

Impacto de las redes sociales en la selección de cirujano en pacientes con patología de cadera o rodilla: estudio transversal

Impact of social networks on surgeon selection in patients with hip or knee pathology: a cross-sectional study

Leonel Pérez Alamino, Agustina Oláran, Daniel Veloz Serrano, Joaquín Rodríguez, Germán Garabano, César Pesciallo

RESUMEN

Introducción. La popularidad de las redes sociales e internet ha llevado a que los pacientes tengan en cuenta, no solo los sitios web, sino los comentarios y los perfiles profesionales de las distintas plataformas al momento de seleccionar su cirujano. En las últimas décadas han aparecido algunos reportes evaluando esta estrategia, sin embargo, a nuestro conocimiento, en Argentina no existen trabajos al respecto. El propósito de este estudio fue evaluar el impacto de las redes sociales en la selección de cirujano por parte de pacientes con patología de cadera o rodilla.

Materiales y métodos. Estudio de corte transversal donde incluimos 250 pacientes que fueron operados en un centro de alto volumen quirúrgico por patologías de cadera y rodilla en los últimos 12 meses. Se excluyeron aquellos tratados por fracturas, emergencias o patologías oncológicas. Además, se evaluó la relevancia que el paciente le otorgó a las redes sociales y/o perfil profesional en internet del profesional a la hora de elegir su cirujano mediante un cuestionario ad-hoc, conformado por 16 preguntas. Los puntajes de valoración que brindaban un abanico de posibilidades desde 1 a 10 fueron agrupados en Menor importancia (aquellos aspectos valorados de 1 a 5 inclusive) y Mayor importancia (aspectos valorados de 6 a 10).

Resultados. La serie quedó conformada finalmente por 152 (60.8%) hombres y 98 (39.2%) mujeres. El grupo etario que refirió mayor uso de redes sociales fue el de 18-30 (93.4%) y 31-45 (88.9%), $p < 0.001$. Más de la mitad de los pacientes (58%) admitió recopilar información sobre el cirujano de las redes sociales previo a la cirugía. Instagram fue la red social más utilizada por aquellos que fueron incluidos (69.6%), mientras que Google fue la herramienta más frecuente a la hora de buscar información sobre el ortopedista (58.8%). La mayoría de los pacientes (56.8%) estaría dispuesta a viajar <100 km para operarse. Los aspectos de mayor importancia en orden de relevancia fueron calidad de la entrevista personal (100%), reputación del cirujano (96.4%), perfil profesional y/o comentarios en redes sociales (76.8%), tiempo de espera para la cirugía y reputación del centro donde trabaja el cirujano (72% ambas), demora para la consulta (70.4%), proximidad del centro donde trabaja el cirujano (63.2%), edad del cirujano (58.8%) y cantidad de publicaciones científicas (52.8%).

Conclusión. Las redes sociales son de uso frecuente entre los pacientes que deben afrontar una cirugía de cadera o rodilla, sobre todo en pacientes menores de 45 años. A pesar de las múltiples herramientas como páginas web, redes sociales o perfiles profesionales, la calidad de la entrevista personal continúa siendo el aspecto de mayor relevancia para los pacientes.

Palabras clave: redes sociales, selección de paciente, cirugía de cadera, cirugía de rodilla.

ABSTRACT

Introduction. The popularity of social networks and the Internet has led patients to take into account not only websites, but also comments and professional profiles on different platforms when selecting their surgeon. In the last decades some reports have appeared evaluating this strategy; however, to our knowledge, in Argentina there are no studies on this subject. The purpose of this study was to evaluate the impact of social networks on surgeon selection by patients with hip or knee pathology.

Materials and methods. Cross-sectional study which included 250 patients who were operated in a high volume surgical center for hip and knee pathologies in the last 12 months. Those treated for fractures, emergencies or oncologic pathologies were excluded. In addition, the relevance that the patient gave to the social networks and/or professional profile on the Internet of the professional when choosing his or her surgeon was evaluated by means of an ad-hoc questionnaire, consisting of 16 questions. The evaluation scores, which offered a range of possibilities from 1 to 10, were grouped into Less important (those aspects valued from 1 to 5 inclusive) and More important (aspects valued from 6 to 10).

Results. The series was finally made up of 152 (60.8%) men and 98 (39.2%) women. The age group that reported the highest use of social networks was 18-30 (93.4%) and 31-45 (88.9%) $p < 0.001$. More than half of the patients (58%) admitted collecting information about the surgeon from social networks prior to surgery. Instagram was the most frequently used social network by included patients (69.6%), while Google was the most frequent tool when searching for information about the orthopedist (58.8%). Most patients (56.8%) would be willing to travel <100 km for surgery. The most important aspects in order of relevance were quality of the personal interview (100%), reputation of the surgeon (96.4%), professional profile and/or comments on social networks (76.8%), waiting time for surgery and reputation of the center where the surgeon works (72% both), delay for consultation (70.4%), proximity of the center where the surgeon works (63.2%), age of the surgeon (58.8%) and number of scientific publications (52.8%).

Conclusion: social networks are frequently used by patients who have to undergo hip or knee surgery, especially in patients under 45 years of age. Despite the multiple tools such as web pages, social networks or professional profiles, the quality of the personal interview continues to be the most relevant aspect for patients.

Keywords: social networks, patient selection, hip surgery, knee surgery.

Fronteras en Medicina 2024;19(2):80-83. <https://DOI.org/10.31954/RFEM/202402/0080-0083>

I. Servicio de Ortopedia y Traumatología. Hospital Británico de Buenos Aires

Correspondencia: Leonel Pérez Alamino. Servicio de Ortopedia y Traumatología. Hospital Británico. Perdriel 74, C1280AEB. CABA, Argentina. Tel.: +54 11 4309 6400. leoperezalamino@hotmail.com

Los autores declaran no poseer conflictos de intereses.

Recibido: 12/04/2024 | Aceptado: 28/04/2024

Tabla 1. Resumen de variables demográficas de pacientes incluidos en la serie.

VARIABLES	N = 250
Género (n, %)	
Hombres	152 (60.8)
Mujeres	98 (39.2)
Rango etario (n, %)	
18-30	91 - 6 (36.4)
31-45	90 - 10 (36.0)
46-60	37 - 13 (14.8)
>60	32 - 14 (12.8)
Tipo de cirugía (n, %)	
Preservación	184 (73.6)
Artroplastia	66 (26.4)
Pacientes que recopilan información sobre el cirujano previo a la consulta (n, %)	145 (58.0)

INTRODUCCIÓN

En la última década, el acceso a internet se ha incrementado al 75% de la población en la República Argentina y se estima que casi el 90% lo hace a través de su dispositivo móvil¹.

La popularidad de las redes sociales e internet ha llevado que los pacientes tengan en cuenta, no solo los sitios web, sino los comentarios y los perfiles profesionales de las distintas plataformas al momento tanto de elegir como de evitar un cirujano para tratar su patología^{2,3}.

Esto podría representar una herramienta potencialmente beneficiosa, ya que brinda la posibilidad a los ortopedistas de transmitir contenidos educativos y aspectos más relevantes de la cirugía a los pacientes, al tiempo que contribuye a reducir el estrés y la ansiedad que implica operarse^{4,5}. Sin embargo, así como se ha reportado el aumento del uso de perfiles profesionales en las redes sociales entre los cirujanos ortopédicos, también existe una carencia de información sobre las potenciales complicaciones⁶.

Recientemente han aparecido algunos informes que evalúan esta estrategia en patologías de cadera y rodilla⁷⁻⁹; sin embargo, a nuestro conocimiento, en Argentina no existen trabajos al respecto.

El propósito de este estudio fue evaluar el impacto de las redes sociales en la selección de cirujano por parte de pacientes con patología de cadera o rodilla y secundariamente los aspectos del cirujano que consideran más relevantes.

MATERIALES Y MÉTODOS

Diseño. Se llevó a cabo un estudio de corte transversal donde se incluyeron 250 pacientes que fueron operados en un centro de alto volumen quirúrgico en cirugías de cadera y rodilla, entre marzo 2023 y marzo 2024.

Población estudiada. Se incluyeron pacientes adultos (>18 años) que fueron sometidos a las siguientes cirugías electivas:

Tabla 2. Resumen de aspectos más relevantes por parte de los pacientes sobre su cirujano.

Parámetros	Mayor importancia (%)
Claridad y calidad de la entrevista personal	100
Reputación del cirujano	96.4
Perfil profesional y/o comentarios en redes sociales del cirujano	76.8
Tiempo de espera para la cirugía	72.0
Reputación del centro donde trabaja el cirujano	72.0
Tiempo de espera para la consulta	70.4
Proximidad del centro donde trabaja el cirujano	63.2
Edad del cirujano	58.8
Cantidad de publicaciones científicas	52.8

- Artroplastia primaria de cadera o rodilla.
- Artroscopia primaria de cadera o rodilla.

Se excluyeron aquellos tratados por fracturas o patologías oncológicas.

Variables. Se recopiló información sobre edad, género y tipo de cirugía (preservación o reemplazo articular). Además, se evaluó la relevancia que el paciente le otorgó a las redes sociales y/o perfil profesional en internet del profesional a la hora de elegir su cirujano mediante el llenado de un cuestionario *ad-hoc*, conformado por 16 preguntas sobre los datos demográficos, redes sociales que usa y la relevancia que otorgan a las redes sociales profesionales a la hora de decidir un cirujano (material adjunto), con 10 como el valor de mayor relevancia y 1 el de menor relevancia. Los puntajes de valoración fueron agrupados en dos categorías: Menor importancia (aquellos aspectos valorados de 1 a 5 inclusive) y Mayor importancia (aspectos valorados de 6 a 10).

RESULTADOS

La serie quedó conformada finalmente por 152 (60.8%) hombres y 98 (39.2%) mujeres. Los grupos etarios que refirieron mayor uso de redes sociales fueron el de 18-30 (93.4%) años y 31-45 (88.9%), $p < 0.001$. Más de la mitad de los pacientes (58%) admitió recopilar información de las redes sociales sobre el cirujano previo a la cirugía (**Tabla 1**).

Instagram fue la red social más utilizada por los pacientes incluidos (69.6%), mientras que Google fue la herramienta más frecuente a la hora de buscar información sobre el ortopedista (58.8%) (**Figura 1**). La mayoría de los pacientes (56.8%) estaría dispuesta a viajar hasta 100 km para operarse. El resto de los aspectos relevantes se detallan en la **Tabla 2**.

DISCUSIÓN

Recientemente, el número de publicaciones sobre el uso de redes sociales entre los cirujanos ortopédicos

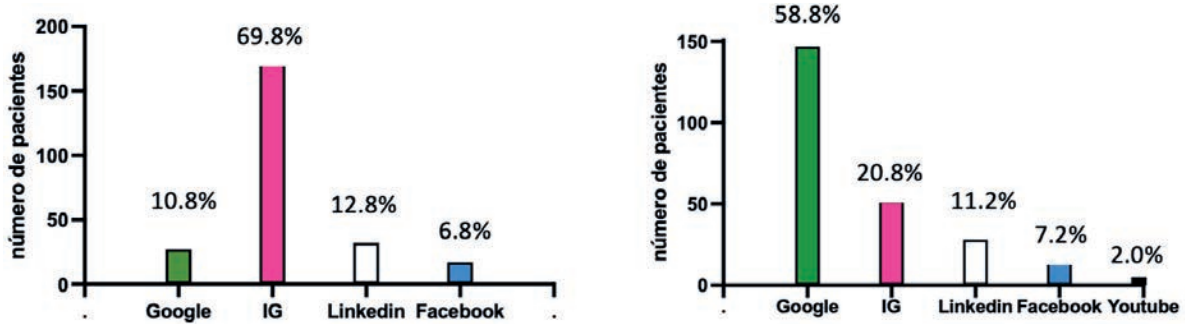


Figura 1. (Izq) Resultados de qué herramienta utilizan principalmente como ocio los pacientes encuestados. (Der) Google fue la plataforma más utilizada a la hora de buscar información sobre el cirujano con quien tratarse.

se ha incrementado²⁻¹⁰; sin embargo, la mayoría de los estudios se enfocan principalmente en el contenido y poco se sabe sobre los aspectos que los pacientes consideran más relevantes en este contexto⁸⁻¹².

Uno de los hallazgos más importantes de este estudio fue que más de la mitad (58%) de los pacientes admitieron recopilar información a través de internet para seleccionar su cirujano y que los grupos etarios en los que se observó un mayor uso de redes sociales fueron el de 18-30 (93.4%) y 31-45 (88.9%), $p < 0.001$.

Recientemente, Londhe y cols.¹³ analizaron 200 artroplastias de rodilla operadas por un mismo cirujano y observaron que el 70% de los pacientes y el 36% de sus parientes buscaron información sobre su cirujano en internet. Además, también observaron una mayor frecuencia de búsqueda en internet por parte de los pacientes jóvenes. Estos hallazgos coinciden con nuestro trabajo, sin embargo, debemos tener en cuenta que aún existe un porcentaje significativo de personas que no utilizan estas herramientas y probablemente acudan a la consulta referidas por otro colega o paciente tratado previamente (cuestión que escapa al análisis de este estudio).

McNamara y cols.¹⁴ realizaron un estudio sobre 101 pacientes que se realizaron una artroplastia de cadera o rodilla y reportaron que Google fue el buscador más utilizado (94%) por los mismos para buscar información sobre su cirujano. A este último le siguieron Facebook (17%), Instagram (8.9%) y Twitter (6.9%). Nuestros hallazgos fueron similares a lo mencionado, ya que la herramienta más utilizada en esta serie fue Google (58%), aunque en frecuencia le siguieron Instagram (20.8%), LinkedIn (11.2%), Facebook (7.2%) y YouTube (2.0%). Probablemente estas diferencias están relacionadas a que en Argentina existen menos plataformas disponibles que en Estados Unidos y que las dos más utilizadas son Facebook (62.4%), principalmente en adultos mayores de 60 años, e Instagram (60.6%) en jóvenes¹⁵.

Todos los pacientes (100%) indicaron que la información con claridad y calidad brindada durante la entrevista personal fue la variable más importante al mo-

mento de decidir su cirujano. En segundo (96.4%) lugar fue elegido la reputación del cirujano y a esto le siguió los comentarios en el perfil profesional del cirujano o sus redes sociales (76.8%). Recientemente, Chapon y cols.¹⁶ publicaron un análisis prospectivo de 105 pacientes que se sometieron a una reconstrucción de ligamento cruzado anterior de rodilla y, en línea con nuestro estudio, observaron que la claridad de la información oral y escrita durante la consulta fue la variable de mayor peso entre los pacientes a la hora de elegir cirujano. En segundo y tercer orden se encontró el tiempo de espera y la reputación del cirujano respectivamente, dejando las variables asociadas a las redes sociales con poca influencia en la toma de decisiones.

Tal vez uno de los estudios con mayor número de pacientes al respecto sea el de Fabrizio y cols.¹⁷, donde evaluaron a través de una encuesta a 538 pacientes que debían someterse a un reemplazo de rodilla o cadera. Ellos observaron que en más de la mitad (50.2%) la recomendación por parte otro médico o por un familiar o amigo (27.7%) fueron las dos razones más importantes que llevaron a los pacientes a elegir su cirujano.

Es imposible generalizar nuestros hallazgos al resto de la población; sin embargo, consideramos que nuestros hallazgos, y en conjunto con la bibliografía, sugieren que el intercambio en la entrevista personal “médico-paciente” cumple un rol clave al momento de decidir operarse, y que el volumen de consulta podría estar influido por la reputación frente a colegas médicos y experiencia con pacientes previos.

Nuestro estudio no carece de limitaciones, empezando por el bajo número de pacientes y la carencia de un grupo control. Además, presenta un amplio rango etario entre los pacientes incluidos (18 a >60 años), lo cual debe conllevar el sesgo propio de que los individuos más jóvenes tienen mucha mayor facilidad con la tecnología que los mayores. Sin embargo, consideramos que su fortaleza radica en que es el primer estudio en el país en contemplar el uso de las redes sociales y las variables que llevan a los pacientes a elegir cirujano para tratar su patología de rodilla o cadera.

BIBLIOGRAFÍA

1. Tarullo R. ¿Por qué los y las jóvenes están en las redes sociales? Un análisis de sus motivaciones a partir de la teoría de usos y gratificaciones. *Revista Prisma Social* 2020;29:222-39.
2. Hanauer DA, Zheng K, Singer DC, Gebremariam A, Davis MM. Public awareness, perception, and use of online physician rating sites. *J Am Med Assoc* 2014;311:734e735.
3. Burkle CM, Keegan MT. Popularity of internet physician rating sites and their apparent influence on patients' choices of physicians. *BMC Health Serv Res* 2015;15:416.
4. Abghari MS, Takemoto R, Sadiq A, Karia R, Phillips D, Egol KA. Patient perceptions and preferences when choosing an orthopaedic surgeon. *Iowa Orthop J* 2014;34:204-8.
5. Househ M. The use of social media in healthcare: organizational, clinical, and patient perspectives. *Stud Health Technol Inform* 2013;183:244-8.
6. De Martino I, D'Apolito R, McLawhorn AS, Fehring KA, Sculco PK, Gasparini G. Social media for patients: benefits and drawbacks. *Curr Rev Musculoskelet Med* 2017;10:141-145.
7. Ramkumar PN, La T, Fisch E, et al. Integrating social media and anterior cruciate ligament surgery: an analysis of patient, surgeon, and hospital use. *Arthroscopy* 2017;33:579-85.
8. Ramkumar PN, Navarro SM, Haeberle HS, Chughtai M, Flynn ME, Mont MA. Social media and total joint arthroplasty: an analysis of patient utilization on Instagram. *J Arthroplasty* 2017;32:2694-700.
9. Haeberle HS, Bartschat NI, Navarro SM, et al. Hip Arthroscopy: A Social Media Analysis of Patient Perception. *Orthop J Sports Med* 2019 ;7:2325967119854188.
10. Damodar D, Donnally CJ 3rd, McCormick JR, et al. How wait-times, social media, and surgeon demographics influence online reviews on leading review websites for joint replacement surgeons. *J Clin Orthop Trauma* 2019;10:761-7.
11. Garofolo-Gonzalez G, Iturriaga CR, Pasternack JB, Bitterman A, Guyton GP. Social Media Use Among Foot and Ankle Orthopedic Surgeons. *Foot Ankle Orthop* 2021;6:2473011420981926.
12. Fehring KA, De Martino I, McLawhorn AS, Sculco PK. Social media: physicians-to-physicians education and communication. *Curr Rev Musculoskelet Med* 2017;10:275-7.
13. Londhe SB, Shah RV, Agrawal PO, Toor RJ, Londhe SS, Parkhe M. The influence of the internet on the patients' choice of surgeon for their total knee replacement surgery. *J Clin Orthop Trauma* 2021;17:186-90.
14. McNamara CA, Shah HA, Lezak BA, Haziza S, D'Apuzzo M, Hernandez VH. The Effect of a Surgeon's Online Presence on Surgeon Selection in Elective Joint Arthroplasty. *Journal of Orthopaedics* 2021;28:221049172110204.
15. Fundación Colsecor. Los consumos digitales en Argentina. 2023 (30-12-23). Disponible en: <https://www.fundacioncolsecor.org.ar/informes/los-consumos-digitales-argentina-n12872>; (consultado el 24/7/2024).
16. Chapon MP, Ghabi A, Choufani C, et al. How do patients choose their surgeon? Example of anterior cruciate ligament reconstruction. *Orthop Traumatol Surg Res* 2022;108:103037.
17. Fabrizio GM, Cardillo C, Egol A, Rozell JC, Schwarzkopf R, Aggarwal VK. Factors influencing patient selection of orthopaedic surgeons for total hip (THA) and total knee arthroplasty (TKA). *Arch Orthop Trauma Surg* 2024;144:2057-66.