



<https://www.elsevier.es/gastroenterologia>

P-92 - EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL CONTENIDO MULTIMEDIA EN LA ESOFAGITIS EOSINOFÍLICA: PLATAFORMAS SOCIAL MEDIA VS. MODELOS DE LENGUAJE GRANDE

Alicia Sanjosé Crespo, Cristina Martínez Cuevas, Natalia Marcos Carrasco, Isabel Ruiz Núñez, Samuel Juan Fernández Prada, Irene Peñas Herrero y Gloria Sánchez Antolín

Hospital Universitario Río Hortega, Valladolid.

Resumen

Introducción: El diagnóstico de esofagitis eosinofílica ha supuesto un gran avance en el manejo de pacientes con impactación esofágica. El tratamiento y las implicaciones sobre la calidad de vida requieren una gran cantidad de información que el paciente encuentra de diferentes fuentes, dentro de las que destacan internet y las redes sociales por su accesibilidad. El objetivo de este estudio es analizar y comparar la calidad y precisión de la información relacionada con la esofagitis eosinofílica que aparece en plataformas de social media (SMPs), como YouTube y los nuevos modelos de lenguaje grande (LLM), ChatGPT y Gemini.

Métodos: Se seleccionan un total de 50 vídeos filtrados por relevancia, 25 en español y 25 en inglés en YouTube, una de las SMPs con más visualizaciones del mundo, usando las palabras “esofagitis eosinofílica” y “eosinophilic esophagitis”. Se analiza la duración, el número de “me gusta”, “no me gusta”, número de visualizaciones, fecha de publicación, autor y categoría de vídeo (vídeo institucional, media, experiencia de paciente, académico o no sanitario). Se realizan tres preguntas específicas a dos LLM, ChatGPT y Gemini. La calidad de la información en SMPs y LLM es analizada y comparada por dos gastroenterólogos utilizando las escalas Journal of American Medical Association (JAMA), DISCERN y Global Quality Score (GQS).

Resultados: Las plataformas LLM demuestran aportar información de alta calidad comparado con las plataformas SMP, basado en las escalas DISCERN y GQS. Los vídeos seleccionados por relevancia se publicaron entre los años 2010 y 2024. La duración media de los vídeos es de 11,75 minutos (rango de 0,45 a 34,32 minutos), con un promedio de $132,33 \pm 350$ “me gusta”. Para evaluar el número de “no me gusta”, fue necesario añadir una extensión y el número de visualizaciones promedio es de $8742 \pm 19550,87$. Los resultados promedio en las respuestas de YouTube para DISCERN son de $52,70 \pm 21$, $2,89 \pm 1,12$ en JAMA y $3,18 \pm 1,24$ en GQS. Los resultados medios en las respuestas obtenidas en ChatGPT y Gemini son de 66 y 75 en DISCERN y 5 en GQS. El 90% de los vídeos están realizados por gastroenterólogos.

Conclusiones: La calidad de información sobre la esofagitis eosinofílica que aparece en los LLM es considerada de excelente calidad y mejor que en las SMP. La información encontrada en las SMP fue buena y de calidad aceptable, a pesar de que los vídeos con mejores puntuaciones tienen una larga duración. Por ello, existe una gran oportunidad para que los gastroenterólogos utilicen las plataformas de social media o LLM con el fin de proveer de contenido de excelente calidad a los pacientes de una manera más resumida.