

ANÁLISIS DE LAS INTERACCIONES EN POSTS SOBRE LACTANCIA MATERNA, DISEÑADOS PARA REDES SOCIALES

López Ortiz María Montserrat¹, Fernández Carrasco Marí del Pilar¹, Varela Sánchez Frida Alejandra², Huesca Alaniz Luis Fernando², Martínez Tinoco Erick Santiago²

1. Profesoras del Departamento de Medicina y Nutrición de la Universidad de Guanajuato

2. Estudiantes del Departamento de Medicina y Nutrición de la Universidad de Guanajuato

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales se han convertido en protagonistas de la difusión de información, ya que además de ser gratuitas, son de fácil acceso. Utilizarlas como medio de comunicación para fines informativos y de sensibilización en temas de salud puede ser una estrategia eficaz para concientizar a la población.

La leche materna es el alimento óptimo para los lactantes y es un factor determinante para la salud materna e infantil, por lo tanto es esencial promover y apoyar la lactancia materna (LM) a través de contenido digital dirigido a público general.

OBJETIVO

Analizar las interacciones a partir de posts sobre lactancia materna en tres redes sociales (Instagram, Facebook y TikTok).

MATERIAL Y MÉTODOS

Se crearon perfiles en Instagram, Facebook y TikTok. Se eligió nombre de usuario, logotipo y una paleta de colores

Se eligieron hashtags relacionados con la lactancia materna para las publicaciones:

#salud, #información, #entérate, #parati, #fyp, #paternidad, #maternidad, #lactanciamaterna, #amamantar, #lactancia, #lactanciahumana, #concientización, #sensibilización, #lechematerna

Se estableció orden, fecha y horario de publicación de cada post por red social en el periodo del 08 al 15 de Julio del 2024

Se seleccionaron temas para los posts y se diseñaron en Canva®

Mediante la herramienta Metricool® se realizó el análisis de las interacciones, crecimiento e impacto de las publicaciones en cada una de las redes sociales del 08 al 21 de julio.

RESULTADOS

Se publicaron 5 Posts en cada una de las redes sociales

GRÁFICO 1. PORCENTAJE DE INTERACCIONES

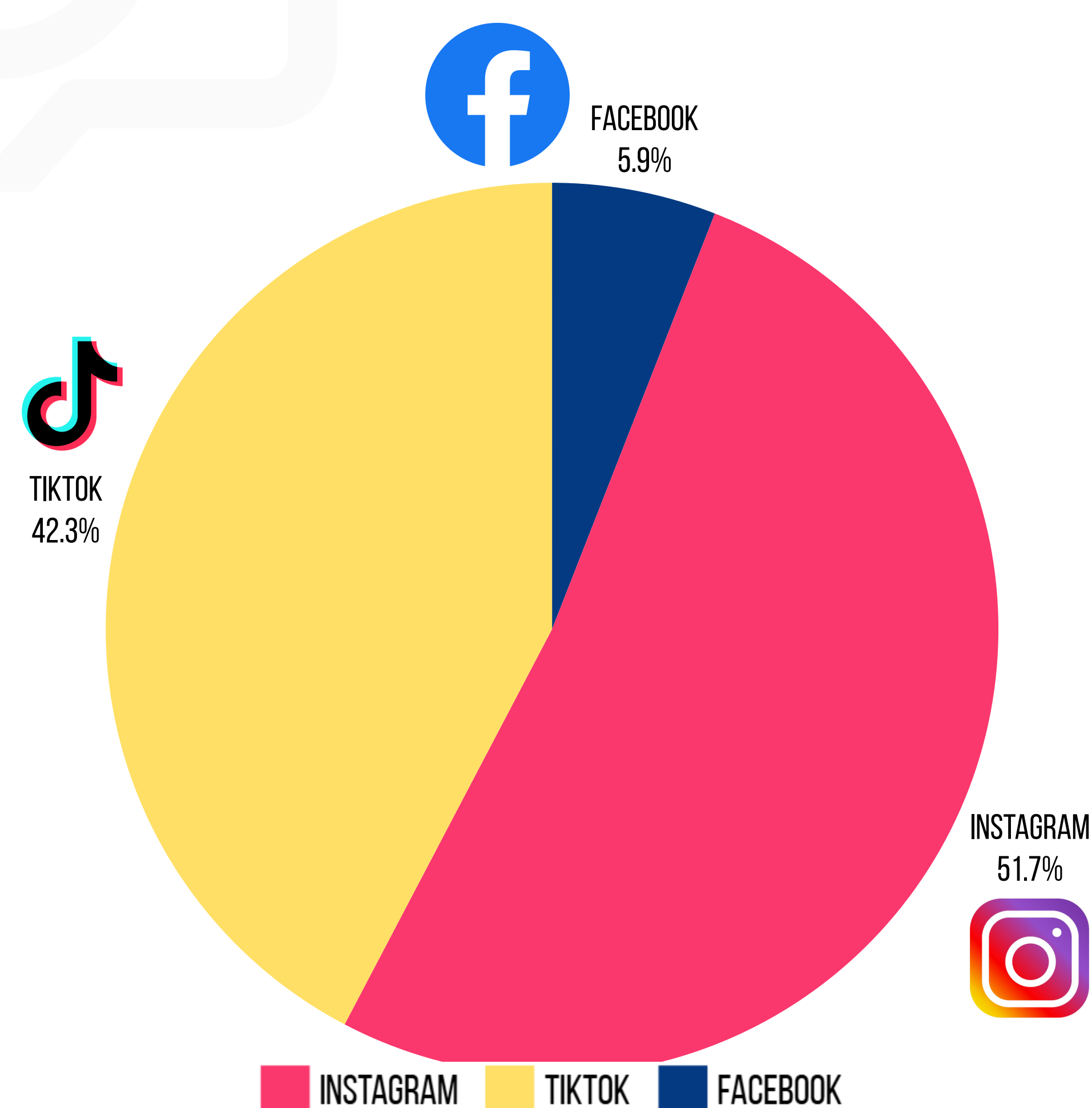


GRÁFICO 2. TIPO DE INTERACCIONES

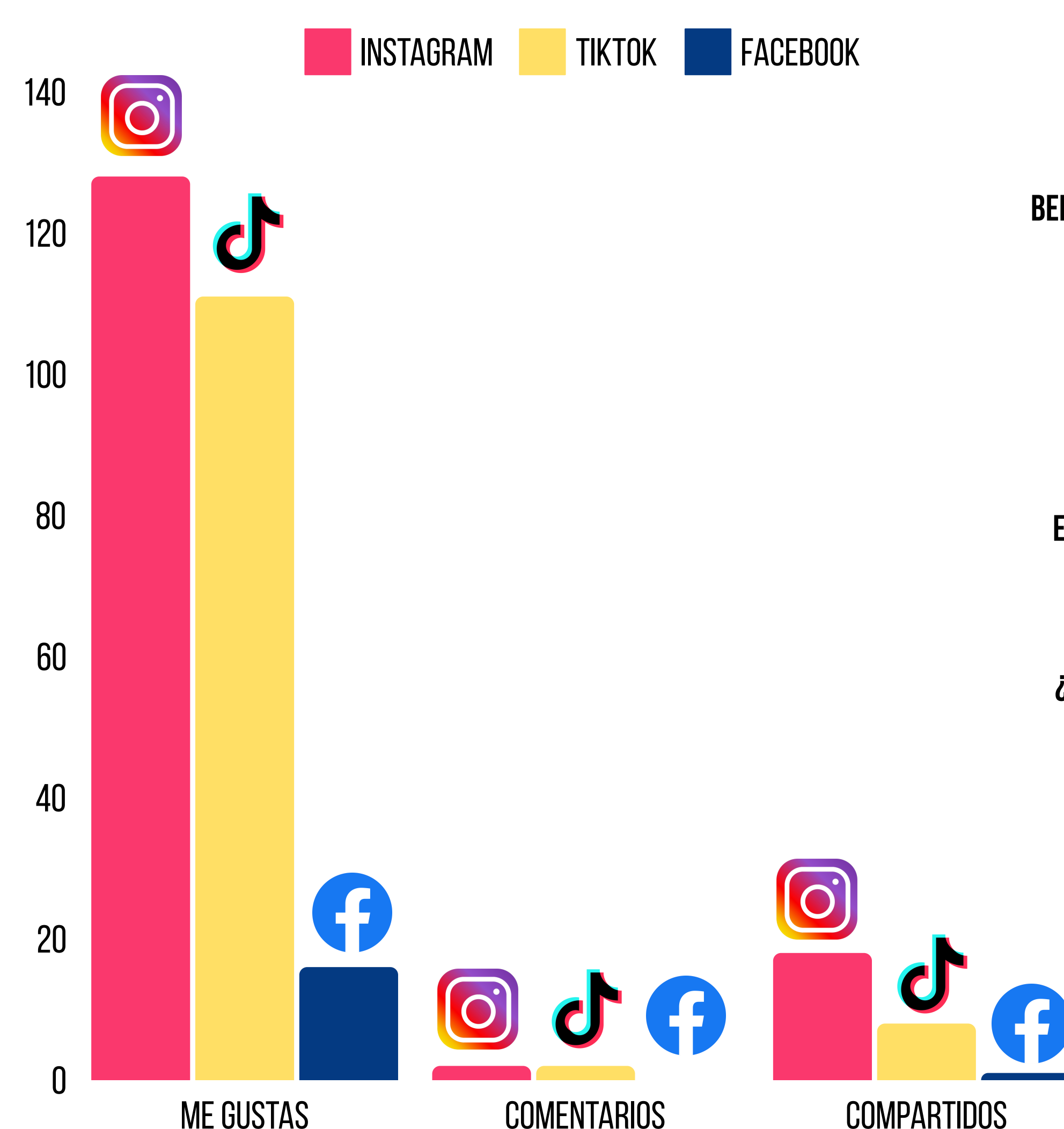
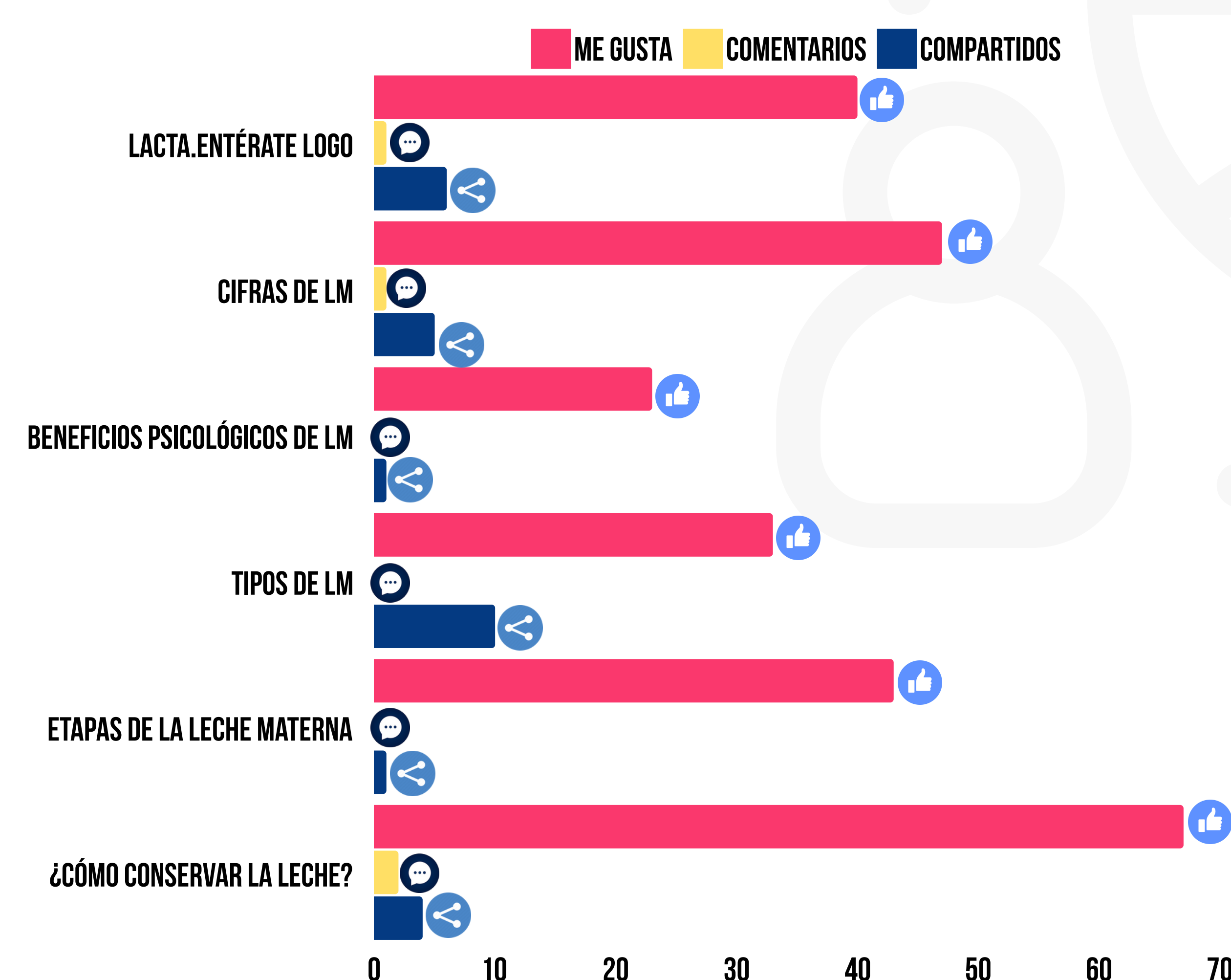


GRÁFICO 3. INTERACCIONES POR TEMA DEL POST



CONCLUSIÓN

Instagram fue la red que generó mayor número de interacciones en los post de LM, destacando los me gusta y compartidos. El post de "¿Cómo conservar la leche?" fue el que obtuvo mayor alcance, seguido por el de "Cifras de LM". Los post publicados en Facebook tuvieron la menor cantidad de interacciones. Aunque todos los posts tuvieron interacciones, la cantidad de comentarios fue mínima en las 3 redes sociales.

