



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultad de Enfermería

Memoria del Trabajo de Fin de Grado

Estrategias para mejorar la imagen social de la enfermería

Lidia Bibiloni Llambias

Grado de Enfermería

Año académico 2016-2017

DNI del alumno: 43 19 55 88 R

Trabajo tutelado por Margalida Miró

Departamento de Enfermería

Se autoriza la Universidad a incluir este trabajo en el Repositorio Institucional para su consulta en acceso abierto y difusión en línea, con finalidades exclusivamente académicas y de investigación	Autor		Tutor	
	Sí	No	Sí	No
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Palabras claves del Trabajo: Enfermería, imagen social, estrategias, mejora, medios de comunicación, estudiantes.

Resumen

Introducción: La imagen de la profesión se ha ido construyendo a lo largo de los años a través de mensajes, acciones e imágenes que las enfermeras han ido transmitiendo de forma voluntaria o involuntaria, y a esto sumamos los medios de comunicación. Por estos motivos se proyecta una imagen pobre, con poca independencia, bajo nivel académico, subordinadas del médico y con poca valoración social, por eso es importante saber qué tenemos que hacer y qué es lo que está en nuestras manos para que la sociedad perciba una imagen positiva de la profesión.

Objetivos: El objetivo general de este trabajo es conocer cuáles son las estrategias que podemos llevar a cabo para mejorar la imagen social de la enfermería. Como objetivos específicos se han planteado, conocer las estrategias de mejora dentro de los medios de comunicación, durante la formación de grado y en la atención primaria.

Metodologías: Se lleva a cabo una revisión bibliográfica comprendida entre los años 2007-2017.

Discusión: Los profesionales de enfermería tienen que trabajar y esforzarse para transmitir su trabajo a la sociedad, de esta forma la población será conscientes de lo que realizan y del valor que tienen. Las estrategias más importantes para ello son la comunicación, consolidar nuestra identidad, establecer más relación y participar con los medios de comunicación, ofrecer cuidados de calidad, aumentar la confianza, marketing y extender el conocimiento científico. De esta forma, nos aseguraremos un futuro con grandes expectativas.

Conclusión: Para finalizar decir que la imagen que la sociedad percibe de nosotros está en nuestras manos. Si la profesión se valora, y se transmite como realmente es, nuestra imagen aumentará de forma positiva. De esta forma los usuarios nos harán partícipes de sus cuidados y conseguiremos el valor que nos merecemos.

Palabras claves

Enfermería, imagen social, estrategias, mejora, medios de comunicación, estudiantes.

Índice

Introducción.....	Pág. 4-7
Objetivos.....	Pág. 7
Estrategia de búsqueda.....	Pág. 7-9
Resultados de la búsqueda.....	Pág. 9-10
Discusión.....	Pág. 10-20
Conclusión.....	Pág. 20-21
Bibliografía.....	Pág. 22-24
Anexos.....	Pág. 25-37

Introducción

La evidencia define la imagen social como el conjunto de características que identifican a cierto grupo, como único, es decir, lo que lo diferencia de otros grupos sociales. Esta describe la forma en la que se observa un grupo humano relacionado entre si desde otra perspectiva. Para formar la imagen social se tienen en cuenta factores como la cultura, las tradiciones, las costumbres y forma de vida para definir como es la conducta de la colectividad. Por lo tanto, la imagen social, viene a ser, la identidad de un colectivo, por eso es tan significativo ya que es una parte importante de lo que representa para la sociedad (1,2)-

Y por otro lado tenemos la enfermería, que se define como profesión que abarca los cuidados, autónomos y en colaboración, que se prestan a las personas de todas las edades, familias, grupos y comunidades, enfermos o sanos, en todos los contextos, e incluye la promoción de la salud, la prevención de la enfermedad, y los cuidados de los enfermos, discapacitados, y personas moribundas. Funciones esenciales de la enfermería son la defensa, el fomento de un entorno seguro, la investigación, la participación en la política de salud y en la gestión de los pacientes y los sistemas de salud, y la formación (3). Cuando hablamos de enfermería en todo momento nos estamos dirigiendo, a las que tienen titulación universitaria, dejando atrás ATS o practicantes así como auxiliares de enfermería.

Entonces podemos establecer que la imagen social de la enfermería es la visión que tiene la sociedad hacia esta profesión. Es una profesión que ha sufrido de estereotipos y juicios durante mucho tiempo, por muchos motivos. Uno de los cuales es que la enfermería siempre ha estado más relacionada con el género femenino, careciendo históricamente de importancia (4). Otros de los estereotipos es que se ve a las enfermeras como médicos frustrados, personas obedientes, amables, sonrientes, compasivas, siguiendo tareas delegadas, con inferior formación que el médico y que por ello no posee autoridad y criterio sobre la salud de la población.

Esta situación no es consecuencia únicamente de la situación actual, si no que posee una evolución histórica que es preciso comprender, como se expone a continuación.

Durante la prehistoria y las civilizaciones antiguas hasta Grecia y Roma, la enfermería transcurría por la etapa doméstica, donde su objetivo principal era la salud como el mantenimiento de la vida. Durante estos siglos, los cuidados estaban encaminados a promover la higiene, el vestido y la alimentación. La enfermedad se consideraba algo sobrenatural, sin justificación y la finalidad de los cuidados era la supervivencia. Tareas que realizaban las mujeres de la familia. En las civilizaciones antiguas, las encargadas del cuidado eran las esclavas y sirvientas, las cuales a pesar de pertenecer a ese grupo social poseían prestigio (5).

Más adelante, en la Edad Media y el Mundo Moderno, la enfermería pasa a la etapa vocacional. Surge con la aparición del cristianismo donde los cuidados se basan en la caridad, la beneficencia y la ayuda. Las mujeres que ofrecen los cuidados pasan a dedicarse únicamente al cuidado. En la Edad Media se desarrollan los primeros hospitales y la enfermedad se considera un castigo por haber cometido algún pecado. Aunque los cuidados también se ofrecen en los monasterios donde la atención estaba dirigida por eclesiásticos masculinos. Más adelante empezó la convivencia entre hospitales laicos y religiosos. Por este motivo ejercen los cuidados no solo mujeres religiosas, si no mujeres interesadas en el ámbito (5).

En el Mundo Moderno y el Mundo Contemporáneo la profesión vive su etapa técnica, donde la salud se utiliza como lucha exclusiva contra la enfermedad. Se inicia un movimiento para alcanzar conocimiento y saber, perdiendo la vocación religiosa. La enfermería desarrolla la formación y unas actitudes enfermeras. Los hospitales empiezan a ser dirigidos por médicos subordinando a la enfermería bajo esta disciplina (5).

Finalmente, llega la etapa profesional, que comprende los años desde el Mundo Contemporáneo hasta hoy donde se considera la salud como el equilibrio entre los individuos y su ambiente. A lo largo del siglo XX se crea el título de enfermera, diferenciando tres denominaciones: enfermeras (mujeres), los practicantes (hombres), y

por último, las matronas (dentro de las enfermeras, aunque con estudios específicos). Y en 1977 la profesión se integra en la Universidad, se desarrollan métodos de trabajo y teorías. Se profesionaliza la actividad de cuidar. Debido a este cambio se produce una renovación de la identidad enfermera. Se definen las competencias de la profesión y se integra a la enfermera como profesión diferenciada en el equipo multidisciplinar (5).

Por lo tanto, podemos decir que la enfermería siempre ha sido una profesión ligada al género, marcada por el cristianismo con actitudes y valores como son la vocación, la sensibilidad, caridad o humanismo. Durante mucho tiempo con dependencia a la disciplina médica en la realización de técnicas siendo vistas por la sociedad como las personas que “sólo” pinchan, “sólo” sacan sangre, etc.

La imagen del colectivo se ha ido construyendo a lo largo de los años a través de mensajes, acciones e imágenes que la profesión enfermera ha ido transmitiendo de forma voluntaria o involuntaria, y a esto sumamos otro factor muy importante como son los medios de comunicación, tanto prensa escrita, como películas, televisión y redes sociales (especialmente Youtube, Facebook, Twitter o Instagram). Éstos son responsables en gran medida de la opinión pública, encasillando en ocasiones a las enfermeras (4). Actúan como agentes que refuerzan y se encargan de transmitir determinadas actitudes y creencias, estereotipos y valores, etc. De esta forma la sociedad se ha hecho un concepto de la profesión.

La imagen social de la que hablamos no únicamente se delimita a España, si no que en otros países con titulación equiparable a la nuestra como Grecia, Inglaterra, Hong Kong, Brasil, Sud-África y EEUU, se proyecta una imagen pobre, con poca independencia, bajo nivel académico, subordinadas del médico y con poca valoración social (6).

Este trabajo es una revisión bibliográfica que pretende responder a la siguiente pregunta ¿Qué estrategias señala la evidencia para mejorar la imagen social de la enfermería?

Bajo mi punto de vista, es muy importante saber qué tenemos que hacer y qué es lo que está en nuestras manos para que la sociedad perciba una imagen positiva de la profesión, dando a conocer de esta forma cómo realmente es nuestra profesión, no solo

en al ámbito asistencial, sino en los medios de comunicación, redes sociales, etc. Como hemos podido ver la enfermería es una profesión poco visible, ya que la sociedad todavía no la reconoce plenamente con un campo competencial propio (7), es por este motivo que es necesario saber como abordarlo y ser capaces nosotros como representantes de la profesión de actuar para que este hecho cambie. Como dice Amezcua (2014) en *“Enfermeras y Sociedad, ¿Son pensables las alianzas?”*, "Es necesario hacer visible, lo que no se ve". Por esta razón, la enfermería tiene que moverse y hacer ver a la sociedad de lo que somos capaces de hacer, de los conocimientos que tenemos y de lo capacitados que estamos.

En mi opinión, si la enfermería no se comunica con la sociedad, el futuro de esta profesión está en peligro, y con ellos en peligro la salud de las personas. Es por ello que he decidido realizar este trabajo y poder aportar mi granito de arena a la profesión.

Objetivos

El objetivo principal de este trabajo es analizar en la evidencia científica las estrategias propuestas desde distintos ámbitos para mejorar la imagen social de la Enfermería.

Y como objetivos específicos se proponen:

- Conocer estrategias de mejora en los medios de comunicación hacia la imagen social de la enfermería.
- Describir desde el ámbito de la atención comunitaria las estrategias que se proponen para mejorar la imagen de la enfermería.
- Presentar estrategias de mejora hacia la imagen de la enfermería en el marco estudiantil.

Estrategias de la búsqueda bibliográfica

Este trabajo es una revisión bibliográfica de artículos relacionados con los objetivos a tratar.

Para conocer el estado de la cuestión, se han utilizado las siguientes plataformas:

CINAHL: base de datos a nivel internacional que recoge las principales publicaciones en el campo de la enfermería y ciencias de la salud.

Pubmed: base de datos a nivel internacional que recoge las principales publicaciones en el campo de la medicina, oncología, enfermería, odontología, veterinaria, salud pública y ciencias preclínicas. Elaborada por la *National Library of Medicine (NLM)*.

CUIDEN plus: base de datos que recoge publicaciones en el campo de la enfermería española y latinoamericana. Incorpora información en Investigación Cualitativa, enfermería Basada en la Evidencia e Historia. Así como una hemeroteca virtual de revistas de enfermería a texto completo.

IBECS: base de datos que recoge las publicaciones nacionales en los diferentes campos de la ciencia de la salud: desde medicina, farmacia, veterinaria, psicología, odontología y enfermería.

Scielo: base de datos que proporciona el acceso a los artículos de revistas de revistas científicas, desarrolladas para responder a las necesidades de la comunicación científica a los países en vías de desarrollo y particularmente de América Latina y el Caribe.

Pregunta del trabajo: ¿Cuáles son las estrategias a realizar para mejorar la imagen social de la enfermería?

DECS:

- Descriptores en castellano: Enfermería. Estrategias. Percepción Social. Medios de Comunicación Sociales. Medios de Comunicación. Estudiantes de Enfermería.
- Descriptores en inglés: Nursing. Strategies. Social Perception. Social Media. Communications Media. Students.

MesH: Nursing. Social Perception. Nurses. Social Identification.

Los criterios de inclusión están resumidos en la siguiente tabla:

Área de conocimiento	Ciencias de la salud, enfermería, salud pública.
Años de publicación	10 años, entre 2007 y 2017.
Idiomas	Castellano / Inglés / Catalán / Portugués

Otros límites	<ol style="list-style-type: none"> 1. Texto completo 2. Resumen disponible 3. País 4. Humanos
----------------------	---

Tabla 1. Criterios de inclusión

Por lo tanto, los criterios de exclusión para esta búsqueda han sido cualquier otro idioma que no sea nombrado anteriormente, publicaciones anteriores al año 2007 y sin resumen disponible o texto completo.

En el *anexo 1* encontramos una tabla que resume como se ha hecho la estrategia bibliográfica, qué descriptores se han utilizado para cada búsqueda y los resultados que hemos obtenido.

Resultados de la búsqueda bibliográfica

En la búsqueda bibliográfica se han obtenido un total de 20 artículos. Las publicaciones seleccionadas provienen de 7 países distintos, entre estos se encuentran España con más prevalencia que otros, Reino Unido, Países Bajos, Australia, EEUU, Perú y Israel, y estos se engloban en periodo comprendido entre 2007 y 2017. No todos los artículos tienen la misma metodología, algunos son revisiones bibliográficas, otros diseños cuantitativos. De los artículos seleccionados, hay 13 en lengua castellana y 7 en lengua inglesa. No todos los artículos provienen de la búsqueda en bases de datos, hay 5 que son búsqueda inversa, es decir, los he encontrado buscando en las bibliografías de otros artículos.

Los temas principales de los artículos seleccionados, son la imagen pública de la enfermería, los medios de comunicación, la imagen profesional y la opinión pública. En el *anexo 2* se pueden ver todos los artículos empleados para la realización de esta revisión bibliográfica. De cada artículo se nombran los autores que han realizado el estudio, el año el que se ha publicado, en que revista y en qué base de datos se ha encontrado, que metodología y tipo de artículo es, y las palabras claves de cada artículo.

Se llevó a cabo un análisis temático de los demás artículos para intentar abreviar los resultados de la forma siguiente. Primero una lectura a fondo de los artículos, una vez leídos todos los artículos, analice la información que encontré en los artículos. Una vez analizada la información, identifiqué los temas y objetivos importantes, y a partir de eso, empecé a resumir los artículos y a obtener la información que me interesaba.

En la estrategia ya hemos nombrado que base de datos he utilizado para la revisión bibliográfica, pero no todos los artículos eran libres, por lo tanto, para localizar los artículos he utilizado Google académico y el catálogo de la UIB para poder conseguirlos todos.

Discusión

Como comenta Pilar López, enfermera de atención primaria, en el artículo “*Comunicación, imagen social y visibilidad de los cuidados de enfermería*”, todo el mundo sabe que en los hospitales y en los centros de salud hay enfermeras, pero ¿se sabe realmente qué funciones desempeñan dentro del sistema sanitario? Establece que la imagen social del colectivo sigue estando demasiado encorsetada a estereotipos, y para que esta visión cambie la comunicación es fundamental. La enfermería debe coger presencia como un colectivo autónomo y profesional y para ello se tiene que trabajar un plan de comunicación que lleve "del silencio a la voz" aquello que los profesionales saben y tendrían que comunicar a la sociedad (9).

Se expone en el artículo “*La imagen social de la enfermería: una profesión a conocer*”, que el comportamiento propio de los profesionales tiene un efecto tanto sobre la imagen, como sobre el conocimiento que el público tiene de las enfermeras. Por lo tanto, los profesionales de enfermería deberíamos reflexionar sobre lo que hemos conseguido, donde estamos y a dónde queremos llegar para definir mejor lo que somos y lo que queremos ser y enseñar a la población. Si como enfermeros no somos capaces de contar lo que somos y de lo que podemos ofrecer, será difícil que otros profesionales y la sociedad entiendan nuestra esencia.

Los profesionales de enfermería deben plantearse cuál es la imagen que se está proyectando a la sociedad y cuál es la que se quiere forjar ya que la práctica enfermera

es mucho más que el cumplimiento de múltiples tareas, requiere de una agudeza intelectual, ya que se trata de acertar a escoger una acción justificada científicamente que responda a las necesidades particulares de las personas (7). Por ello hay que hacer un esfuerzo para cambiar la imagen que transmitimos y así transmitir la verdadera identidad enfermera (10). La comunicación sigue siendo una asignatura pendiente, tanto a nivel individual o como colectivo, para transmitir nuestra identidad a la sociedad, ya que ha sido pobre o incorrecta. Consolidando nuestra identidad y reformando la imagen pública, procurando que la sociedad perciba y construya una buena imagen y así un extra de aprobación (10).

Se establece pues que la comunicación con los pacientes falla, por esta razón, hay que explicar que es lo que realizamos y cuáles son nuestros cuidados con un lenguaje fácil y sencillo. De este modo, los pacientes nos entenderán y sabrán lo que hacemos de una forma clara (8).

Los enfermeros de manera individual o colectiva debemos gestionar nuestra imagen pública para llegar a transmitir nuestra identidad y comunicar a la sociedad nuestro papel contando con el apoyo de profesionales y medios de comunicación social. Si estos emiten a la sociedad la identidad que nosotros mismos les hemos dado, más probabilidades habrá de que el público perciba los enfermeros como profesionales de la salud con una gran responsabilidad en la promoción, mantenimiento y recuperación de la salud. Por lo tanto, sindicatos, escuelas, facultades, departamentos universitarios, sociedades científicas, deben comunicar y explicar a la sociedad nuestras funciones. Es necesario que estas instituciones cuenten con sus propios departamentos de comunicación, y así contar a la sociedad sus actividades (10).

Con la intención de mejorar la imagen de la profesión hay que crear campañas de marketing y de esta forma aumentar la confianza del público en la prestación de cuidados. De esta manera se garantizan que la gente de fuera de la profesión que no conocen los niveles de educación de las enfermeras, y de la diversidad de la carrera y de las especialidades en la profesión, mejoren esa visión. Hay una clara necesidad de promover modelos positivos a través de los medios de comunicaciones nacionales y locales para mostrar que hay una gran variedad de perspectivas de carrera en la profesión. Como anuncia el artículo “*Nursing and*

nurses: the image and the reality”, el proceso Delphi, método para lograr consenso sobre un tema mediante la obtención y difusión de las opiniones y juicios de expertos llevado a cabo en Londres, reveló que las enfermeras necesitan tener un perfil más alto, estar orgullosas de su profesión y querer compartir sus experiencias con los demás, para conseguir eso debe tener y mantener una visión positiva de su papel. El proceso Delphi, propone tres temas para conseguir la mejor forma de promover y mantener una visión positiva de las funciones de las enfermeras:

- Gestionar a las enfermeras con bajo rendimiento y apoyarlas de manera constructiva (11).
- Necesidad de abrirse y ser honestos, dando lugar a los resultados que tienen los buenos cuidados de enfermería, y divulgarlos a través de los medios sociales (11).
- Conseguir unos niveles óptimos del personal en las áreas clínicas, mejorando los ratios paciente - enfermera, dando a los pacientes el tiempo que necesitan las enfermeras para llevar a cabo sus funciones, tranquilizando a los familiares y cuidadores (11).

Un ejemplo de campaña de marketing fue el que realizó *Public Health Nursing* mediante carteles publicitarios como demuestra el artículo “*The creation of a public health nursing brand image*”. Esta promoción se realizó conjuntamente con estudiantes y profesores. Estos diseñaron una serie de vallas publicitarias donde se promovía el trabajo que realizaban las enfermeras, y de esta forma disminuir la invisibilidad que la profesión tenía. Los carteles dieron más conciencia sobre las enfermeras a la población y conocimientos de la profesión, mejorando así su visibilidad (12). En los *anexos 3 y 4* podemos ver dos ejemplos de la campaña de *PHN*.

Otra estrategia para mejorar nuestra percepción es aumentar la confianza en el profesional de enfermería, ya que la confianza por parte de la sociedad aún no es completa, y eso se puede notar en tres aspectos. El primero, es en referencia a lo que las enfermeras pautan o aconsejan, ya que la sociedad escoge comprobar con el médico las recomendaciones que las enfermeras les han dicho. Tampoco confían en tareas que

anteriormente no eran suyas, como la cura de heridas, y para acabar, tampoco para el cuidado de pacientes a domicilio (7).

Cambiar la imagen de la profesión, implica renovar los sistemas que construyen la interpretación de la realidad. Cambiar sólo las formas, es decir, los uniformes, los signos, los títulos, los niveles académicos, sin comprender y sobre todo sin explicar a través de los medios la estructura que determinan dichos cambios, no condiciona el cambio de imagen que percibe la sociedad, porque para ella, la imagen sigue teniendo la misma naturaleza. En estas situaciones, sin un esfuerzo por explicar y dar a conocer lo que somos y lo que conocemos, la sociedad elige la imagen que se aparenta (6).

Un factor clave para el desarrollo de la profesión es la investigación científica, la cual establece protocolos de actuación los cuales proporcionan seguridad de que se realiza una buena praxis. Esta estrategia es importante trabajarla desde la facultad de enfermería, es decir, desde la etapa formativa del profesional (13), difundiendo lo que hacemos y de lo que somos capaces. Hay que llevar a cabo la difusión científica de la producción intelectual enfermera, a través, de la comunicación científica que realizamos al resto de profesionales publicando nuestros artículos en revistas científicas enfermeras o presentando sus contribuciones en congresos. Y procurar dar a conocer las aportaciones en materia de salud fuera del ámbito profesional. Tenemos que publicar también en revistas de otras disciplinas y profesiones, y además procurar que se informe a los medios de comunicación social (10).

Los enfermeros tenemos que aprovechar las oportunidades que se producen tanto a nivel institucional como en diferentes contextos para transmitir el mensaje que queremos de forma clara acerca de los servicios que la profesión ofrece a la sociedad (13). Tenemos que evaluar la percepción que tienen los pacientes respecto a los cuidados que ofrecemos. Para que la percepción y la confianza de la sociedad hacía la enfermera se vea mejorada tenemos que intentar potenciar la figura profesional como un referente para el paciente, ya que poseemos de la responsabilidad respecto del cuidado de los pacientes, pero no podremos asumirla, si no estamos actualizados, si no buscamos la excelencia y la mejor competencia profesional y a la vez, los mejores resultados (8).

Como dice Amezcua, tenemos que tener iniciativas, entre estas podemos encontrar mejorar la relación con los pacientes, ser capaces de transmitir la confianza suficiente para que en un futuro la sociedad pueda acudir a los enfermeros sin problemas y la de creación de programas en la universidad que luchen en contra de los estereotipos descritos (14). Podemos decir, que promocionar socialmente la profesión enfermera es solucionar los problemas de nuestros pacientes, pero también hay que demostrar la utilidad que tenemos de cara a la sociedad a los políticos que financian y regulan los servicios, y a los gestores que lo dirigen. El colectivo debe comunicarse y negociar utilizando su propio lenguaje. Y para esta labor tienen mucho peso las asociaciones y sociedades científicas profesionales (15). Las enfermeras podrían intentar crear un ambiente de trabajo más desafiante adoptando una actitud más activa que incluye la participación en los órganos de representación y sindicatos. De esta forma desarrollar nuevos roles de liderazgo fuera de su identidad profesional (26).

Hemos de conseguir tener una mayor influencia en salud, es decir, tener una influencia en los sistemas de salud españoles, y a ello, sumar la información a la población de las funciones que tienen de forma independiente, incluyendo a la sociedad y a los políticos en el proceso (4). Para realizar estas tareas podemos abordarlas desde tres perspectivas:

- A nivel individual: desde este plano hay que proporcionar cuidados de calidad, pero también cada individuo tiene que estar orgulloso de sí mismo y de su trabajo. Los enfermeros individualmente, no tienen que tener vergüenza de promocionar la imagen de su profesión en su día a día (16).
- A nivel organizativo: tenemos que realizar y aplicar políticas y programas para promover nuestra propia imagen. Deberíamos iniciar relaciones públicas locales y campañas de marketing que muestren los logros de la profesión y los resultados clínicos de éxito. Y para que los enfermeros participen en estas labores hay que fomentarlos y capacitarlos para ello (16).
- De cara al ámbito nacional, hay que constituir programas para el desarrollo de habilidades para promocionar entre las enfermeras. Hay que localizar los indicadores de metas de los programas que hemos mencionas a nivel

organizativo. Y por último, realizar presupuestos y otros recursos para mantener los programas de promoción de la enfermería (16).

Estas estrategias son las que se pueden realizar de forma general, ahora hay que definir más estrategias en ámbitos más específicos, como los medios de comunicación. Para que esta perspectiva de la sociedad hacia el colectivo mejore tiene que haber una participación enfermera en los medios de comunicación o comunicación pública, porque sabemos que los medios de comunicación tienen mucho peso en formar los pensamientos de la sociedad. Por lo tanto, es necesario que se aumente la participación y aparición del colectivo, de esta forma, se dan a conocer y dejan claras sus competencias y lo que son capaces de realizar (4).

Se pueden realizar iniciativas colaborativas a través de internet y redes sociales lo cual ayudaría a mejorar la imagen social del colectivo. Promocionar la investigación, orientación a resultados, y mantener una comunicación adecuada con los ciudadanos a través de las redes sociales y los medios son esenciales para mostrar una imagen más clara del cuidado enfermero (8).

Los enfermeros deben aplicar las TIC en la práctica enfermera. Con el objetivo de comunicar de forma masiva a nuestros pacientes y a la sociedad nuestros cuidados, lo que realizamos día a día (10). Cada email, tweet, publicación en Facebook, puede ayudarnos a mostrar y visibilizar lo que hacemos, y llegar a un mayor número de personas, asegurándonos de que llegamos también a la población joven (10).

Como se ha dicho anteriormente, es indispensable divulgar la producción intelectual enfermera en la sociedad. La población no dispone de bases de datos donde poder encontrar esa producción científica, por ese motivo hay que promocionar nuestro intelecto a través de los medios de comunicación a un público amplio y no entendido en salud. Una vez que la enfermera haya comunicado un trabajo científico en alguna revista plantear a algún medio de comunicación lo divulgue, con un lenguaje sencillo y comprensible para toda la sociedad (10).

El colectivo debería informar a los medios de comunicación de hechos y actividades enfermeras susceptibles de convertirse en producto informativo o divulgativo:

congresos, foros, cursos, presentación de libros, informes científicos, inauguraciones, celebraciones, exposiciones... (10), una forma rápida y masiva de divulgación es la creación de páginas y blogs en redes sociales.

La mayoría de las imágenes públicas de las enfermeras están repletas de estereotipos, por este motivo Youtube se presenta como una plataforma de democratización en la cual la profesión puede promover una imagen positiva. Como dicen los autores en el artículo "*The image of you: construction of nursing identities on youtube*", la identidad se construye socialmente mediante conferencias públicas. Youtube se presenta como una plataforma para promover una imagen positiva de la profesión. Este sitio web lleva abierto más de 10 años, y la enfermería todavía no ha explotado la plataforma para realizar discursos que podrían prevalecer sobre los discursos que salen en otros medios de comunicación. Realizar una promoción positiva de nuestra imagen, y en la página web Youtube se puede realizar esta tarea de forma efectiva (17). Mediante esta página web, se puede transmitir todo tipo de información, desde conferencias, hasta vídeos educativos y promocionales de salud. Así que es una herramienta útil para nuestra visibilidad, ya que podríamos difundir material más dinámico y que fuera receptado por todos los públicos. Para recibir el debido reconocimiento, las enfermeras podrían beneficiarse del uso de las redes sociales como internet o Youtube y participar en el desarrollo del conocimiento entre países acerca de la práctica de enfermería. Sería muy interesante examinar en qué países las enfermeras están 'haciendo bien' en lo que respecta a la imagen pública y, en consecuencia representar a su profesionalismo en los ojos de la sociedad (26).

Estamos de acuerdo con los autores que dicen que es importante mejorar, por un lado, la imagen que el público tiene de la profesión y por otro, la imagen que los propios profesionales de la enfermería tienen de sí mismos. Por ello, hay que motivar a realizar iniciativas para conseguir que los medios destaquen las habilidades que poseen las enfermeras, con el objetivo de influenciar en la opinión pública a nivel nacional (6). Tenemos que saber reconocer y evitar la discriminación y sobre todo la invisibilidad de nuestro colectivo, como profesionales independientes, en la prensa escrita. Este debe ser un objetivo a alcanzar.

Un ejemplo de iniciativa colaborativa en Internet y Redes Sociales para visibilizar nuestros cuidados es el que realizó el blog sanitario “Cuidando.es”, esa iniciativa llamada “*24h24p (24 horas, 24 post) por la visibilidad de los cuidados de Enfermería*”. 24h24p consistió en publicar cada hora un artículo breve durante un día, acogían reflexiones sobre lo visible e invisible de los cuidados, los artículos fueron escritos por 24 personas con distintos perfiles profesionales vinculados a la salud. Fue un trabajo potenciado por profesionales, blogueros y organizaciones, que vieron en las Redes Sociales su gran aliado, mostrando un gran número de participación. Esta iniciativa se acercó de una manera importante a la sociedad, ya que estaba al alcance de cualquiera por estar publicado en Internet (8).

En otro ámbito donde se puede trabajar de cerca con la sociedad es en el ámbito comunitario, este tiene un valor muy importante referente a la percepción de la sociedad, ya que estos profesionales pueden trabajar de una manera más cercana con los usuarios. Los usuarios están satisfechos con las enfermeras con un porcentaje por encima del resto de profesionales que trabajan en los centros de salud. Sin embargo, cuando se habla de satisfacción global con el servicio, la importancia de los profesionales de enfermería disminuye, y se centra la satisfacción en los médicos y los auxiliares administrativos. Esto se debe a la invisibilidad de los enfermeros en la valoración global, lo cual refleja el papel secundario que este colectivo ha tenido hasta hace poco. Por ello, es muy importante que el colectivo de enfermería que trabaja en la enfermería comunitaria mediante las consultas de enfermería sean capaces de aumentar la visibilidad y con ello nuestra imagen social (18).

Para que esto que acabamos de describir mejor, tenemos que aplicar una serie de estrategias. El principal requisito para unos cuidados de calidad y de esta forma que los usuarios del sistema tengan una mejor visibilidad, es la personalización e individualización de los cuidados. Eso requiere una adaptación e individualización de cada situación familiar o personal (15).

Otra estrategia para mejorar la visibilidad en atención primaria es hacer bien lo que hay que hacer. Tenemos que demostrar la efectividad de nuestros cuidados. Por lo tanto, hay que intentar eliminar esas actuaciones que no aportan ningún valor y priorizar siempre aquella que tienen una efectividad demostrada (15).

Para seguir aumentando nuestro valor es muy importante hacer educación para la salud de forma individual o grupal orientada a solucionar problemas, de esta forma grandes grupos de la sociedad se perciba de los cuidados que ofrecemos (15).

Y por último, hay que realizar un gran trabajo con los estudiantes de enfermería, ya que estos son los que en un futuro representaran nuestra profesión a la sociedad. Por eso es importante que trabajen duro durante los 4 años de formación para poder conseguir una identidad profesional. Por lo tanto la facultad de enfermería debería motivar a los estudiantes desde el principio de la carrera al desarrollo de su yo personal, profesional, autoestima y valores personales y profesionales para que consigan una formación de su identidad profesional. Si conseguimos esto, tanto en las prácticas realizadas durante su formación y en su desarrollo profesional estos profesionales serán capaces de transmitir su profesión y comunicar a la sociedad cuál es su labor para aumentar así una imagen positiva de la enfermería. Otros factores a destacar para mejorar su identidad profesional es que los estudiantes cultiven sus valores, sean analíticos, críticos y reflexivos del ser y hacer de la enfermera (19).

Con el paso de la formación, los estudiantes van alcanzando su identidad profesional fortalecida que les permite actuar en diversos ámbitos de la profesión.

Aunque la percepción social de la enfermería es carente, como grado universitario es valorada como una elección positiva (7).

La identidad profesional de los estudiantes de enfermería se alcanza con la vinculación de la calidad en el servicio. Para lograr esto, no hay que buscar el modelo ideal de la enfermería, es hacer que los estudiantes entiendan la historia de la profesión, sus orígenes, ubicarlo en el contexto real de la profesión con una visión prospectiva que le permita difundirse en la disciplina a través de un cambio de actitudes y aptitudes, del fortalecimiento de los valores y del compromiso con el gremio. Si los estudiantes elijen de manera libre y consciente el grado de enfermería, van a ejercer su rol profesional de manera íntegra, con ética, respetando al individuo a quien se cuida sin dejar a un lado a la familia y comunidad, ofreciendo una buena calidad, con lo cual se estará construyendo su rol profesional idóneo fortaleciendo su identidad (20).

La formación académica es muy importante en el proceso de obtención de la identidad profesional de los futuros profesionales de la enfermería, pero cambiar la imagen pública de la profesión es responsabilidad de todos los agentes sociales implicados en su desarrollo. Los resultados del estudio del artículo "*Percepción de la identidad profesional de la enfermería en el alumnado del grado*" reflejan los cambios que hay entre los estudiantes de primer curso y los de cuarto. Los alumnos de primer curso reflejan la imagen que tiene la sociedad de una profesión dependiente de la medicina, centrada en un rol técnico que desarrolla fundamentalmente en el ámbito hospitalario. Por lo contrario, el alumnado de cuarto identifica la profesión con un carácter autónomo, una mayor amplitud de roles y contextos de trabajo así como de posibilidades de desarrollo académico. Este hallazgo confirma la influencia de la formación en la definición de la identidad profesional (21).

Los estudiantes de enfermería son conscientes de que a menudo, los enfermeros son invisibles en la pantalla y cuando están visibles, están representados por estereotipos. El estudio del artículo "*Nursing on television: student perceptions of television's role in public image, recruitment and education.*", muestra que la mayoría de los alumnos desean modelos más positivos. Por lo tanto, los educadores, académicos y gerentes tienen la responsabilidad de salir de esa imagen y hacer que los cambios ocurran, promocionando la identidad de la profesión al alumnado.

Hay que formar estrategias en la educación de la enfermería que motiven a los futuros profesionales para promover el cuidado en sus futuros puestos de trabajo. Y que de esta forma estos sean capaces de disipar los mitos y estereotipos que siempre ha sufrido la enfermería (22).

La formación académica es de gran importancia en el proceso de adquisición de la identidad profesional de los futuros profesionales de la enfermería, pero cambiar la imagen pública de esta profesión es una responsabilidad de profesionales, académicos, gestores e investigadores. Si los estudiantes se empoderan de la profesión y los profesores consiguen que estos quieran y respeten su profesión, estos serán capaces de ser críticos y cambiar las cosas desde el inicio de su vida profesional (21).

Estamos en un periodo de ampliación de funciones, crecimiento y enriquecimiento de la formación académica e investigador, mediante estas la profesión tiene que ir realizando su propio campo de conocimientos y progresar como disciplina, asegurándonos un futuro con grandes expectativas y mayor compromiso con la sociedad (7).

Conclusiones

Como conclusión de este trabajo y después de analizar todos los artículos seleccionados, hemos podido ver que la imagen social de la enfermería todavía no tiene la imagen social que se merece.

Podemos decir que nuestro trabajo no termina de ser del todo visible por diferentes motivos, uno de ellos es que el mensaje que transmitimos no es del todo claro. Otro de los motivos que hemos podido ver es que la población da más importancia a lo que le dice el médico y que las enfermeras seguimos bajo sus órdenes. Y esto es debido a que como colectivo no nos sabemos valorar (24).

Bajo mi punto de vista, las enfermeras tenemos que hacernos más públicas y ser más presentes en la sociedad, ya que somos los responsables de los cuidados de nuestra población, y hoy en día tenemos más ocasiones que nunca para llegar hasta nuestros pacientes, de esta forma damos a conocer nuestro trabajo, una de estas formas y una de las más importantes es Internet.

Las campañas de marketing ayudan a llegar hasta la población, es una forma fácil y concisa para que la sociedad pueda verlo y ser conscientes de ello. Por lo tanto, utilizar este tipo de estrategias mejora la visibilidad y la imagen social de la profesión. Entonces podemos decir que una adecuada y planificada comunicación de lo que las enfermeras realizamos, aumentaría la visibilidad de nuestros cuidados. Como dice Iñaki González, "la visibilidad es una de las claves para el éxito y el rendimiento excelente resulta multiplicado por la visibilidad" (8).

Las enfermeras estamos en contacto 24 horas del día 365 días del año, y estamos más que preparadas para dar respuesta a las dificultades que presentan los cuidados. Por eso,

es importante poner como objetivo al paciente, porque la prestación de cuidados, es desde el punto de vista del paciente, nuestro valor más importante.

Es muy importante señalar que la enfermería es una profesión mayoritariamente femenina, por este motivo siempre ha sufrido de descalificaciones, por el rol que la mujer ha tenido siempre en la sociedad. Así que tenemos que luchar por unas políticas activas de igualdad, de esta forma conseguir un mayor prestigio, e iría enlazado con un mayor prestigio en las profesiones representadas con mayor número de mujeres.

También añadir que es difícil que la sociedad nos valore si no poseemos leyes actualizadas tanto en contexto social, como profesionalmente. El gobierno aprobó el Real Decreto que regula la preinscripción enfermera, limitando a las enfermeras en el día a día, sin poder realizar cuidados de nuestra competencia con autonomía (25). Esto da a entender a la población que no estamos capacitados para nuestras labores, ya que siempre necesita la supervisión de otro profesional. La población puede ir a la farmacia y comprarse una pomada, pero nosotras como enfermeras no se la podemos prescribir o administrar sin supervisión médica, hecho que resta prestigio y empeora la imagen de la profesión.

Por este motivo, creo que la profesión enfermera debería participar activamente en política. Hay que meterse en el centro de la cuestión, intentar que más ministros y consejeros sean enfermeros, y así poder luchar por nuestro futuro.

Para finalizar, decir que hay que querer y respetar nuestra profesión cada día. Si nosotros somos capaces de transmitir eso, la sociedad percibirá la imagen que la profesión se merece.

Bibliografía

1. Definista. ¿Qué es Imagen Social? - Su Definición, Concepto y Significado [Internet]. Conceptodefinicion.de. 2017 [cited 30 May 2017]. Available from: <http://conceptodefinicion.de/imagen-social/>
2. Definición de Imagen Social | Que es, Conceptos y Significados [Internet]. Definicionyque.es. 2017 [cited 30 May 2017]. Available from: <http://definicionyque.es/imagen-social/>
3. Definition of Nursing [Internet]. Icn.ch. 2017 [cited 30 May 2017]. Available from: <http://www.icn.ch/es/who-we-are/icn-definition-of-nursing/>
4. Baldrich-Rodríguez I, Navarro-Revueltas C, Lázaro-Maeso Á. Imagen de la enfermería en la sociedad española y medios de comunicación = Nursing image in the Spanish society and media [Internet]. E-revistas.uc3m.es. 2017 [cited 30 May 2017]. Available from: <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/3455/2089>
5. UIB. CONTENIDOS BLOQUE I. BASES HISTÓRICAS Y PROFESIONALES. Palma de Mallorca; 2014. (5) Temario bases historiqués.
6. Heierle Valero C. La imagen de la enfermera a través de los medios de comunicación de masas: La prensa escrita [Internet]. Scielo.isciii.es. 2017 [cited 30 May 2017].
7. Errasti-Ibarrondo B, Arantzamendi-Solabarrieta M, Canga-Armayor N. La imagen social de la enfermería: una profesión a conocer. 2017.
8. Salazar S, Morcillo A. Comunicación, imagen social y visibilidad de los Cuidados de Enfermería. [Internet]. Ene-enfermeria.org. 2017 [cited 30 May 2017]. Available from: <http://ene-enfermeria.org/ojs/index.php/ENE/article/view/256>
9. Realidades L. La Enfermería frente al espejo: mitos y realidades [Internet]. Enfermeriacomunitaria.org. 2017 [cited 30 May 2017]. Available from: <http://enfermeriacomunitaria.org/web/enfermeria-familiar-y-comunitaria/11-biblioteca-virtual/286-la-enfermeria-ante-el-espejo-mitos-y-realidades.html>
10. Calvo Calvo M. Imagen social de las enfermeras y estrategias de comunicación pública para conseguir una imagen positiva. 2011.
11. Morris V, Jones R, Hunt A. Nursing and nurses: the image and the reality. 2010.
12. Baldwin K, Lyons R, Issel L. Creating a Brand Image for Public Health Nursing. 2010.

13. Galimany Masclans J, Herrera Vilchez T, Girbau García M. Reflexiones sobre el futuro de la enfermería [Internet]. Nursing. 2010 [cited 30 May 2017]. Available from: <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/34185/1/576301.pdf>
14. Amezcua M. Enfermeras y Sociedad, ¿son pensables las alianzas?. 2014.
15. del Pino Casado R, Martínez Riera J. Estrategias para mejorar la visibilidad y accesibilidad de los cuidados enfermeros en Atención Primaria de salud [Internet]. Elsevier.es. 2007 [cited 30 May 2017]. Available from: <http://www.elsevier.es/es-revista-revista-administracion-sanitaria-siglo-xxi-261-articulo-estrategias-mejorar-visibilidad-accesibilidad-los-13107526>
16. Kagan I, Biran E, Telem L, Steinovitz N, Alboer D, Ovadia K et al. Promotion or marketing of the nursing profession by nurses. International Nursing Review. 2015;62(3):368-376.
17. Kelly J, Fealy G, Watson R. The image of you: constructing nursing identities in YouTube. Journal of Advanced Nursing. 2011;68(8):1804-1813.
18. Serrano-del-Rosal R, Ranchal-Romero J. La importancia e invisibilidad de las enfermeras en Atención Primaria de Salud [Internet]. Scielo.isciii.es. 2010 [cited 30 May 2017].
19. Revista Aladefe: Formación de la identidad profesional en las estudiantes de la Facultad de Enfermería de una Universidad en Lambayeque (Perú) [Internet]. www.enfermeria21.com. 2012 [cited 30 May 2017]. Available from: <http://www.enfermeria21.com/revistas/aladefe/articulo/45/>
20. Paredes M. Identidad profesional en los estudiantes de enfermería [Internet]. Revista Mexicana de enfermería cardiológica. 2012 [cited 30 May 2017]. Available from: <http://www.medigraphic.com/pdfs/enfe/en-2012/en123a.pdf>
21. Albar M, Sivianes-Fernández M. Percepción de la identidad profesional de la enfermería en el alumnado del grado. 2016.
22. McAllister M, Downer T, Hanson J, Oprescu F. Transformers: Changing the face of nursing and midwifery in the media. 2014.
23. Weaver R, Salamonson Y, Koch J, Jackson D. Nursing on television: student perceptions of television's role in public image, recruitment and education. 2013.
24. Enfermería V, Los profesionales sanitarios no estamos en los mismos canales de comunicación que los pacientes #. Los profesionales sanitarios no estamos en los mismos canales de comunicación que los pacientes, #24h24p - Cuidando [Internet]. Cuidando. 2017 [cited 30 May 2017]. Available from: <https://www.cuidando.es/los->

profesionales-sanitarios-no-estamos-en-los-mismos-canales-de-comunicacion-que-los-pacientes-24h24p/

25. ¿Qué podrán hacer los enfermeros con la nueva ley? [Internet]. abc. 2015 [cited 30 May 2017]. Available from: http://www.abc.es/sociedad/abci-podran-hacer-enfermeros-nueva-201510292200_noticia.html

26. Hoeve Y, Jansen G, Roodbol P. The nursing profession: public image, self-concept and professional identity. A discussion paper. 2013.

Anexos

Anexo 1. Estrategia bibliográfica.

BASES DE DATOS	DESCRIPTOR	BOLEANO	DESCRIPTOR	BOLEANO	DESCRIPTOR	BOLEANO	LIMITE	FECHA DE PUBLICACION	LIMITE	ARTÍCULOS ENCONTRADOS	SELECCIONADOS
Scielo	enfermería	AND	Imagen social	-	-	AND	España	10 años	-	17	2
Scielo	enfermería	AND	mejora	AND	Imagen social	-	-	-	-	1	0
Scielo	enfermería	AND	estrategias	AND	Imagen social	AND	-	10 años	-	6	1
Scielo	enfermería	AND	estrategias	AND	Percepción social	AND	-	10 años	-	22	0
Scielo	enfermería	AND	estudiantes	AND	identidad	AND	-	10 años	-	22	0
IBECS	estudiantes	AND	enfermería	AND	identidad	AND	español	-	ingles	6	2
IBECS	enfermería	AND	social	AND	estrategia	AND	español	-	ingles	37	0
IBECS	enfermería	AND	mejora	AND	Perception, social	AND	español	-	ingles	1	0
CUIDEN	enfermeria	AND	imagen	AND	Medios de comunicaci ón	AND	-	10 años	-	40	2
CUIDEN	enfermeria	AND	mejora	AND	Imagen social	AND	Full text	10 años	spanish	11	1
CINAHL	nursing	AND	challenges	AND	Social	AND	-	10 años	-	6	0

					perception						
CINAHL	nursing	AND	image	-	-	AND	Full text	10 years	-Europe - English	9	1
CINAHL	nursing	AND	image	AND	strategies	AND	Full text	10 years	-	16	0
CINAHL	nursing	AND	strategy	AND	Social image	AND	-	10 years	-	3	1
CINAHL	nursing	AND	Public image	-	-	AND	-	10 YEARS	-	25	5
CINAHL	nursing	AND	challenges	AND	Social perception	AND	-	10 years	-	6	0
CINAHL	nursing	AND	strategy	AND	Social perception	AND	-	10 years	-	14	0
PubMed	nursing	AND	Social perception	-	-	AND	Free full text	10 years	-	17	0
PubMed	nursing	AND	Social identification	-	-	AND	Free full text	10 years	-	7	0
PubMed	nurses	AND	nursing	AND	Social identification	AND	-	10 years	-	13	0
PubMed	nurses	AND	nursing	AND	Social	AND	Free	10 years	-	4	0

					perception		full text			
--	--	--	--	--	------------	--	-----------	--	--	--

Anexo 2. Resultados búsqueda bibliográfica

TÍTULO DE LA FUENTE	AUTOR	AÑO	PUBLICACIÓN	PALABRAS CLAVE	FUENTE DE OTENCIÓN DEL DOCUMENTO	FORMATO	TIPO DE ARTÍCULO/METODOLOGÍA
Imagen de la enfermería en la sociedad española y medios de comunicación	Ingrid Baldrich-Rodríguez, Hospital Virgen del Mar, Almería. Carmen Navarro-Revueltas, Residencia geriátrica los Ángeles, Madrid. Álvaro Lázaro-Maeso, Facultad de ciencias de la salud, Universidad de Almería.	2016	Octubre	Comunicación; Enfermería; Estereotipos; Medios de Comunicación.	Base de datos: CUIDEN. Revista española de comunicación en salud.	Electrónico, on-line	Revisión bibliográfica narrativa en las bases de datos Index, Science direct, Cuiden, CINAHL y MEDLINE. Cualitativo.
La imagen de la enfermera a través de los medios de comunicación de masas: la prensa escrita.	Cristina Heierle Valero, profesora de enfermería comunitaria. Escuela Universitaria de enfermería Virgen de las Nieves, Granada, España.	2009	Abril/junio	Imagen de enfermería; imagen en prensa; análisis de imagen.	Bases de datos: Scielo Revista Índex de enfermería vol.18 no. 2	Electrónico, versión on-line.	Cualitativo, descriptivo.
Nursing and nurses: the image	Vicky Morris, es director de enfermería en Robert Jones y Agnes Hunt	2010	Abril	Enfermería; Confianza pública; Márketing;	Base de datos: CINAHL Gestión de enfermería-Reino Unido (nurs	Electrónico, versión on-line.	Artículo de revista – Tablas / gráficos.

and the reality	Ortopédica y Distrito del Hospital NHS Trust, Oswestry, Shropshire, y líder del proyecto en el NHS West Midlands.			Estrategia; marco de referencia.	administrar (Lond))		
Comunicación, imagen social y visibilidad de los Cuidados de Enfermería.	Fernández Salazar, S. Ramos Morcillo, AJ. Enfermeros. Editores de www.cuidando.es y www.cuidando.org	2013	Abril	Enfermería; Comunicación; Blogging; Red Social.	Base de datos: CUIDEN ENE. Revista de Enfermería.	Electrónico, versión on-line	Revisión bibliográfica. Cualitativo.
La enfermería frente al espejo: mitos y realidades.	Juan F. Hernández Yáñez Licenciado en Sociología (UCM, 1981), funcionario de carrera en excedencia del Cuerpo Superior Facultativo de Sociólogos de la Junta de Andalucía, ha ocupado, entre 1983 y 1995, diferentes posiciones en el Insalud (Asesor Técnico), el Servicio Andaluz de Salud (director de Planificación y Control de Recursos Humanos) y la Consejería de Salud de la Comunidad de Madrid (director general de Análisis y Estudios).	2010	Noviembre	-	Búsqueda inversa: "Comunicación, imagen social y visibilidad de los Cuidados de Enfermería".	Electrónico, versión on-line.	Cualitativo.
Imagen social de las enfermeras y estrategias de comunicación	Manuel Ángel Calvo Calvo, departamento de Enfermería, Universidad de	2011	Julio / septiembre.	Imagen social; Enfermeras; Estrategias; Comunicación	Base de datos: CINAHL. Índex de Enfermería vol.20 no.3	Electrónico, versión on-line.	No señala en ningún momento que clase de artículo es, ni que metodología ha seguido.

pública para conseguir una imagen positiva.	Sevilla. España. Grupo de investigación: innovación en cuidados y determinantes de la salud. Nacionalidad española.			pública.			
Estrategias para mejorar la visibilidad y accesibilidad de los cuidados enfermeros en Atención Primaria de salud.	Rafael del Pino Casado, enfermero. Profesor de enfermería comunitaria. Escuela universitaria de enfermería. Universidad de Jaén. José Ramón Martínez Riera, enfermero. Departamento enfermería comunitaria. Medicina preventiva y salud pública e historia de la ciencia. Universidad de Alicante.	2007	-	Cuidados de enfermería; Consulta de enfermería; Producto enfermero; Gestión del cuidado.	Búsqueda inversa Revista de administración sanitaria siglo XXI, vol 5 no 2.	Electrónico, versión on-line.	Análisis a conjunto con una revisión bibliográfica. Cualitativo.
La importancia e invisibilidad de las enfermeras en Atención Primaria de Salud.	Rafael Serrano-del-Rosal, doctor en ciencias Políticas y Sociología, Científico titular. Instituto de estudios sociales avanzados, consejo superior de investigaciones científicas. Córdoba, España. Julia Ranchal-Romero, licenciada	2010	Enero/marzo	Enfermeras; Atención Primaria; Satisfacción de los usuarios.	Base de datos: Scielo. Índex de enfermería vol.19 no.1	Electrónico, versión on-line.	Análisis. Cuantitativo.

	<p>en investigación y técnicas de mercado, técnico superior de investigación.</p> <p>Instituto de estudios sociales avanzados, consejo superior de investigaciones científicas. Córdoba, España.</p>						
<p>The image of you: construction nursing identities in Youtube.</p>	<p>Jacinta Kelly, Doctora de la facultad de Enfermería, Obstetricia y Trabajo Social. Universidad de Manchester, Reino Unido.</p> <p>Gerard M. Fealy, Medico Profesor Asociado de Investigación e Innovación, UCD Escuela de Enfermería, Obstetricia y Sistemas de Salud, Centro de Ciencias de la Salud, Universidad de Dublín, Belfield, Irlanda</p> <p>Roger Watson, Profesora de Enfermería y Obstetricia, Hospital General del Norte, Universidad de Sheffield, Reino Unido</p>	2011	Noviembre	-	<p>Base de datos: CINAHL.</p> <p>Journal of Advanced Nursing vol.68, no 8.</p>	<p>Electrónico, versión on-line.</p>	<p>Estudios descriptivo. Análisis crítico.</p>

<p>Creating a Brand Image for Public Health Nursing</p>	<p>Kathleen A. Baldwin, Director, Programa Regional de Enfermería de Peoria, Colegio de Enfermería, Universidad de Illinois en Chicago, Peoria, Illinois Roberta L. Lyons, Promoviendo la Educación de Enfermería de Salud Pública, Coordinador de Proyecto, Colegio de Enfermería, Universidad de Illinois en Chicago, Peoria, Illinois. L. Michele Issel, Profesor Asociado Clínico, Escuela de Salud Pública, Universidad de Illinois en Chicago, Chicago, Illinois.</p>	<p>2010</p>	<p>Octubre</p>	<p>-</p>	<p>Base de datos: CINAHL. Enfermería de Salud Pública vol.28, no 1.</p>	<p>Electrónico, versión on-line.</p>	<p>Enfoque secuencial cualitativo multimétodos.</p>
<p>The nursing profession: public image, self-concept and professional identity. A discussion paper.</p>	<p>Yvonne ten Hoeve MA, Escuela de Enfermería y Salud, Centro Médico Universitario, Groningen, Países Bajos. Gerard Jansen PhD, Escuela de Enfermería, Universidad de Hanze de Ciencias Aplicadas,</p>	<p>2013</p>	<p>Mayo</p>	<p>-</p>	<p>Base de datos: CINAHL. Journal of Advanced Nursing vol 70, no 2.</p>	<p>Electrónico, versión on-line.</p>	<p>Informe de discusión. Búsqueda bibliográfica realizada a través de las bases de datos MEDLINE, CINAHL y PsycINFO.</p>

	Groningen, Países Bajos. Petrie Roodbol PhD RN, Escuela de Enfermería y Salud, Centro Médico Universitario, Groningen, Países Bajos						
Promotion or commercialization of the nursing profession by nurses.	I.Kagan RN, PhD, Departamento de Enfermería, Universidad de Tel Aviv, Tel Aviv, Israel. E.Biran RN, BA, Calidad y Seguridad del Paciente en Enfermería, Clalit Health Services, Petah Tikva, Israel. L.Telem RN, BA. Sala de operaciones, Clalit Health Services, Petah Tikva, Israel. N.Steinovitz RN, BA. Sala de operaciones, Clalit Health Services, Petah Tikva, Israel. D,Alboer RN, BA. Hospital Beilinson, Centro Médico Rabin, Servicios de Salud Clalit, Petah Tikva, Israel. KL,Ovadia RNM, MPHA. Sala de	2015	Marzo	-	Base de datos: CINAHL. International Nursing Review, vol 62, no 3.	Electrónico, versión on-line.	Corte transversal, análisis de correlación con un diseño prospectivo.

	Entrega, Assaf Harofeh Medical Center, Tzrifin, Israel. S,Melnikov RN, PhD. Departamento de Enfermería, Universidad de Tel Aviv, Tel Aviv, Israel.						
La imagen social de la enfermería: una profesión a conocer.	B. Errasti-Ibarrondo, departamento de enfermería de la persona adulta. Facultad de enfermería. Universidad de Navarra, Pamplona. M. Arantzamendi-Solabarrieta, departamento de enfermería de la persona adulta. Facultad de enfermería. Universidad de Navarra, Pamplona. N. Canga-Armayor, departamento de enfermería comunitaria y materno infantil. Facultad de enfermería. Universidad de Navarra, Pamplona.	2012	Mayo/ agosto.	Enfermería; Imagen social; Imagen pública; Imagen de la enfermería; Estereotipo.	Base de datos: Scielo. Anales del sistema sanitario de Navarra vol 35, no 2.	Versión impresa	Revisión con metodología sistemática. Cualitativo.
Formación de la identidad profesional en las estudiantes de la	Lucía Aranda Moreno, enfermera. PPDE FE/UNPRG - Lambayeque (Perú).	2012	Julio.	Estudiantes de enfermería; Formación enfermera;	Base de datos: IBECS. Enfermería 21.	Electrónico, versión on-line.	Investigación, acción participativa. Cualitativa.

facultad de enfermería de una Universidad en Lambayeque (Perú).	Presidenta de asociación peruana de facultades y escuelas de enfermería. Rosa Baca Pupuche. Rosa Larios Ayala.			Identidad enfermera.			
Identidad profesional en los estudiantes de enfermería.	María Guadalupe Paredes Balderas, maestra en administración en organizaciones de salud. Profesora de la escuela de enfermería. Instituto nacional de cardiología Ignacio Chávez.	2012	Septiembre-Diciembre	-	Búsqueda inversa www.medigraphic.org.mx Revista mexicana de enfermería cardiológica vol 20, no3.	Electrónico, versión on-line.	No señala que metodología han utilizado para desarrollar el artículo.
Percepción de la identidad profesional de la enfermería en el alumnado del grado	María.Jesús Albar María Sivianes-Fernández Departamento de enfermería, facultad de enfermería, fisioterapia y podología, Sevilla, España.	2016	Mayo/junio.	Imagen pública; Enfermería; Estudiantes; Identidad profesional; Percepción.	Base de datos: IBECS. Enfermería clínica, vol. 26, no.3	Electrónico, versión on-line.	Estudio descriptivo transversal mediante encuesta autoadministrada. Cuantitativo.

<p>Nursing on television: student perceptions of television's role in public image, recruitment and education</p>	<p>Roslyn Weaver BA PhD, Grupo de Investigación en Salud Familiar y Comunitaria, Universidad de Western Sydney, Penrith, Nueva Gales del Sur, Australia. Yenna Salamonson MA PhD RN, Grupo de Investigación en Salud Familiar y Comunitaria, Universidad de Western Sydney, Penrith, Nueva Gales del Sur, Australia Jane Koch MA RN RNT, Grupo de Investigación en Salud Familiar y Comunitaria, Universidad de Western Sydney, Penrith, Nueva Gales del Sur, Australia. Debra Jackson PhD RN, Facultad de Salud, Universidad de Tecnología, Sydney, Nueva Gales del Sur, Australia.</p>	<p>2013</p>	<p>Abril</p>	<p>Education; English as an additional language; Image: Nurses; Nursing students; Recruitment; Television.</p>	<p>Base de datos: CINAHL. Journal of Advanced Nursing vol 69, no12.</p>	<p>Electrónico, versión on-line.</p>	<p>Cualitativo. Métodos mixtos paralelos convergentes.</p>
<p>"This is nursing": an initiative to reshape the vision of nursing.</p>	<p>Professor Alan Glasper, profesor de la Fundación de Enfermería en la</p>	<p>2013</p>	<p>Agosto</p>	<p>-</p>	<p>Búsqueda inversa: imagen de la enfermería en la sociedad española y medios de comunicación.</p>	<p>Electrónico, versión on-line.</p>	<p>No muestra que metodología se ha utilizado para desarrollar este artículo. Cualitativo.</p>

	Universidad de Southampton.				British Journal of Nursing vol. 21, no 18.		
Reflexiones sobre el futuro de la enfermería	Jordi Galimany Masclans, enfermero. Profesor colaborador de la EUE de la Universidad de Barcelona. España. Thaïs herrera Vilchez, enfermera. Dirección estratégica de enfermería del departamento de Salud de la Generalitat de Cataluña. Profesora asociada de la EUE de la Universidad de Barcelona. España. María Rosa Girbau García, enfermera. Profesora titular de la EUE de la Universidad de Barcelona. España.	2010	Mayo	-	Base de datos: CUIDEN. Edición española, nursing. Vol 28, no 5.	Electrónico, versión onUIE-line.	No muestra que metodología han utilizado para escribir el artículo. Cualitativo.
Enfermeras y sociedad, ¿son pensables las alianzas?	Manuel Amezcua, Facultad de Ciencias de la Salud, Universidad de Granada. Fundación Index. Granada, España.	2014	Enero/junio	-	Búsqueda inversa: Imagen de la enfermería en la sociedad española y medios de comunicación. Índice Enfermería vol.23 no.1-2 .	Electrónico, versión on-line.	Revisión bibliográfica. Cualitativa.


Anexo 3. Ejemplo campaña marketing de Public Health Nursing

PUBLIC HEALTH NURSING



White coats aren't our style,
but we love saving lives.


Public health nurses **care** for all the people of their community. Public health nurses **monitor** the spread of disease, keep vigilant **watch** for environmental hazards, **educate** the community on how to care for and treat themselves, and **train** for community disasters and bioterrorism. Public health nurses **advocate** not just for the patient, but for the community.



Public Health Nursing
practice | research | education
www.uic.edu/ehnp/ehnp.htm


Anexo 4. Ejemplo campaña marketing de Public Health Nursing

PUBLIC HEALTH NURSING



A Public Health Nurse
is a safety helmet for your community.

Public health nurses **care** for all the people of their community. Public health nurses **monitor** the spread of disease, keep vigilant **watch** for environmental hazards, **educate** the community on how to care for and treat themselves, and **train** for community disasters and bioterrorism. Public health nurses **advocate** not just for



Public Health Nursing
practice | research | education
www.uic.edu/ehnp/ehnp.htm