

 <b>ANCORA UC</b> Red de Centros de Salud Familiar Facultad de Medicina	<b>RED DE CENTROS DE SALUD FAMILIAR ANCORA UC</b> <b>CESFAM MADRE TERESA DE CALCUTA</b> <b>CESFAM JUAN PABLO II</b> <b>CESFAM SAN ALBERTO HURTADO</b>	
 Red de Salud <b>UC · CHRISTUS</b>	<b>PROTOCOLO</b>	
<b>ORIENTACIONES PARA EL USO DE REDES SOCIALES</b>		1 de 12 Código: Versión: 1 Fecha: JULIO 2021
<b>ELABORADO</b>	<b>REVISADO</b>	<b>APROBADO</b>
Alejandra Angelats, Psicóloga Telesaluc Ancora UC Irina Betti Psicóloga Telesaluc Ancora UC <b>Julio 2021</b>	Mauricio Soto Duran Médico Familiar del Niño Jefe de Unidad de TelesalUC <b>Julio 2021</b>	Camilo Cortes Director CESFAM Madre Teresa de Calcuta Victoria Cuadra. Directora CESFAM Juan Pablo II Paulina Beca. Directora CESFAM San Alberto Hurtado <b>Julio 2021</b>

## I. Antecedentes

Las redes sociales (RRSS) han desempeñado un rol fundamental en la interacción y apoyo en el cumplimiento de los objetivos de la Red de Centros de Salud Ancora UC. A medida que van creciendo nuestras plataformas digitales, han incrementado las dudas y solicitudes de información administrativa, clínica y de emergencia, convirtiéndose en un reto para los proveedores de salud.

De acuerdo con algunos estudios, cuando las plataformas digitales se utilizan de manera prudente e inteligente, ofrecen el potencial para promover la salud pública y privada (Ventola, 2014), pudiendo ser un buen indicador de calidad de atención y satisfacción usuaria (Glover et al., 2015; Timian et al., 2013). Asimismo, se ha demostrado que un usuario informado se convierte en un colaborador activo en su proceso de salud y enfermedad, permite reducir las visitas a los centros de atención y se fomenta su responsabilización sobre su tratamiento (Ticbiomed, 2013). Por ello, es importante mantener una estrategia de equipo colaborativa, coordinada, planificada y de respuesta rápida basada en las normativas éticas y legales

	<h2>AMBULATORIO</h2>	
	<p style="text-align: center;"> <b>PROTOCOLO</b>  <b>ORIENTACIONES PARA EL USO DE REDES SOCIALES</b> </p> <p style="text-align: right;">           2 de 12            Código:            Versión: 1            Fecha: 15-07-2021         </p>	

(Juárez Giménez, Fernández Lisón & Monte Boquet, 2014), acorde a los recursos humanos y económicos de la organización.

II. **Alcance:** Este manual está dirigido a los profesionales de la Red Ancora UC que desempeñen un rol en las redes sociales, ya sea encargados o funcionarios que tengan la intención de publicar a través de las redes de los CESFAM de la Red Ancora UC.

III. **Objetivo.**

- Conocer los lineamientos y recomendaciones para mantener una comunicación eficaz y buenas prácticas en el uso de redes sociales.

IV. **Responsables:**

1. **Dirección de los Centros:** es responsable de conocer, difundir y velar por la aplicación correcta de este protocolo.
2. **Equipo de Salud:** son responsables de conocer y aplicar de manera correcta este protocolo.
3. **Encargado Local de Redes Sociales:** encargado de turno del CESFAM, que conocerá los aspectos operativos del manejo de Redes sociales y canalizará las dudas respecto a los contenidos que surjan en la interacción de con los actores que e utilicen las distintas vías de comunicación.



**ANCORA UC**  
Red de Centros de Salud Familiar  
Facultad de Medicina

## AMBULATORIO



Red de Salud  
**UC • CHRISTUS**

PROTOCOLO

3 de 12

Código:

### ORIENTACIONES PARA EL USO DE REDES SOCIALES

Versión: 1

Fecha: 15-07-2021

#### V. Funcionamiento de las Redes Sociales.

##### a. Ecosistema de Canales existentes en la Red de CESFAM Ancora UC.

						
<b>Entrada</b>	-Consultas sobre contenido publicado y funcionamiento del centro.	-Consultas sobre contenido publicado y funcionamiento del centro.	-Navegación, redirección desde los otros canales.	-Consultas sobre noticias publicadas.	-Reproducción de videos, suscripción al canal, comentarios acerca de los videos	-Solicitudes mediante formulario de contacto conectado a página web.
<b>Salida</b>	-Contenido de promoción y prevención de salud. -Información de funcionamiento de los centros. -Difusión de material de la página web. -Difusión de actividades	-Contenido de promoción y prevención de salud. -Información de funcionamiento de los centros. -Difusión de material de la página web. -Difusión de actividades intracentro y del intersector. -Se resuelven preguntas	-Información de funcionamiento de los centros. -Material educativo para usuarios por ciclo vital, transversal a los centros de salud. -Información actualizada sobre las campañas de salud. -Espacio de	-Compartir noticias. -Difusión de actividades intracentro y del intersector.	-Compartir videos promocionales y preventivos y cápsulas educativas -Insertar videos en pagina web.	-Se reciben solicitudes y se responde según la demanda.

Este documento pertenece a Red Salud UC-CHRISTUS. No está permitida su copia total o parcial, ni retirar este documento de las instalaciones de Red Salud UC-CHRISTUS, sin la previa autorización de la Dirección de Red.



**ANCORA UC**  
Red de Centros de Salud Familiar  
Facultad de Medicina

## AMBULATORIO



Red de Salud  
**UC • CHRISTUS**

PROTOCOLO

4 de 12

Código:

### ORIENTACIONES PARA EL USO DE REDES SOCIALES

Versión: 1

Fecha: 15-07-2021

	<p>intracentro y del intersector.</p> <p>-Se resuelven preguntas frecuentes de funcionamiento y se dirige a la página web para más información</p>	<p>frecuentes de funcionamiento y se dirige a la página web para más información</p>	<p>capacitación e información para funcionarios ANCORA.</p>			
--	--	--	---	--	--	--

#### b. Recomendaciones

1. Antes de poner en marcha una estrategia de respuesta comunicacional, se recomienda que los equipos abran un espacio de reflexión para lograr una respuesta más adecuada, con prudencia y acorde a los objetivos comunicacionales planteados. Además, se deben gestionar bien los silencios dentro de las redes sociales, promoviendo la confianza, legitimidad y colaboración para asegurar las medidas y estrategias de salud llevadas a cabo.
2. Es preferible que no responda a cuestiones médicas personales a través de las RRSS. Invítelo a que la comunicación se establezca por los canales tradicionales e informe sobre las funcionalidades que tienen éstos. Por ejemplo: Derivación clínica del Call Center o

 <b>ANCORA UC</b> Red de Centros de Salud Familiar Facultad de Medicina	<h2>AMBULATORIO</h2>	
 Red de Salud <b>UC • CHRISTUS</b>		
<b>PROTOCOLO</b>		5 de 12 Código:
<b>ORIENTACIONES PARA EL USO DE REDES SOCIALES</b>		Versión: 1 Fecha: 15-07-2021

consulta directa al especialista. Sólo entregue información de manera informativa y en términos generales, recuerde al usuario que no es una vía de comunicación de emergencia

3. Respete las normas de profesionalismo, privacidad y confidencialidad de los usuarios y de los equipos de salud. Por ejemplo
  - a. Obtenga el consentimiento para tomar y subir imágenes de usuarios y equipos de salud a las redes sociales a través del formulario que se encuentra en el protocolo de consentimiento de imágenes (Anexo N°1, Anexo N°2)
  - b. Si una publicación cuenta con la participación de un proveedor de salud, es recomendable identificarlo correctamente, usar su nombre real, habilidades, competencias o credenciales técnicas.
  - c. Use un tono respetuoso cuando interactúe con los usuarios. Recuerde que las personas observan cómo responde una organización ante situaciones desafiantes.
4. Disponga de información necesaria, comprensiva y útil para el usuario. Procure difundir información basada en la evidencia científica, de forma neutra, citando la fuente de información y respetando los derechos de autor. Evite focalizar la atención en la enfermedad y prevenga la sensación de estigmatización de las personas a través de lo comunicado. Cuando sea apropiado, intente presentar los beneficios y riesgos de una potencial acción o reconozca las diferencias de diferentes perspectivas sobre la problemática.
5. Mantenga una actividad periódica mínima en la cuenta para posicionar la presencia en la red social utilizada. Esto ayuda a que su presencia sea percibida como confiable, consistente y honesta, que facilita información actualizada y de forma transparente.

 <b>ANCORA UC</b> Red de Centros de Salud Familiar Facultad de Medicina	<b>AMBULATORIO</b>	
 Red de Salud <b>UC • CHRISTUS</b> 		
PROCOLO	6 de 12 Código:	
<b>ORIENTACIONES PARA EL USO DE REDES SOCIALES</b>	Versión: 1 Fecha: 15-07-2021	

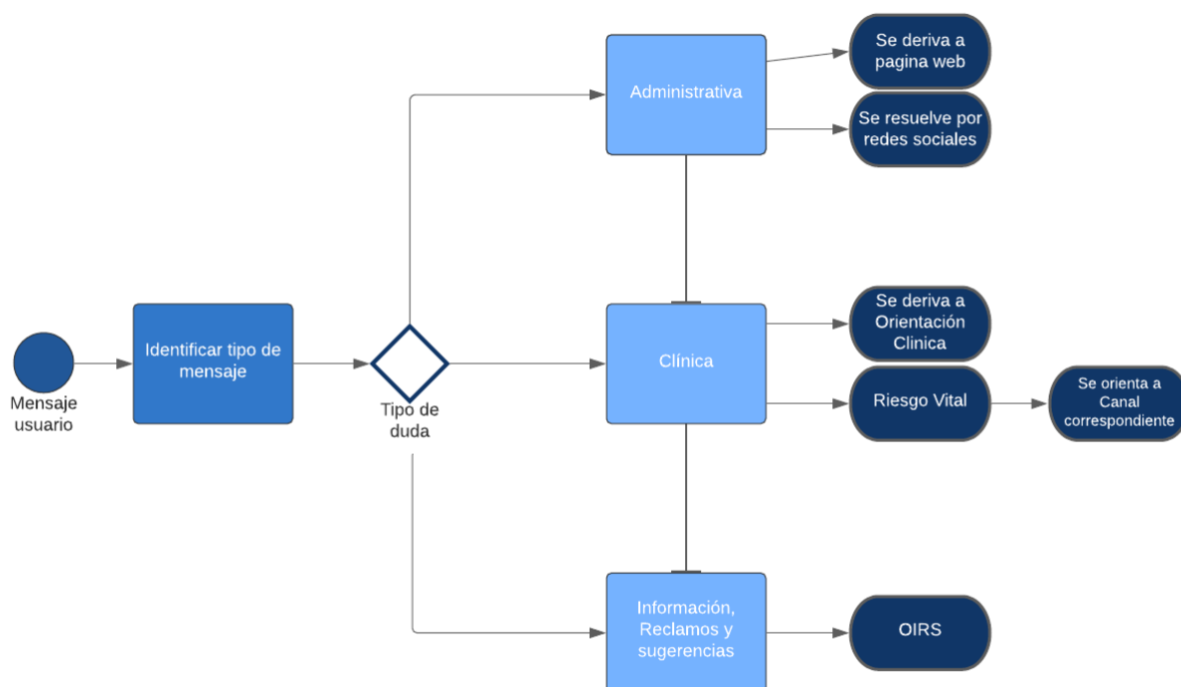
Además, el contenido debe mantener consistencia interna a lo largo del tiempo y acorde con otras fuentes de información.

6. Cuando realice un comunicado de parte de la organización, provea contexto, esclarezca qué respalda esa decisión, qué información tiene disponible y/o transparente los supuestos o valores tras aquella decisión en salud.
7. El sitio web permite desarrollar mayor cantidad de contenido que las redes sociales, por lo tanto, es necesario redirigir la información al sitio web cuando esta sea necesaria y acostumbrar a los usuarios a navegar y buscar información de forma autónoma.
8. Responda las solicitudes en horario hábil de lunes a viernes.
9. Asegúrese de utilizar en las publicaciones las indicaciones del Manual de Marca
10. Antes de subir información que contenga información sensible y/o clínica, válidela con encargados de programas y equipo directivo.
11. Tenga en cuenta que, el acoso por RRSS existe y puede manifestarse de múltiples maneras, a través de palabras ofensivas, publicando fotos o videos inapropiados o difundiendo rumores y/o amenazas. Para ello las redes cuentan con mecanismos de protección tales como: bloqueo/eliminación de usuarios o comentarios, y denuncia vía Instagram o Facebook, la cual es completamente anónima.
12. Toda la información que se publique debe ser por vías oficiales, es decir desde el canal de cada uno de los centros. Por lo tanto, se recomienda no crear otras cuentas para evitar

 <b>ANCORA UC</b> Red de Centros de Salud Familiar Facultad de Medicina	<b>AMBULATORIO</b>	
		
PROTOCOLO	7 de 12 Código:	
<b>ORIENTACIONES PARA EL USO DE REDES SOCIALES</b>	Versión: 1 Fecha: 15-07-2021	

confundir a los usuarios. Si como profesional de la salud requiere crear un perfil profesional debe mantener una conducta acorde a los lineamientos de la institución.

### c. Flujograma de uso de Redes Sociales.



### d. Para un mayor alcance y compromiso con las publicaciones realizadas en redes sociales

1. Se ha observado que los contenidos que tienen más valor y más se comparten son: las imágenes protagonizadas por usuarios o proveedores de salud; publicaciones que

 <b>ANCORA UC</b> Red de Centros de Salud Familiar Facultad de Medicina	<h2>AMBULATORIO</h2>	
	<p style="text-align: center;"> <b>PROTOCOLO</b>  <b>ORIENTACIONES PARA EL USO DE REDES SOCIALES</b> </p> <p style="text-align: right;">           8 de 12            Código:            Versión: 1            Fecha: 15-07-2021         </p>	

transmitan emociones positivas (mensajes positivos y optimistas); post originales y afirmaciones de fuente propia; videos educativos; frases directas y afirmativas; con información contada a través de historias y experiencias reales de usuarios.

2. Es preferible que se visualice lo que se está realizando en la organización, explicando con hechos más que palabras lo que está haciendo, dando a conocer el trabajo de las personas que colaboran de forma cotidiana. Promueva mayor transparencia del funcionamiento interno.
3. Mantenga contacto y un trabajo colaborativo con las diferentes personas que tengan una opinión positiva sobre la organización. Estimular a los usuarios fidelizados ayuda a que transmitan su experiencia positiva con otras personas, recomienden y respondan espontáneamente a los comentarios negativos y discusiones en los contenidos donde se publican críticas, sin la necesidad de que la organización intervenga en cada crítica.
4. Proporcione información cuando la audiencia es más receptiva o necesita aquella información. Para esto, puede generar un banco de material que anticipe el abordaje de ciertas problemáticas en salud. Este puede ser continuo y repetidamente utilizado en el tiempo para reforzar su impacto y disminuir la carga de trabajo. Por ejemplo: Calendario de contenido.
5. Sea coherente con la información que se publica y trabaje en alianza con los equipos del CESFAM para transparentar la información que se da a conocer.
6. Refuerce positivamente a los usuarios y agradezca su participación de forma educada.



 <b>ANCORA UC</b> Red de Centros de Salud Familiar Facultad de Medicina	<b>AMBULATORIO</b>	
 Red de Salud <b>UC • CHRISTUS</b>		
PROCOLO	9 de 12 Código:	
<b>ORIENTACIONES PARA EL USO DE REDES SOCIALES</b>	Versión: 1 Fecha: 15-07-2021	

7. Utilice las herramientas disponibles en las RRSS, como las etiquetas llamadas “# Hashtags”. Esta función permite hacer seguimiento a algún tema o categoría, por ejemplo, “#YoMeVacuno”, genera más visitas e interacción con contenido publicado. Recuerda no utilizar muchas palabras juntas y no exagerar con la cantidad de Hashtags a utilizar.
8. También puede utilizar la asociación por medio de Arroba “@” contactando con la RRSS de otras instituciones amigas o colaboradoras.

## VI. Referencias.

1. Calleja-Reina, M., Rojano, F., & Mas, J. (2018). Herramientas digitales y Comunicación de Crisis: El papel de las redes sociales según la voz de los expertos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(2), 1147.
2. Denecke, K., Bamidis, P., Bond, C., Gabarron, E., Househ, M., Lau, A. Y. S., ... & Hansen, M. (2015). Ethical issues of social media usage in healthcare. *Yearbook of medical informatics*, 10(1), 137-144.
3. Ennis-O-Connor, M., & Mannion, R. (2020). Social media networks and leadership ethics in healthcare. *SAGE Publications*, 33(3), 145-148.
4. Glover, M., Khalilzadeh, O., Choy, G., Prabhakar, A., Pandharipande, P. & Gazelle, G. (2015). Hospital evaluations by social media: A comparative analysis of Facebook ratings among performance outliers. *Journal of general internal medicine*, 30(10), 1440-1446.
5. Hors-Fraile, S., Atique, S., Mayer, M., Denecke, K., Merolli, M., & Househ, M. (2016). The unintended consequences of social media in healthcare: new problems and new solutions. *Yearbook of medical informatics*, (1), 47-52.



**ANCORA UC**  
Red de Centros de Salud Familiar  
Facultad de Medicina

## AMBULATORIO



Red de Salud  
**UC • CHRISTUS**

PROTOCOLO

10 de 12

Código:

### **ORIENTACIONES PARA EL USO DE REDES SOCIALES**

Versión: 1

Fecha: 15-07-2021

6. Huo, J. & Turner, K. (2019). Social Media in Health Communication. En J. Bian, Y. Guo, Z. He & X. Hu (Eds), *Social Web and Health Research: Benefits, Limitations, and Best Practices* (pp. 53-82). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-14714-3>
7. Juárez Giménez, J. C., Fernández Lisón, L. C., & Monte Boquet, E. (2014). Recomendaciones para el uso de las redes sociales para farmacéuticos de hospital: 12 consejos que deberías tener en cuenta antes de lanzarte a la red. *Farmacia hospitalaria*, 38(2), 86-88.
8. López-Bolás, A., Valderrama-Santomé, M. & Di-Virgilio, F. (2019). Claves del éxito para la viralización de contenidos de salud. El caso de las redes sociales del Hospital Povisa. *El profesional de la información*, 28(5), 1-12.
9. Pfizer Germany GmbH. (2015). Redes sociales: Consejos sobre el uso de las redes sociales para organizaciones de pacientes. <https://www.pfizer.es/docs/pdf/salud/Social-Media-Guide.pdf>
10. Pontificia Universidad Católica (s.f). Manual de Redes sociales de la UC. Orientaciones para la administración de cuentas sociales. [https://www.uc.cl/site/efs/files/6629/manual\\_redes\\_sociales\\_digitaluc.pdf](https://www.uc.cl/site/efs/files/6629/manual_redes_sociales_digitaluc.pdf)
11. Red de Salud UC Christus (2020). Compendio material de comunicaciones: protocolos, manuales, guías y consentimiento.
12. Ticiomed (2013). Guía Práctica para el uso de Redes Sociales en Organizaciones Sanitarias. Primera edición
13. Timian, A., Rupcic, S., Kachnowski, S. & Luisi, P. (2013). Do patients 'like' good care? Measuring hospital quality via Facebook. *American journal of medical quality*, 28(5), 374-382.
14. Torres, E. & Iparraguirre, S. (2012). Contamos y cuentas: redes sociales. *Atención Primaria*, 44(1), 1-2.
15. Ventola C. (2014). Social media and health care professionals: benefits, risks, and best practices. *P & T: a peer-reviewed journal for formulary management*, 39(7), 491-520.

 <b>ANCORA UC</b> Red de Centros de Salud Familiar Facultad de Medicina	<h1>AMBULATORIO</h1>	
		
PROTOCOLO		11 de 12 Código:
<b>ORIENTACIONES PARA EL USO DE REDES SOCIALES</b>		Versión: 1 Fecha: 15-07-2021

## VII. Anexos.

Anexo 1: [Consentimiento informado Usuario.](#)

Anexo 2: [Consentimiento informado Funcionario.](#)

Anexo 3: **Manuales creados por el equipo:**



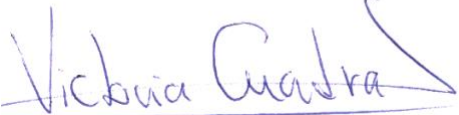
- Buenas prácticas: [Estrategias de marketing digital y RRSS](#)
- Manual Canva: [Manual CANVA para generar contenido](#)
- Manual de Marca: [Manual de Marca](#)
- Recomendaciones para perfiles profesionales: [Perfil profesional](#)

 <b>ANCORA UC</b> Red de Centros de Salud Familiar Facultad de Medicina	<h1>AMBULATORIO</h1>	
		
<b>PROTOCOLO</b>		12 de 12 Código:
<b>ORIENTACIONES PARA EL USO DE REDES SOCIALES</b>		Versión: 1 Fecha: 15-07-2021

**VIII. Cambios y modificaciones:**

Revisión N°	Página	Modificación	Fecha
1	Todas	Elaboración de documento	15-07-2021

Aprueban:

Aprueba	Aprueba	Aprueba
		
Dr. Camilo Cortés Miranda	Dra. Paulina Beca Cofré	Psic. Victoria Cuadra Sieveking
Director CESFAM Madre Teresa de Calcuta 15-07-2021	Director CESFAM San Alberto Hurtado 15-07-2021	Director CESFAM Juan Pablo II 15-07-2021

Este documento pertenece a Red Salud UC-CHRISTUS. No está permitida su copia total o parcial, ni retirar este documento de las instalaciones de Red Salud UC-CHRISTUS, sin la previa autorización de la Dirección de Red.