

EL COACHING NUTRICIONAL ON LINE: VENTAJAS, DEBILIDADES Y RETOS PARA EL FUTURO.

Proyecto final de PG Nutrición y Alimentación Sanitaria y Social

Laura Dámaso Manzanares

INTRODUCCIÓN

Desde que se generaliza el uso de internet en la década de los años 90 del pasado siglo hasta ahora se ha producido un cambio vertiginoso en los procesos de comunicación, que nos ha hecho modificar nuestros hábitos cotidianos, de consumo, nuestra manera de relacionarnos con los demás y sobre todo nos ha ofrecido oportunidades de acceso a la información sin precedentes en la historia de la humanidad. Lo que se ha dado en llamar Web 2.0, que incorpora recursos como los blogs, redes sociales, wikis, sitios para compartir videos, etc. ha permitido un ámbito de información bidireccional, donde el usuario deja de ser un mero receptor de la información para tener un rol activo en la misma, mediante comentarios o la posibilidad de generar contenidos. Es dentro de este contexto donde se puede dar, y de hecho se dan ya, procesos de coaching on line y recursos que facilitan procesos de cambio.

El término coach procede del nombre de un carruaje del siglo XV, utilizado en la ciudad húngara de Kocs, con un sistema de suspensión muy cómodo para los viajeros que hacían el trayecto entre Viena y Budapest. El término pasó al alemán como kutsche, al italiano como cocchio, al inglés como coach y al español como coche, en ese mismo siglo. En Inglaterra, originariamente se utilizó para nombrar al carruaje y de ahí se aplicó al tutor que ayudaba en las tareas académicas aprovechando el trayecto en coche. A partir de 1850 se utilizaba en las universidades inglesas para designar a la figura del entrenador o tutor, primero académico y, posteriormente, deportivo. A partir de 1960, el término se aplicó también a programas educativos y, más adelante, se fusionó con el coaching empresarial en Canadá, considerándose, a partir de 1980, como una profesión con formación y credenciales específicas. (Aranda, I. 2012)

La ICF (International Coach Federation), principal asociación profesional a nivel mundial, define el coaching como la “relación profesional continuada que ayuda a obtener resultados extraordinarios en la vida, profesión, empresas o negocios de las personas. Mediante el proceso de coaching, el cliente profundiza en su conocimiento, aumenta su rendimiento y mejora su calidad de vida”. El coaching se encarga de mejorar el bienestar y el rendimiento laboral y personal de los individuos o de los grupos, mediante la utilización de una amplia gama de aproximaciones teóricas y una metodología no directiva bajo la premisa de que el cliente posee en su interior las respuestas y los medios para desarrollar las capacidades que le permitirán alcanzar estos objetivos (Redacción de Infocop). Dentro de la terminología propia de esta disciplina se denomina coach al profesional que ayuda a encontrar el camino, eliminar obstáculos y sacar el mejor partido a las capacidades del cliente o coachee.

La metodología y las técnicas del coaching proceden de numerosas fuentes como son las aportaciones del mundo del deporte, del management; de la filosofía, de la teoría de sistemas de

Heinz Von Foerster; de la biología del conocimiento de Humberto Maturana y Francisco Varela y de la psicología. Así por ejemplo el famoso libro “*El juego interior*” de Timothy Gallwey puso de relieve el descubrimiento de que cada deportista es para sí mismo peor adversario que el contrincante al que se enfrenta.

A menudo se confunde el coaching con lo que se ha dado en llamar “counselling” y también con el “mentoring”. El counselling es la relación entre un cliente y su terapeuta para resolver un problema en la que el profesional dirige su esfuerzo hacia el pasado del individuo, tratando de identificar los elementos que le generan malestar, bloqueo y limitaciones. En el mentoring se da una relación entre dos personas que tiene por objetivo la transmisión de conocimientos, experiencia y competencias (Launer, 2011). A diferencia de estos en el coaching no hay instrucción, no hay formación, no hay modelaje. Hay aprendizaje desde los paradigmas de pensamiento, sentimiento y acción del propio coachee y su cambio y la aceptación de su capacidad para autoconstruirse y definir lo que quiere. El coach no es un asesor, no aconseja ni le dice a su coachee lo que tiene que hacer, no le da indicaciones o soluciones a sus problemas, como haría el consultor o el especialista en determinadas materias (Aranda, I. 2012).

Este poner el énfasis en las propias capacidades de la persona es, sin duda, una de las fortalezas del proceso de coaching. El coaching es el arte y la ciencia de facilitar el cambio autodirigido. Esto requiere ayudar a la persona a pensar acerca de su situación de una manera más clara y profunda de lo que podría hacer por sí sola y ayudarla a descubrir sus propias soluciones. El objetivo del coach es facilitar el autodescubrimiento, no proveer de respuestas, y ayuda a determinar qué pasos positivos pueden dar para progresar hacia la consecución de sus metas. (Hicks y McCracken, 2012)

En relación con la nutrición, el coach debería ser un catalizador para que el cliente consiga unos cambios de hábitos en su alimentación y otros aspectos (ejercicio, control de la ansiedad), que le permitan seguir un estilo de vida saludable. Para ello el coach ha de conseguir motivar y dirigir al cliente hacia esos objetivos potenciando su autoestima, haciéndole confiar en sus propias habilidades, consiguiendo que se responsabilice de su propio proceso de cambio y sea capaz de orientar su conducta hacia la consecución de los mismos.

Pero, ¿un coaching on line? ¿Puede realmente ser internet un medio efectivo para llevar a cabo actuaciones que cambien nuestros hábitos? McCinnis & Fooge (1993) calculan que alrededor de la mitad de las muertes que se producen cada año son consecuencia de conductas que se podrían prevenir o de factores sociales vinculados a dietas insalubres, tabaquismo, abuso de alcohol y poco ejercicio físico. También la OMS, indica que la alimentación poco saludable y la falta de actividad física son las principales causas de las enfermedades no transmisibles más

importantes, como las cardiovasculares, la diabetes tipo 2 y determinados tipos de cáncer, y contribuyen sustancialmente a la carga mundial de morbilidad, mortalidad y discapacidad.

Para cambiar estos hábitos en la sociedad tradicionalmente se ha utilizado los medios de masas, mediante mensajes en TV, prensa, radio ... que desafortunadamente no suelen dar los resultados esperados, ya que este tipo de mensajes no suelen interiorizarse y convertirse en cambios de hábitos. Aunque los medios de comunicación de masas han probado ser capaces de informar a grandes audiencias, los canales de comunicación interpersonales tienen más éxito para influenciar y motivar en el cambio de actitudes (Cassell et al, 1998). Para que la comunicación en relación con la salud sea persuasiva debe ser transaccional y dependiente de respuesta. La comunicación es transaccional cuando permite una relación comunicativa entre receptor y emisor y permite así el cambio en ambas partes (Smith, 1982). Para ser persuasiva la comunicación debe motivar al receptor a atender activamente los mensajes y percibir e interpretar sus contenidos y conseguir que el receptor elabore argumentos y contraargumentos que empuje al individuo hacia el proceso de cambio de actitudes (McGuire, 1978). El proceso de persuasión requiere que el individuo interiorice un mensaje, atienda a su contenido, comprenda sus argumentos, esté de acuerdo con lo que oye, y adopte actitudes que fomenten nuevas formas de decisión y acción en el futuro. Así la interactividad puede ser el atributo de la comunicación más importante en la promoción de la salud (Rice, 2001). Esta es una de las grandes ventajas que presenta internet para cambiar los hábitos de vida de las personas: constituye un canal de naturaleza híbrida que conjuga la capacidad de persuasión de las relaciones interpersonales con la de difusión de los grandes medios de comunicación (Cassell et al, 1998).

El uso de internet como plataforma para implementar programas de promoción de la salud, tales como los encaminados a unos hábitos dietéticos saludables, tiene además una serie de ventajas:

- Facilidad de acceso global, democrático y anónimo a la información, rápida transmisión y ahorro de tiempo. (Roqué, P.)
- Se puede disponer de información actualizada (Pereira et al, 2004)
- Existe un feedback inmediato, es decir, se puede devolver en un tiempo muy breve una respuesta a las preguntas, dudas, sugerencias o discrepancias del usuario (Cassell et al, 1998).
- Permite la participación a través de la red, en debates y foros, facilitando la difusión de información y el intercambio de experiencias y opiniones (Pereira et al, 2004)
- Las comunidades virtuales facilitan el apoyo emocional , el intercambio de información, experiencias y consejos de autoayuda e incluso la asistencia sanitaria cuando un profesional sanitario participa como moderador (Jiménez Pernet et al, 2007)

- La participación de los usuarios es más intensa y comprometida, además se puede adaptar la información a los requerimientos particulares de los individuos y las comunidades a quienes va dirigida (Neuhauser y Kreps, 2003)
- Estos recursos pueden ser usados en combinación con otros como encuentros interpersonales y/o campañas realizadas por los medios de comunicación de masas (Cassell et al 1998)
- La comunicación vía internet puede tener más influencia sobre los factores de control psicológicos, la autoeficacia y la motivación que la comunicación que tradicionalmente se ha suministrado en relación a la salud en los medios tradicionales. (Neuhauser y Kreps, 2003)
- La capacidad de captar audiencias geográficamente difusas. Estas intervenciones pueden tener lugar en sitios tan diversos como clínicas, colegios, centros comunitarios, lugares de trabajo, etc. (Cassell et al 1998)
- Desaparecen los tiempos y costes de desplazamiento. Se reducen costes. El coach tiene la oportunidad de aumentar su cartera de clientes y el coachee puede trabajar con el profesional que le parezca adecuado aunque resida en un área distinta a la suya. (Launer, V. 2001)

Los programas más efectivos de coaching a distancia, tales como el coaching telefónico, son más efectivos cuando el coach es un profesional cualificado tal como un entrenador personal, un dietista o un educador en temas de salud. (De Vries T, 2010) A través de un entrenamiento motivador el coach ayuda a realizar cambios en las rutinas diarias tales como ejercicio o planificación de dietas que consigan los objetivos propuestos. El entrenamiento también ayuda a descubrir las barreras personales que impiden dichos cambios así como los “desencadenantes” de las conductas a evitar. Los programas más efectivos utilizan además diversos medios para hacer llegar sus mensajes, tales como recordatorios por email, noticias vía internet, folletos, etc.

Internet presenta, por el contrario, una serie de desventajas o “puntos débiles” a la hora de implementar este tipo de programas, como son:

- La gran cantidad de información que se recupera de la red, su calidad y su interpretación y comprensión no resultan fácilmente evaluables por el usuario no profesional, que ha de recurrir a su intuición para decidir si esta es adecuada (Roque, P. 2007). La enorme cantidad de información de que se dispone en la red hace que sea difícil poder seleccionar los contenidos más adecuados (Jiménez Pernet et al, 2007)
- Los sectores más desfavorecidos de la sociedad tienen limitado el acceso al uso de las nuevas tecnologías (Bolan et al, 2006). Existe bastante desigualdad en la

accesibilidad a internet entre territorios y niveles socioeconómicos (la llamada brecha digital) (Jiménez Pernet et al, 2007).

- Si bien las principales razones por las que los adultos mayores usan internet es para buscar información sobre salud, el diseño de las páginas web no suele adaptarse a los problemas físicos y mentales asociados al envejecimiento, lo que constituye una barrera de accesibilidad para estas personas (Jiménez Pernet et al, 2007)
- Se ha cuestionado la credibilidad y la fiabilidad de los sitios en Internet, ya que es un lugar abierto en donde no se requiere una validación previa de la información “colgada” en los sitios webs (Pereira et al, 2003)
- Se cuestiona la salvaguarda de la privacidad y la confidencialidad.

Así, para poder seleccionar los recursos adecuados, la evaluación de la calidad de estos es fundamental, debido a que gran parte de la información que se publica en la Web no pasa por los filtros editoriales que tradicionalmente se aplican a las publicaciones en medio impreso. Pero esta medición de calidad es, para algunos autores, subjetiva, ya que depende del tipo de información que se requiere en cada momento y de las características y prejuicios particulares de quien la consume (Jiménez Pernet et al, 2007).

Dado el ingente volumen de información relacionada con la salud existente en internet, el Consejo Europeo de Feira, de 19-20 de junio de 2000, impulsó una iniciativa encaminada a elaborar un conjunto básico de criterios de calidad para los sitios web relacionados con la salud. Los criterios fueron elaborados con la idea de que resultasen aplicables al desarrollo y mantenimiento de cualquier sitio relacionado con la salud, con independencia del tipo de información que contengan o de la audiencia a la que vaya destinada. Un criterio de calidad esencial es que el sitio exponga claramente cuál es su audiencia prevista y procure garantizar que tanto el estilo como la naturaleza de la información y su presentación resulten adecuados para la audiencia elegida.

Son, básicamente, los recogidos en el HON code de la iniciativa “Health On The Net”, http://www.hon.ch/HONcode/Patients/Conduct_sp.html, a saber: autoría; complementariedad; confidencialidad; atribución, referencias y actualización; garantía; transparencia de los autores y del patrocinador, y honestidad en la política publicitaria.

La finalidad de este trabajo es revisar algunas de las aplicaciones encaminadas a cambiar hábitos alimenticios que nos ofrece internet y analizar una de ellas partiendo del supuesto de que el coaching nutricional on line puede resultar una excelente ayuda para ello, identificando los puntos fuertes y débiles de las mismas y comprobando hasta qué punto cumplen los criterios de calidad para sitios web recomendados por el consejo europeo.

METODOLOGÍA

Se ha procedido a realizar una revisión sobre algunos recursos on line encaminados al cambio de hábitos alimentarios en base al análisis de los criterios de calidad para páginas web del Consejo Europeo y de los métodos que emplea para llevar a cabo la función motivadora y facilitadora de cambio que caracteriza al proceso de coaching. Dado que en Internet podemos encontrar numerosas páginas y aplicaciones relacionadas con dietas y hábitos alimentarios (al introducir la palabra “diet” en el buscador google aparecen 579.000.000 resultados, “dieta” 36.000.000 y “obesidad” 4.500.000) una primera clasificación de estas puede ser distinguir entre aquellas donde el usuario es principalmente receptor de consejos sobre nutrición y aquellas en las que se produce algún tipo de interactividad o al menos la posibilidad de que este tenga acceso a determinadas herramientas tales como contadores de calorías, cálculo de su IMC, etc. Las primeras, entre las que encontramos páginas tan interesantes y rigurosas como la de la Sociedad Española para el Estudio de la Obesidad, SEEDO, han sido sin embargo descartadas por no ofrecer recursos motivacionales ni la interactividad que como vimos en la introducción son los que pueden proporcionar un verdadero cambio de hábitos. Dentro de las segundas el criterio de elección, debido a la cantidad enorme de recursos que encontramos en la red, se ha basado en páginas muy populares que ofrecen mejorar hábitos nutricionales si bien encaran esta labor de manera muy distinta. Así se ha elegido dos aplicaciones web centradas en el enfoque de reducción de peso, una de ellas pone el énfasis en la autorregulación del usuario y sigue las directrices de la dieta mediterránea (entulinea) y otra más directiva (dieta Dukan) que se basa en supuestos dietéticos completamente contrarios, otra web donde se ofrece asistencia personalizada con un criterio más centrado en la salud (The Nutrition Coach), dos páginas donde asesores dietéticos ofrecen su servicio una de ellas estadounidense y la otra española, una perteneciente a una multinacional de la alimentación (Special K), y dos aplicaciones para móviles de distinta índole. Con esto se ha intentado ofrecer en la medida de lo posible un abanico de ejemplos de lo que podemos encontrar en internet.

RESULTADOS

Algunas páginas que ofrecen contenidos interactivos:

“Entulinea” de “Weight Watchers”. <http://entulinea.es>

En esta página podemos encontrar un programa estructurado para bajar de peso. Cumple con las recomendaciones de la Comisión Europea en cuanto a protección de datos, etc. Se basa en la combinación de herramientas basada en cálculos de puntos asignados a cada alimento para perder peso en base a una alimentación saludable. Para ello recomienda comer unas cantidades establecidas diarias de fruta, alimentos ricos en calcio, aceite de oliva, agua, etc., ejercicio físico

y se trabaja la motivación a base de “historias de éxito”, donde se muestran las metas alcanzadas por personas suscritas al programa, gráficos para mostrar la pérdida de peso conseguida y otros consejos. Además aporta la posibilidad de estar en contacto con otras personas suscritas al programa mediante foros en los que se puede compartir experiencias, recetas, contactar con otros socios para hacer deporte, etc. Además posee una gran base de datos para la elaboración de recetas saludables. Ofrece la posibilidad de combinar los recursos on line con reuniones semanales presenciales con otros socios y un monitor.

Se basa por tanto en una comunicación transaccional, en la que el cliente es el principal artífice de su cambio de hábitos basándose en unos recursos efectivos y un soporte motivacional constante. Como inconveniente destacar que si bien pretende que los clientes cambien sus hábitos de alimentación por otros más saludables el programa se enfoca más en la reducción de peso que en el mantenimiento de la salud.

Página de la dieta Dukan. <http://www.dietadukan.es/el-coaching-dukan/el-metodo-dukan>

La página de la dieta Dukan propone un seguimiento vía email por medio del cual se envía al cliente una serie de consignas junto a menús por la mañana, por la tarde este debe informar del desarrollo y los resultados del día en base a criterios de evaluación tales como peso y medidas, intervalos alimentarios, motivaciones, frustraciones, actividad física, alimento que más se echa de menos, estancamiento, etc. También presenta ejercicios en vídeo, un chat y un foro.

En principio parece un buen sistema de motivación en el sentido de que cumple requisitos de comunicación transaccional, aunque resulta ser directivo y basado en unos principios dietéticos que están siendo cuestionados por nutricionistas y profesionales médicos de todo el mundo. Está enfocado exclusivamente a la pérdida de peso más que a criterios de salud.

“The Nutrition Coach”, <http://www.thenutritioncoach.co.uk>

Esta página de Reino Unido ofrece servicios para cambios de hábitos alimenticios sin regímenes al uso, proponiendo un cambio de hábitos pero, sobre todo, de mentalidad a la hora de enfocar el proceso de la nutrición. Para ello cuenta con un equipo cualificado que realiza terapias personalizadas presenciales o vía telefónica. Se pueden seguir en redes sociales tales como Facebook o Twiter, se pueden visionar sus vídeos en Youtube y podcast en itunes, y cuentan con un blog de carácter divulgativo.

Su principal ventaja es el hecho de ofrecer una atención “a medida”, personalizada según sean los requerimientos del cliente, así como desplazar el enfoque de lo que podríamos llamar “mentalidad dieta” a considerar la nutrición desde una perspectiva más holística, enfocada antes

en el bienestar y la salud que en la reducción de peso. Como inconveniente podemos citar los costes derivados de una atención personalizada que en consecuencia es más cara.

Páginas que ofrecen programas de Coaching nutricional on line como Healing Thru Food <https://www.healingthrufood.com/> o Mónica Suárez Wellness & Nutritional Trainer <http://monicasuarez.com/coaching> Son páginas en las que distintos dietistas o asesores ofrecen sus servicios vía internet o teléfono. Es difícil en ocasiones dilucidar en las páginas la orientación de los mismos (qué tipo de dietas proponen, cuáles son las directrices de sus terapias). Poseen la ventaja del servicio personalizado.

Páginas de firmas comerciales que ofrecen dietas on line, como la de Special K. <https://www.mispecialk.es/Registration.aspx>

La página de la firma Kellogs que propone un plan personalizado y gratuito de pérdida de peso. Para ello proporciona también herramientas tales como una calculadora de IMC, diarios de comidas, registro de peso, de ejercicio, de medidas y estado emocional, y consejos de expertos. Una de sus ventajas es su gratuidad. Una de sus desventajas es que no ofrece sistemas de comunicación entre usuarios tales como web o chats.

Aplicaciones para dispositivos móviles: Por su sencillez de uso, inmediatez, economía, (gratuitas o muy asequibles) y posibilidad de ser utilizadas en cualquier lugar en que se encuentre el usuario, este tipo de herramientas está tomando gran relevancia en la actualidad.

Dentro de estas encontramos algunas muy interesantes, como la aplicación “Weigh What Matters” de la American Medical Association (AMA). Esta es parte de un programa desarrollado por la AMA para prevenir la obesidad. La aplicación tiene como fin controlar el peso, seguir una dieta saludable, establecer metas en relación a la actividad física y registrar todos estos procesos con el fin de poder mandarlos al médico vía email para poder realizar así un seguimiento de estos, lo que puede ahorrar tiempo y desplazamientos a consulta. Puede ser motivador en la medida en que el paciente ve reflejado gráficamente sus objetivos.

De todas las aplicaciones disponibles para dispositivos móviles, una de las que más se ajusta a la idea de lo que debe ser una herramienta de coaching on line es “Coach my Diet”. Está enfocada para motivar y dirigir al usuario hacia las metas de control de peso. La versión más simple del mismo se puede descargar de manera gratuita. Se basa en tres herramientas:

My Diet Reminders: Son una serie de recordatorios que añade el propio usuario: cuándo volver a pesarse, fotos de los logros a conseguir o del “antes y después” del peso perdido, las metas que el propio usuario ha fijado, recordatorios para comer vegetales, beber agua, consejos para

afrontar situaciones inesperadas, recordatorios para tomas tentempiés saludables antes de salir, planear la lista de la compra, hacer ejercicio, etc.

My perseverance tips: Consejos para mantener la motivación en el proceso de pérdida de peso relacionados con el anhelo de comer, comer cuando estamos en situaciones de tensión emocional, comer fuera, tentaciones, comidas familiares, no tener ganas de hacer ejercicio, etc.

My Diet Assistants: Con un marcador de tiempo para controlar del anhelo de comer, una galería de fotos de “antes y después” y un recordatorio de de metas.

Este programa es el que más se ajusta al concepto de coaching, ya que no aconseja, no impone normas y deja el peso de la toma de decisiones en el usuario, que es quien decide los objetivos a lograr y el tiempo que empleará para ello. El programa se limita a ofrecerle herramientas motivacionales para conseguir sus objetivos.

	Entulinea	Dieta Dukan	The Nutrition Coach	Healing Thru/Mónica Suárez	MispecialK	Weigh What Matters	My Diet Coach
Soporte	Web	Web	Web	Web	Web	App	App
Plus atención personal	SI	NO	SI	-	NO	NO	NO
Atención email	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO
Atención telefónica	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO
Chats/foros	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO
Presencia en redes sociales	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO
Enfoque reducción de peso	SI	SI	-	SI	SI	NO	SI
Enfoque Salud	SI	-	SI	SI	-	SI	NO
Consejos dietéticos	SI	SI	SI	SI/NO	SI	SI	NO
Herramientas de cálculo	SI	SI	-	NO	SI	NO	NO
Mensajes motivacionales	SI	SI	SI	-/SI	SI	NO	SI
Gratuita	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI

DISCUSIÓN

De los numerosos recursos que encontramos en internet en relación con la nutrición podemos realizar una primera distinción entre los que se limitan a proporcionar información, de tal manera que ésta es unidireccional y directiva, y aquellos en los que se produce una interacción con el usuario e incluso permiten una comunicación en red entre varios usuarios. Estos últimos son, según los criterios revisados en la introducción los que pueden promocionar un verdadero cambio en los hábitos nutricionales. Se espera además que las páginas y aplicaciones que proporcionan herramientas de tipo motivacional consigan un plus de adherencia a los programas de cambio de hábitos nutricionales, para esto es especialmente relevante el feedback motivacional que pueden suministrar los usuarios conectados mediante chats o foros. Según un estudio de Tauchert y cols (2010) los enfoques dietéticos basados en la web son factibles en adultos en el sentido de que pueden afectar positivamente en su comportamiento nutricional. Wantland y cols (2004), en un meta análisis donde se compara la eficacia entre los tratamientos encaminados al cambio de hábitos relacionados con la salud basados en la web en comparación con los tradicionales, concluyen que los primeros muestran mayores resultados en lo relativo a cambio de hábitos tales como el incremento del ejercicio físico, la adquisición de conocimientos sobre nutrición, sobre el tratamiento del asma, mayor participación en el cuidado de la salud, menor deterioro de la salud, una mayor percepción del propio cuerpo y un mantenimiento mayor del peso tras 18 meses. Pero ¿quién se puede beneficiar de estos recursos? Según Armayones y Hernández (2007), las personas que se beneficiarían más de este tipo de recursos son las que poseen un alto sentido de autoeficacia y son además asertivas, es decir, personas que afrontan los problemas de una forma proactiva, ya que sienten que tienen la capacidad de superarlos y les gusta tomar la iniciativa a la hora de encararlos. Estas características a su vez se verían reforzadas al encontrar en la web herramientas para ello. Estas herramientas, según los autores, nos llevarán hacia una manera distinta de entender la medicina, donde el rol del paciente será más activo y responsable y el rol del profesional sanitario cambiará pasando de ser directivo a colaborador. En este sentido una de las aplicaciones vistas anteriormente, Weigh What Matters, de la American Medical Association, apunta a ese futuro. Hasta ahora la mayoría de estas aplicaciones están enfocadas en la pérdida de peso más que en el cambio de hábitos para mejorar la salud, pero sería deseable que cada vez hubiera más aplicaciones parecidas enfocadas al control de parámetros tales como el control de la glucosa en diabéticos o de la tensión arterial mediante la comunicación continua por estos medios con el facultativo y creo que si además contaran con estrategias para mantener la motivación de los pacientes, algo similar a las que plantea “My Diet Coach”, serían mucho más completas y eficaces. Sería deseable así mismo, como comentan en su artículo Armayones y Hernández, que estas aplicaciones fueran diseñadas por profesionales sanitarios.

Considero que en general estos recursos presentan grandes ventajas en relación a su accesibilidad, economía, facilidad de manejo, ahorro de tiempo y recursos. Internet y el teléfono móvil son sistemas de comunicación fiables, interactivos y accesibles para una gran mayoría de la población (del Pozo 2009). Parecen especialmente adecuados los que ofrecen además un plus de atención personalizada en caso de que el usuario lo requiera.

La mayor ventaja de las aplicaciones para móviles sobre los soportes web son, indudablemente, la posibilidad de que el usuario acceda a ellas en cualquier lugar y hora, aunque si bien son gratuitas o muy baratas los dispositivos en los que se pueden utilizar siguen siendo costosos y no son de sencillo manejo para algunas personas de cierta edad. Así, según Lupiáñez-Villanueva, el perfil del usuario de internet relacionado con temas de salud es eminentemente femenino, con alto nivel de estudios, facilidad de acceso a la red y frecuentemente relacionado laboralmente con el ámbito sanitario.

Para los usuarios menos activos en la utilización de estos recursos se podrían implementar talleres en los centros de salud en los que se enseñara a manejar determinadas aplicaciones del estilo de las de AMA, con lo que ello tendría de comodidad para el usuario al evitar visitas innecesarias a los mismos y de ahorro para el estado.

Como desventajas en general se puede citar que la calidad de la información sanitaria disponible en la web es media (Lupiáñez-Villanueva, 2009), por ejemplo según este autor sólo un 66,3% de la misma contiene al autor, un 60,3% el perfil profesional y un 50,2% la fecha de publicación, y además existen pocas aplicaciones relacionadas con la interacción.

Así como retos para el futuro cabe citar el acceso a toda la población de este tipo de recursos, la cooperación entre diseñadores de páginas y aplicaciones para el desarrollo de éstas (teniendo en cuenta que esto último aumentaría la calidad de las mismas) y la implementación de estas en los sistemas de salud.

Como conclusiones podemos señalar que este tipo de herramientas serán cada vez más usadas en un futuro, dado que efectivamente facilitan un cambio de hábitos al alentar que el usuario sea el principal artífice de su salud y bienestar. Es de esperar que principalmente tomen más relevancia las aplicaciones para dispositivos móviles por su disponibilidad en cualquier lugar y hora, su facilidad de manejo y las posibilidades de interacción que ofrecen con profesionales de la salud.

Referencias:

- Amayones Ruiz, M. Hernández Encuentra, E. (2007) (consulta 27 de Junio de 2012)
Las características psicológicas de los usuarios en la eSalud: nuevas oportunidades

a través de la Web 3.0. *Revista de Salud*. Vol 3, Nº 11 Disponible en:

<http://www.revistaesalud.com/index.php/revistaesalud/article/view/165/438>

- Aranda, I. (2012) Psicólogo experto en coaching. *Infocop*, 56 Enero-Marzo 2012. Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos. (pág. 7-11)
- Bolan, B. Mclean, C. Pennington, A. Gillies, P. (2006) Using New Media to Build Social Capital for Health. *Journal of Health Psychology*. Vol. 11(2) (págs 297-308)
- Cassel et al (1998) Health Communication on the Internet: An Effective Channel for Health Behaviour Change? *Journal of Health Communication* Vol. 3 (págs 71-79)
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2002). *E-Europa 2002: Criterios de calidad para los sitios web relacionados con la salud* (en línea) (fecha de consulta: 25 de Mayo de 2012) Disponible en:
<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0667:FIN:ES:PDF>
[n](#)
- Del Pozo, J. La utilización de las nuevas tecnologías de comunicación e información para la adopción de comportamientos saludables. El consumo de drogas En Del Pozo, J. Pérez, L. Ferreras, M. Adicciones y Nuevas Tecnologías de la Información y de la comunicación. Perspectivas de su uso para la prevención y el tratamiento. Gobierno de la Rioja. Consejería de salud (2009) (pag. 45-56)
- De Vries, T. (2010) Innovations in Workplace Wellness: Six New Tools to Enhance Programs and Maximize Employee Health and Productivity. *Compensation & Benefits Review* 42(1) (pág 46-51)
- Google Play (fecha de consulta 27 de Mayo de 2012)
<https://play.google.com/store?hl=es>
- Hicks, R. McCracken, J. (2012) A Coaching Blueprint. *PEJ* Enero-Febrero (pp. 62-64)
- Jiménez Pernet, J., García Gutiérrez, J.F., Martín Jiménez, J.L. Bermúdez Tamayo, C. (2007) Tendencias en el uso de internet como fuente de información sobre salud. En: E.Hernández y B. Gómez-Zúñiga (coords.) *Intervención en salud en la Red. UOC Papers* (artículo en línea). Nº 4 UOC

- Launer, V. (2011) *Coaching. Un camino hacia nuestros éxitos*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Lupiáñez Villanueva, F. Internet y salud: una aproximación empírica a los usos de internet relacionados con la salud. En Del Pozo, J. Pérez, L. Ferreras, M. Adicciones y Nuevas Tecnologías de la Información y de la comunicación. Perspectivas de su uso para la prevención y el tratamiento. Gobierno de la Rioja. Consejería de Salud (2009) (pag. 103-118)
- McGuire (1978). The communication/persuasion matrix. En B. Lipstein & W.J. McGuire (Ed.) *Evaluating advertising* (págs. 27-35) New York: Advertice Research Foundation. Citado en Cassell et al 1998.
- Neuhauser, L. Kreps G. (2003) Rethinking Communication in the E-health Era. *Journal of Health Psychology*. Junio. SAGE.
- Organización Mundial de la Salud (2004) Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud.
- Pereira, J.L. Bellido, D. García –Luna, P.P. (2003) Nutrición e Internet. *Endocrinol Nutr.* 51 (4) (pág. 230-238)
- Perry ,Z. Skifingon, S (2005) *Coachin Práctico. Guía complete de técnicas y herramientas*. McGraw-Hill Interamericana.
- Redacción de Infocop. (2012) Coaching Psychology: ¿Una subdisciplina psicológica emergente? *Infocop* 56 Enero-Marzo 2012. Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos. (pág 4-5)
- Rice, R.E. (2001). The Internet and healt communication: A framework of experiences. En R.E. Rice and J.E. Katz (Eds.) *The internet and health communication* (pág 5-46). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Roqué, P. (2007). “Portales de salud”. En E.Hernández y B. Gomez-Zúñiga (coords.) “Intervención en salud en la Red”. *UOC Papers* (artículo en línea). N°4. UOC

- SEEDO (sede WEB) Sociedad Española para el Estudio de la Obesidad. (fecha de consulta 20 de Junio de 2012) www.seedo.es/
- Smith, M. J. (1982) Persuasion and human action: A review and critique of social influence theories. Belmont, CA: Wadsworth. en Cassel et al (1998)
- Tauchert, K. Buccolini, F. D'Alessio, P. Merlini, A. Lochs, H. Valentini, L. (2010) Is internet-based nutritional coaching feasible in older adults? *Clinical Nutriion Supplements*, Vol.5, Issue 2 (pag. 124)
- Wantland, D. Portillo, C. Holzemer, W. Slaughter, R. McGhee, E. (2004) (consulta 15 de Junio de 2011) The effectiveness of Web-based vs. non-Web-based interventions: a meta-analysis of behavioral change outcomes. *Journal of medical internet research*. Vol.6, nº4. Disponible en: <http://www.jmir.org/2004/4/e40/>
- Web 2.0. Wikipedia (Fecha de consulta: 15 de mayo de 2012) http://es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0