Este gráfico muestra que los videos de salud con artistas e influencers logran el mayor promedio de vistas, superando a los realizados por médicos, ciudadanos o sin colaborador. Esto indica que las figuras públicas generan más alcance en campañas de salud. Los artistas destacan con más de 16,000 vistas en promedio, seguidos por los influencers con 12,500. En cambio, los videos sin colaborador apenas superan las 3,000 vistas.