunca (0) A veces (1) Casi siempre (2) Siempre (3)
Twitter	Plataforma que permite compartir contenido en tiempo real desde cualquier parte del mundo	Observar si usa esta red social	Cualitativa	Nominal	Nunca (0) A veces (1) Casi siempre (2) Siempre (3)
Whatsapp	Es una aplicación de mensajería para teléfonos inteligentes, en la que se envían y reciben mensajes Mediante internet.	Observar si usa esta red social	Cualitativa	Nominal	Nunca (0) A veces (1) Casi siempre (2) Siempre (3)
Tipo de perfil	Descripción de las características sociales de los individuos que los identifican en sitios de redes sociales	Si el participante tiene privatizado el perfil de sus redes sociales	Cualitativa	Nominal	Publico (0) Privado (1)
Uso de las redes sociales	Tiempo que dedica para el uso de las redes sociales.	Tipo de uso que le da a las redes sociales el participante	Cualitativa	Nominal	Dar educación (0), recibir educación (1), social (2), Comunicación interprofesional (3), buscar pacientes (4), mostrar lo que hago a mis pacientes (5), ganar dinero/generar ingresos (6), publicidad para otras personas o empresas (7).
Motivo de creación de la red social	Causa que determina la existencia de una cosa o la manera de actuar de una persona	Analizar que motivó al participante a crear un usuario en las redes sociales	Cualitativa	Nominal	Por influencia de mis amigos u otros (0) Por influencia de mis familiares (1) Por influencia de profesores (2) Por mí mismo (3) Por un juego o reto (4) Por necesidad académica o profesional

					(5) Conseguir seguidores (6) Hace parte de mi vida social (7) Hace parte de mi vida laboral (8)
Utilización de las redes sociales	Acción y efecto de utilizar	Observar de que forma el participante le da uso a sus redes sociales	Cualitativa	Nominal	Por manejo propio y exploración (0) Por ayuda de amigos (1) Por ayuda de familiares (2) Por ayuda de un profesor (3) Por haber recibido capacitación en cursos u otros (4) Por autoaprendizaje a través de videos y manuales (5)
Frecuencia de actividad en redes sociales	Número de veces que aparece, sucede o se realiza una cosa durante un periodo o espacio determinado	Evaluar qué acciones generales practican los participantes y con qué frecuencia	Cualitativa	Nominal	(0)Cada tres o seis meses (1)Mensual (2)Semanal (3) Diario (4) Varias veces al día
Tiempo en redes sociales	Tiempo que una persona le dedica a sus redes sociales	Tiempo que el participante le dedica a sus redes sociales al día	Cualitativa	Nominal	Menos de 6 horas (0) 6 Horas (1) 8 Horas (2) Más de 8 horas (3)
Identidad digital	Conjunto de informaciones publicadas en internet sobre mí y que componen la imagen que los demás tienen de mí.	Observar con que usuario se identifica el participante en redes sociales	Cualitativa	Nominal	Nombre real (0) Pseudónimo (1) Nombre de otra persona (2) Otro (3)
Normas de comportamiento	Regla que debe ser respetada y que permite ajustar ciertas conductas o actividades	Evaluar si el participante cumple con las normas éticas de cada red social	Cualitativa	Nominal	Nunca (0) A veces (1) Casi siempre (2) Siempre (3)
Información personal	Es cualquier dato que podría identificar a un individuo específico, utilizada para distinguir una persona de otra.	Como informan los participantes a los usuarios acerca de las alteraciones de la publicación que permite identificarlos a ellos mismos	Cualitativa	Nominal	Sí No
Fuente de información	Diversos tipos de documentos que	Pretende conocer cuál es	Cualitativa	Nominal	Artículos o noticias (0), Comercial o

	contienen datos útiles para satisfacer una demanda de información o conocimiento	el origen de las publicaciones de los participantes			empresas propias (1), Videos y fotos personales (2), Revistas científicas (3), Ventas por catálogos (4), Memes (5), Libros (6) Páginas web de interés personal (7), Historias personales (8), Enlaces académicos (9), Contenido profesional (10), Actividades académicas (11), Actividades académicas que incluyen pacientes (12)
Información sensible	Es el nombre que recibe la información personal privada de un individuo, por ejemplo, ciertos datos personales y bancarios, contraseñas de correo electrónico e incluso el domicilio en algunos casos.	El participante conoce o no, los riesgos de publicar información sensible en las redes sociales.	Cualitativa	Nominal	Sí (0) No (1)
Contenido publicado	Información que presenta una publicación	El participante ha publicado o no contenido sobre sus pacientes	Cualitativa	Nominal	Si (0) No (1)

Identificación de riesgos éticos

Variable	Definición conceptual	Definición operativa	Naturaleza	Escala de medición	Valor que asume
Identidad digital	Conjunto de informaciones publicadas en internet sobre mí y que componen la imagen que los demás tienen de mí.	Observar con que usuario se identifica el participante en las redes sociales y si se presenta como estudiante o profesional	Cualitativa	Nominal	Si (0) No (1) No aplica(2)
Protección de información	Conjunto de medidas preventivas y reactivas que permiten resguardar y proteger información confidencial	Conocer si el participante mantiene protegida la información personal del paciente	Cualitativa	Nominal	Si(0) No(1) No aplica(2)

Contenido publicado	Información que presenta una publicación	El participante ha publicado o no contenido sobre sus pacientes	Cualitativa	Nominal	Si(0) No(1) No aplica (2)
Consentimiento informado	Procedimiento mediante el cual se garantiza que el sujeto ha expresado voluntariamente su intención de participar en una investigación.	Conocer si el participante menciona o hace referencia la autorización del paciente para publicar una foto en su perfil	Cualitativa	Nominal	Si(0) No (1) No aplica (2)
Fuente de información que publica	Diversos tipos de documentos que contienen datos útiles para satisfacer una demanda de información o conocimiento	Conocer si el participante publica contenido de tipo profesional con fuentes seguras	Cualitativa	Nominal	Si(0) No (1) No aplica(2)
Integridad académica	compromiso, incluso en momentos de adversidad, con la honestidad, la confianza, la justicia, el respeto, el coraje y la responsabilidad.	Conocer si el participante muestra respeto y compromiso con su profesión y su institución	Cualitativa	Nominal	Si(0) No(1) No aplica (2)
Respeto a la identidad	manifiesta las diferencias entre los individuos, es decir, de respetar y valorar su identidad personal como prerequisite para el posterior establecimiento de vínculos interpersonales que nos lleven al mutuo respeto y a la comunicación.	Conocer si el participante muestra respeto por la identidad de las personas que aparecen en sus publicaciones	Cualitativa	Nominal	Si(0) No(1) No aplica(2)

B. Instrumento

Este cuestionario pretende observar los riesgos éticos y legales en que incurren los estudiantes de odontología con el uso de las redes sociales. Su participación es voluntaria pero muy valiosa para conocer cuáles son estos riesgos y si realmente tienen conocimiento acerca de los factores éticos y legales en cuanto a la publicación y uso de estas redes; lo que permitirá tener más información de esta problemática y por lo tanto diseñar estrategias que permitan conocimiento para solucionarlo. La información personal será confidencial y los resultados no tendrán ningún efecto sobre su desempeño académico, sin embargo, le solicitamos responder con la mayor sinceridad y dedicación. El beneficio que usted puede recibir es el desarrollo de estrategias que permitirán adquirir y poner en práctica conocimiento de los factores éticos y legales al hacer uso de las redes sociales. Al hacer clic en "siguiente", usted está entregando conocimiento para el uso de la información. Agradecemos su participación.



FACTORES ÉTICOS RELACIONADOS CON EL USO DE REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE ODONTOLOGÍA DE SÉPTIMO A DÉCIMO SEMESTRE.

Estimado estudiante: Le pedimos pueda responder con toda sinceridad a las siguientes preguntas sobre el uso de las redes sociales. Al aceptar participar, usted permite que el usuario “redes-odontología” lo pueda seguir en sus redes sociales, con el propósito de compartirle información al respecto del uso de redes sociales. Esta investigación se compromete a hacer uso adecuado y prudente de su información. Adicionalmente se protegerán los datos personales, y no se serán divulgados según la ley estatutario 1581 del 2012 por la cual se dicta disoluciones para generales para la protección de datos personales, sin embargo, se manejará la información de forma confidencial y anónima.

FECHA CÓDIGO
 CORREO ELECTRÓNICO: _____

1. INFORMACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA

Sexo	Mujer Hombre	Fecha de nacimiento	___/___/___
		Edad	_____
Semestre	(0) Séptimo (1) Octavo (2) Noveno (3) Décimo		
Estrato económico	socio -	0__1__2__3__4__5__6__	
Procedencia	Explique en qué lugar ha vivido por más tiempo de su vida	(0)Rural_____ (1)Urbano_____	Municipio _____
Nivel educativo del padre	(0)Primaria__(1)Secundaria__(2)Pregrado__(3)Posgrado__		
Nivel educativo de la madre	(0)Primaria__(1)Secundaria__(2)Pregrado__(3)Posgrado__		

Profesión u oficio del padre _____	Profesión u oficio de la madre _____
------------------------------------	--------------------------------------

2. USO DE REDES SOCIALES

¿Utiliza redes sociales?

Sí	No
----	----

¿Cuál de estas redes sociales utiliza?

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Whatsapp

¿Con qué frecuencia utiliza estas redes?

Red social	(0) Nunca	(1) A veces	(2) Casi siempre	(3) Siempre
Facebook				
Instagram				
Twitter				
Whatsapp				

¿Su perfil en las redes sociales es?

Red social	(0) Público	(1) Privado	(2) No aplica
Facebook			
Instagram			
Twitter			
Whatsapp			

¿Qué uso les da a las redes sociales?

- (0) Dar educación
- (1) Recibir educación
- (2) Social (compartir fotos, videos e historias de mi vida)
- (3) Comunicación interprofesional
- (4) Buscar pacientes
- (5) Mostrar lo que hago a mis pacientes
- (6) Ganar dinero / generar ingresos
- (7) Publicidad para otras personas o empresas

¿Quién o qué le motivó a crearse una cuenta en redes sociales? (Marque una opción)

(0) Por influencia de mis amigos u otros	(1) Por influencia de mis familiares	(2) Por influencia de profesores
(3) Por mí mismo	(4) Por un juego o reto	(5) Por mi necesidad académica o profesional
(6) Conseguir seguidores	(7) Hace parte de mi vida social	(8) Hace parte de mi vida laboral

¿Qué lo motiva a subir contenidos a las redes sociales?

(0) Para informar	(1) Obtener “me gusta”	(2) Satisfacción personal
(3) Tener más seguidores	(4) Ganar dinero	
¿Con qué frecuencia sube contenidos a sus redes?		
(0) Cada tres o seis meses	(1) Mensual	(2) Semanal
(3) Diario	(4) Varias veces al día	
¿De qué manera aprendió a utilizar las redes sociales? (marque una opción)		
(0) Por manejo propio y exploración	(1) Por ayuda de amigos	(2) Por ayuda de familiares
(3) Por ayuda de un profesor	(4) Por haber recibido capacitación en cursos u otros	(5) Por autoaprendizaje a través de videos y manuales
¿Cuánto tiempo al día le dedica a consultar o publicar en las redes sociales?		
(0) Menos de 6 horas	(1) 6 horas	(2) 8 horas
(3) Más de 8 horas		
¿Cuál es el horario de uso más frecuente?	mañana Tarde	Noche En cualquier momento
¿Qué contenido publica en redes sociales?		
(0) Artículos o noticias		
(1) Comercial / Empresas propias		
(2) Videos y fotos personales		
(3) Revistas científicas		
(4) Ventas por catálogos		
(5) Memes		
(6) Libros		
(7) Páginas web de interés general		
(8) Historias personales		
(9) Enlaces académicos		
(10) Contenido profesional		
(11) Actividades académicas		
(12) Actividades académicas que incluyen pacientes		

3. DESEMPEÑO EN REDES SOCIALES

¿Con qué frecuencia realiza las siguientes actividades en redes sociales?				
Acciones generales	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Publico información de mi estado de ánimo, fotos, videos, etc...				
Me informo de las novedades que pasan en el mundo				

Me informo de las actividades que realizan mis contactos.				
Comparto información de Internet (textos, enlaces, videos) a través del muro de redes sociales.				
Me intereso por la información que visualizo en la red social a través de 'Me gusta' o 'Likes'.				
Comento la información que visualizo en la red social.				
Chateo con contactos que no son de la Universidad				
Participo de juegos en línea a través de la red social				
Participo de 'Grupos en la red social' sobre diversos temas que me interesan				
Revisa sus redes y publica antes de dormir				
Revisa sus redes y publica al levantarse				

¿Qué identidad digital ha utilizado para registrarse en su perfil de red social? (Marque una opción)			
Red social	(0) Nombre real	(1) Pseudónimo	(2) Nombre de otra persona
Facebook			
Instagram			
Twitter			
Whatsapp			

Cuál es su usuario de:	
Facebook	
Instagram	
Twitter	
¿Cuál es su número de Whatsapp?	

¿Con qué frecuencia realiza las siguientes normas de comportamiento?				
Normas de comportamiento	(0) Nunca	(1) A veces	(2) Casi siempre	(3) Siempre

¿Lee y respeta las normas de uso de la red social?				
¿Ha publicado contenido sobre sus pacientes?				
Reflexiona sobre la información que expone de sus pacientes y se asegura que no les importa				
Solicita permiso antes de subir una foto o video donde involucre a otras personas				
¿Pregunta si puede publicar información que le han enviado de manera privada?				
Comunica a los demás el respeto a su privacidad e intimidad				
Conserva una actitud pacífica cuando lo molestan por la red social				
Ayuda a crear un ambiente amigable en la red social, siendo amable, educado y respetuoso				
¿Se asegura de que su comportamiento mantenga la confidencialidad de sus pacientes?				

4. CONFIDENCIALIDAD

¿Sabe qué es información sensible?	SI(0)	NO(1)
¿Ha publicado contenido sobre sus pacientes?	SI(0)	NO(1)
¿Conoce los riesgos de publicar información sobre sus pacientes en redes sociales?	SI(0)	NO(1)
¿Sabe usted si en el consentimiento informado de la historia clínica, se autoriza al estudiante la publicación de contenido multimedia acerca del procedimiento a realizar?	SI(0)	NO(1)
¿Mantiene usted protegida la información personal del paciente?	SI(0)	NO(1)
¿Mantiene usted protegida la identidad de su paciente?	SI(0)	NO(1)
¿ha leído las políticas de uso de sus redes sociales?	SI(0)	NO(1)
¿Sabe en qué lugar se archivan los datos e información que comparte?	SI(0)	NO(1)
¿Conoce el sitio para hacer reclamaciones en sus redes sociales?	SI(0)	NO(1)

CUESTIONARIO PARA INVESTIGADORES

El siguiente cuestionario consta de 15 preguntas para evaluar la manera en la que los estudiantes encuestados usan las redes sociales, será aplicado a los investigadores.

¿El perfil social se presenta como profesional?	SI	NO	NO APLICA
¿En el perfil se presenta como estudiante?	SI	NO	NO APLICA
¿Publica contenido de tipo profesional?	SI	NO	NO APLICA
¿Las fuentes de su contenido profesional publicado es	SI	NO	NO

confiable?			APLICA
¿Publica contenido profesional constante durante el día	SI	NO	NO APLICA
¿Publica fotos con sus pacientes?	SI	NO	NO APLICA
¿Publica fotos o videos de sus pacientes?	SI	NO	NO APLICA
¿Protege la identidad de los pacientes?	SI	NO	NO APLICA
¿Alguna fotografía es de un paciente evidentemente menor de edad?	SI	NO	NO APLICA
¿Mantiene protegida la información del paciente?	SI	NO	NO APLICA
¿Al subir contenido a las redes menciona la autorización del paciente?	SI	NO	NO APLICA
¿Sus fotos y videos evidencian trabajo profesional integro? (bioseguridad, ropa y lenguaje)	SI	NO	NO APLICA
Muestra respeto por la profesión	SI	NO	NO APLICA
Muestra respeto por la universidad y la facultad	SI	NO	NO APLICA
¿Respeto la identidad de las personas que aparecen en sus fotos o videos?	SI	NO	NO APLICA

C. Plan de análisis Estadístico

PLAN DE ANÁLISIS ESTADÍSTICO			
ANÁLISIS UNIVARIADO			
VARIABLE A TRATAR	NATURALEZA	REPORTE/O PERACIONES	COMANDOS
Sexo Semestre Estrato socioeconómico Procedencia Uso de redes sociales Facebook Instagram Twitter Whatsapp Nivel educativo del padre Nivel educativo de la madre Correo electrónico Fecha de nacimiento Información sensible Tiempo en redes sociales Fuente de información confiable Contenido publicado Información personal del paciente Consentimiento informado Identidad digital Información profesional Políticas de uso de redes sociales Riesgo al paciente Confidencialidad	Cualitativa	Frecuencias absolutas (#) Porcentajes (%)	Tab IS1 Tab IS4 Tab IS5 Tab IS6 Tab U1 Tab D13 Tab D14 Tab D15 Tab D16 Tab IS9 Tab IS10 Tab CR Tab IS2 Tab C1 Tab U15 Tab A4 Tab U7 Tab C5 Tab C4 Tab D12 Tab A3 Tab C7 Tab C3 Tab D25
Edad	Cuantitativa	Medidas de tendencia central (moda, media, mediana) Medidas de dispersión	Sum IS3, d

PLAN DE ANÁLISIS ESTADÍSTICO			
ANÁLISIS BIVARIADO			
VARIABLE DEPENDIENTE O DE SALIDA	VARIABLE INDEPENDIENTE O EXPLICATORIA	NATURALEZA Y CATEGORÍA	PRUEBA ESTADÍSTICA
Conocimiento	Práctica	Cualitativa/ cualitativa	Chi2 o Fisher's Exact

D. Consentimiento informado

Patrocinador del estudio: Esta investigación se realiza como requisito de trabajo de grado para obtener el título de odontólogo de la Universidad Santo Tomás y no requiere financiamiento de terceros.

Objetivo: Observar los riesgos éticos y legales en que incurren los estudiantes de odontología de la Universidad Santo Tomás de séptimo a decimo semestre en el uso de las redes sociales.

Procedimiento: Si usted accede a participar en este estudio, se le solicitará que responda las preguntas del cuestionario, esto tomará aproximadamente diez minutos de su tiempo. En el cuestionario se le solicitará su nombre y código, sin embargo, estos datos no serán tenidos en cuenta al momento de la tabulación y serán totalmente confidenciales.

Toda investigación que se obtenga será confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de esta investigación. Sus respuestas en la encuesta serán codificadas usando un número de identificación o código.

Al firmar el consentimiento usted dará permiso al equipo investigador de evaluar su actividad y contenido de sus redes sociales

Riesgo: Esta investigación no implica ningún riesgo dado que los datos serán estrictamente confidenciales.

Beneficios: Por medio de este trabajo se quiere observar y conocer el contenido que comparten y publican los estudiantes en las redes sociales.

Compensaciones: Este trabajo no genera ningún tipo de compensación.

Costos: Este trabajo no genera ningún costo para usted.

Confidencialidad: La información obtenida se mantendrá de forma confidencial. Posiblemente en revistas y conferencias odontológicas, pero en ningún momento los resultados obtenidos se revelarán datos individuales (nombres e identificación de los participantes)

Voluntariedad: Su participación en esta investigación es totalmente voluntaria; usted tiene el derecho a aceptar o no participar en este trabajo o a retirar su consentimiento y a no ser parte de esta investigación.

Preguntas: Si tiene preguntas acerca de la investigación puede contactar a Nicol Andrade (3102454004, Nicol.andrade@ustabuca.edu.co) Vanessa Casseres (3213451445, Sleendy.casseres@ustabuca.edu.co) Gabriela Jaimes (3043637135, Samaris.jaimes@ustabuca.edu.co) Lina Sanguino (3105552726, Lina.sanguino@ustabuca.edu.co)

Declaración del consentimiento

Se me ha explicado el propósito de esta investigación, el procedimiento, beneficios, riesgos la confidencialidad y la voluntariedad de aceptar o no.

Firmo este documento voluntariamente sin ser forzado a hacerlo. Se me comunicó toda la información relacionada con el estudio. Yo autorizo a las investigadoras responsables de la investigación a usar todos los datos obtenidos en el contenido del cuestionario.

Nombre del participante

Cc:

Firma del participante

Nombre del investigador Firma del investigador

Nombre del investigador Firma del investigador

Nombre del investigador Firma del investigador

Nombre del investigador Firma del investigador