



**MANUAL DE USO
REDES SOCIALES PARA EMPLEADOS**



PRINCIPALES REDES SOCIALES





INSTAGRAM

Es una de las redes más influyentes en la actualidad. Su formato visual (fotografía, vídeo, reels, stories) resulta especialmente útil para contar historias, humanizar la institución sanitaria y acercar consejos de salud de forma atractiva. Es clave para llegar a usuarios jóvenes y adultos.



TIKTOK

Cada vez más profesionales sanitarios la utilizan para divulgación en salud fiable, desmontaje de bulos, educación sanitaria o compartir mensajes preventivos. Su estilo es cercano, creativo y directo, pero siempre debe respetarse el rigor profesional y las normas éticas.



LINKEDIN

Es la red social profesional por excelencia y recoge la información académica y profesional de los usuarios. Además, permite a las empresas diseñar su propia página y comunicarse con sus empleados y otras compañías afines. Es una red ideal para potenciar la marca personal, ampliar la red de contactos profesionales (networking) e impulsar o dar visibilidad a la actividad profesional. En España, LinkedIn cuenta con cerca de 13 millones de usuarios, el 45% de los cuales tiene entre 30 y 45 años.



FACEBOOK

Aunque ha perdido protagonismo entre los usuarios más jóvenes, sigue siendo una plataforma con un gran volumen de usuarios y una herramienta útil para la comunicación institucional y la divulgación en salud. Permite compartir contenidos en múltiples formatos (texto, imágenes, vídeos, eventos, directos) y mantener comunidades activas a través de páginas oficiales y grupos.



YOUTUBE

Plataforma de vídeo idónea para divulgación y educación sanitaria. Permite alojar videos, entrevistas, formaciones, campañas, testimonios y retransmisiones en directo. Es clave para contenido más extenso o más didáctico.



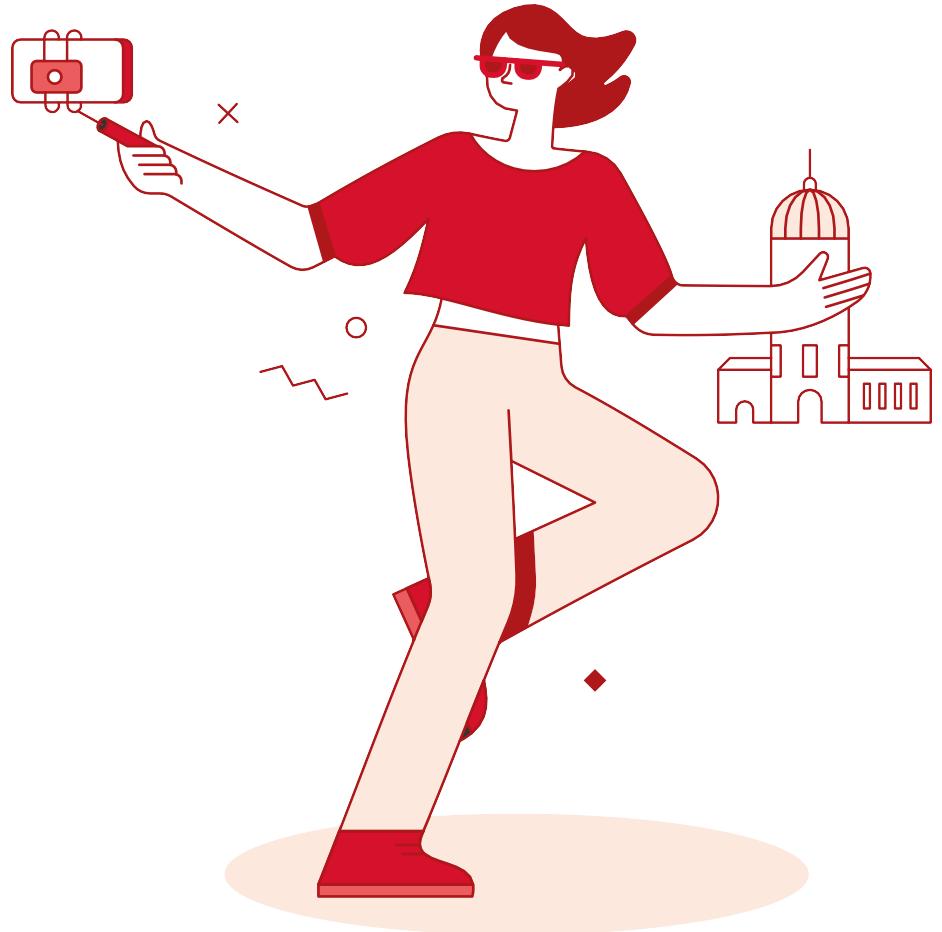
SPOTIFY

Es un servicio de música, podcasts y vídeos digitales en streaming. Cada vez más profesionales y organizaciones utilizan los pódcast para hablar de salud, hábitos de vida, investigación o entrevistas con especialistas. Permiten llegar a usuarios que consumen contenido durante desplazamientos o en momentos de escucha activa.



X (TWITTER)

Plataforma relevante para seguir noticias en tiempo real, participar en conversaciones profesionales y difundir contenido sanitario basado en evidencia. Es ampliamente utilizada por profesionales de la salud para formarse, compartir conocimientos y conectar con otros especialistas.



PERFIL





OBJETIVO

Fomentar una participación adecuada, responsable y respetuosa en redes sociales, protegiendo la reputación personal y la del Grupo, cumpliendo la normativa de protección de datos y manteniendo siempre una conducta ética.

CREAR TU PROPIA CUENTA

Identidad profesional:

- Usa tu nombre real para generar credibilidad.
- Completa tu biografía de forma clara, evitando confusiones con perfiles corporativos.
- No utilices logotipos ni elementos de identidad del Grupo sin autorización explícita del Departamento de Comunicación.

Separación entre lo personal y lo profesional:

- No uses tu correo corporativo para crear perfiles personales.
- Mantén configuraciones de privacidad adecuadas.
- No representes al grupo sin autorización.

Creación de cuentas vinculadas al grupo/hospital/centro:

- Consulta SIEMPRE con el Departamento de Comunicación antes de abrir cualquier cuenta asociada a un centro, servicio o unidad.
- Toda presencia digital institucional debe responder a una estrategia y unos objetivos corporativos.
- Si deseas crear perfiles, blogs o contenidos sanitarios, consúltalo con el Departamento de Comunicación. También si un medio solicita tus declaraciones.



RECOMENDACIONES



BUEN USO



Como miembro de Ribera, incluso cuando interactúes en las redes sociales desde tu perfil personal, debes tener en cuenta una serie de consejos y recomendaciones para garantizar un buen uso, siempre que te refieras a la Organización y/o te presentes como profesional de la misma.

CONSEJOS PARA EL USO DE TU CUENTA

1. Expresa de manera clara y visible en todas las cuentas y perfiles que tengas que **las opiniones publicadas son personales** y no del Hospital/Grupo, dejando especialmente claro este aspecto si hablas sobre él.
2. **Utiliza un lenguaje respetuoso, correcto y formal.** Evita hacer spam desde tu cuenta o difundir información que pueda malinterpretarse.
3. Respeta los derechos de autor y **cita la fuente** de la que hayas obtenido la información.
4. Publica siempre **información veraz**, contrastada y basada en la evidencia.

5. Evita posicionarte como experto si no lo eres.
6. No atribuyas **opiniones personales** a la organización.
7. **Utiliza un lenguaje respetuoso, correcto y formal.** Evita hacer spam desde tu cuenta o difundir información que pueda malinterpretarse.
8. Actúa de manera transparente, respetando la legislación vigente y los valores de la organización. Y no olvides cumplir con la normativa de protección de datos.
9. El grupo sanitario Ribera no se responsabiliza en ningún caso del contenido de cuentas, blogs o perfiles en redes sociales a nivel personal.

La participación en redes sociales entraña riesgos, por lo que se ruega a los empleados que establezcan una clara diferencia entre sus cuentas personales y profesionales, y cuiden especialmente los niveles de privacidad de las mismas.

10. Comparte tu conocimiento: el grupo Ribera te anima a compartir tu talento y habilidades mediante la participación en las redes sociales. Haciéndolo, contribuyes a dar a conocer nuestros valores.
11. Queda bajo tu responsabilidad el hecho de establecer "amistad" en redes sociales con pacientes, cuidadores y familiares de pacientes.

CONSEJOS SEGÚN PLATAFORMA

Instagram reels y Tiktok:

- Prioriza contenido educativo, breve, claro y basado en evidencia.
- Evita retos o tendencias que puedan resultar poco profesionales. No todo funciona.
- Revisa cuidadosamente el entorno en el que grabas (no zonas asistenciales).
- Si deseas hacer colaboraciones con el perfil del grupo, ponte en contacto con el equipo de Marketing y Comunicación para valorar la propuesta.

X (Twitter):

- Participa de forma asertiva y profesional en debates sanitarios.
- Evita divulgar información sobre casos clínicos, incluso sin datos identificativos.
- No respondas a pacientes sobre cuestiones clínicas.

LinkedIn:

- Mantén un tono institucional y formal.
- Comparte logros, formación, proyectos y contenido relacionado con tu desarrollo profesional, mencionando al grupo sanitario Ribera para poder compartirlo. Tus logros también son nuestros logros como equipo y queremos conocerlos.
- Puedes empezar en esta red por compartir e interactuar con el perfil del grupo

YouTube:

- Los vídeos deben planificarse adecuadamente, con mensajes claros y aprobados si representan al grupo.
- Presta especial atención a la edición para evitar mostrar áreas o personas sin autorización.

Spotify:

- Revisa contenidos con el departamento responsable si se menciona al grupo.
- Evita opiniones personales que puedan malinterpretarse como posicionamientos institucionales..



iSÍGUENOS!

[Instagram](#) [LinkedIn](#) [Facebook](#) [Twitter](#) [YouTube](#) [Spotify](#)

Descarga tus cabeceras para redes
[AQUÍ](#)

DUDAS

comunicacion@riberalud.es