



 @CAROLINATIPO1

# AMPLIFICANDO LA VOZ DEL PACIENTE CON LAS REDES SOCIALES



**CAROLINA ZÁRATE**  
**BOGOTÁ, COLOMBIA**

**SIN FOTO**



**TODO COMENZÓ CON  
EL DIAGNÓSTICO DE  
DIABETES TIPO 1 EN EL  
AÑO 2004**

**AUTOINMUNE  
5-10% DE LA POBLACIÓN CON DIABETES**

 **@CAROLINATIPO1**



**PÁGINA WEB**



**WWW  
(WORLD WIDE WEB)**

 **@CAROLINATIPO1**



 @CAROLINATIPO1

## HOSTING Y DOMINIO

GENERALMENTE PAGO Y  
DEBE RENOVARSE CADA 1 O 2 AÑOS

## URL O DIRECCIÓN WEB

CADA PÁGINA DEL WEB SITE TIENE UNO  
WWW.AMPLIFICANDOVOZPACIENTE.COM/WEBINAR

**TERMINACIÓN EN  
.COM .GOV .EDU .ORG  
INCLUIDO EL PAÍS .CO .EU**

## MENÚ

TODO EL CONTENIDO DE LA WEB

**NECESITA DISEÑADOR Y  
PROGRAMADOR**

HEAD, BODY, FEET



## BUSCADORES

“SI NO APARECES EN  
GOOGLE NO EXISTES”



 @CAROLINATIPO1

# BLOGS

**BLOGDIABETICOTIPO1.BLOGSPOT.COM**

**GRATUITOS  
PLANTILLAS PERSONALIZADAS  
ARTICULOS O POST  
INFORMATIVO U OPINIÓN  
NO NECESITA DISEÑADOR O PROGRAMADOR  
ESTILO PERSONAL**



# REDES SOCIALES

MARK ZUCKERBERG



“CONECTAR Y  
COMPARTIR  
CON LA GENTE”



PELÍCULA



## PÁGINA PERSONAL



Agregar a amigos

HASTA 5.000 AMIGOS

## GRUPOS PRIVADOS, PÚBLICOS O SECRETOS



Grupo privado · 19,6 mil miembros

Unirte al grupo

TIENE ADMINISTRADORES Y  
MODERADORES PERO TODOS LOS  
MIEMBROS PUEDEN SER GENERADORES  
DEL CONTENIDO, PREVIO O NO A UNA  
REVISIÓN DEPENDIENDO LA  
CONFIGURACIÓN.

## FAN PAGE



Me gusta

TIENE ADMINISTRADORES CON VARIOS ROLES Y  
EL CONTENIDO ESTA A CARGO DE UNO DE LOS  
ADMINISTRADORES Y SE PUBLICA BAJO EL  
NOMBRE DE LA EMPRESA.  
POR LO GENERAL UNO MISMO 🤖





 @CAROLINATIPO1



**100%VISUAL  
USAR CON APP  
EL FENOMENO DEL “DEDO”  
ICONO DEL CORAZÓN**



**YA NO PREGUNTAN  
SI TIENES FACEBOOK  
O PÁGINA WEB SINO:  
¿TIENES INSTAGRAM?**

**LOS LINKS NO FUNCIONAN EN LOS  
POSTEOS, SE DEBE HACER EN  
HISTORIAS O EN BIO**

 **@CAROLINATIPO1**

**Linktree\***



 @CAROLINATIPO1

## TWITTER AHORA X



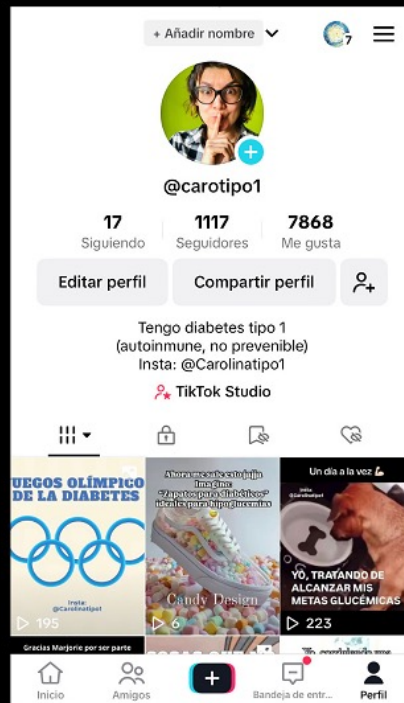
### ACTIVISMO ACTIVO

**CONTACTO DIRECTO CON TOMADORES  
DE DECISIÓN, ENTIDADES OFICIALES. USAR LOS  
@ DE CADA PERFIL AL QUE DESEEMOS  
DIRIGIRNOS**

**TENDENCIAS (DE LO QUE SE ESTA HABLANDO)**

**CREAR ESPACIOS PARA HABLAR DE UN TEMA**





 @CAROLINATIPO1

# TIK TOK



 CapCut

**EL YOUTUBE ALTERNATIVO  
BUSQUEDA DE TUTORIALES, CURSOS,  
RECOMENDACIONES  
UN PÚBLICO MÁS JÓVEN  
EN LA PROPIA APP SE PUEDE EDITAR. CUENTA  
CON AUDIO, FILTROS, EFECTOS, ETC**

**Linked in**



## **RED PROFESIONAL**

**HACER CONTACTO CON OTRAS  
ORGANIZACIONES, ENTIDADES  
OFICIALES, PROFESIONALES DE LA  
SALUD, ETC**

**EL CONTENIDO VA ENFOCADO A  
MOSTRAR LOS LOGROS ACADÉMICOS O  
DE LA ORGANIZACIÓN, NOTICIAS,  
CAMPAÑAS, EVENTOS, ETC**





**LOS GRUPOS EN  
WHATSAPP TAMBIÉN  
SON ÚTILES PARA ESTAR  
EN CONTACTO CON LOS  
USUARIOS, ORGANIZAR  
ACCIONES.**





**LOS HASHTAGS (ESCRITOS CON EL SIGNO “#” ANTEPUESTO) SE USAN PARA INDEXAR PALABRAS CLAVE O TEMAS Y ASÍ CATEGORIZARLOS PARA PERMITIR A LOS USUARIOS ENCONTRAR O SEGUIR FÁCILMENTE LOS TEMAS QUE LES INTERESAN.**

**EJEMPLO:**

**#DIABETESTIPO1 #SALUD  
#VOZPACIENTE**

**TIK TOK ES COMÚN: #FYP #PARATI**

# OTROS RECURSOS

## PODCAST



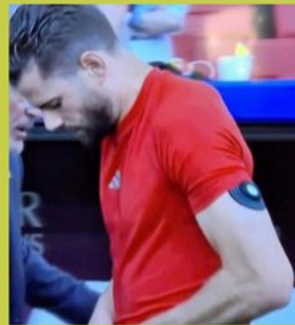
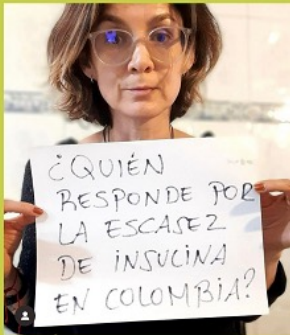
ENTREVISTAS EN VIVO  
INSTAGRAM, FACEBOOK O YOUTUBE

 @CAROLINATIPO1

# TIPS PARA MEJORES PUBLICACIONES



- ♥ ¿QUIEN ESTÁ DETRÁS DE LA PÁGINA?
- ♥ CONOCER EL TARGET.
- ♥ PUBLICAR DIARIAMENTE O DÍA DE POR MEDIO, EN X VARIAS VECES AL DÍA.
- ♥ SER VARIADO EN LOS CONTENIDOS TANTO EN CONTENIDO COMO EN FORMATO.
- ♥ LENGUAJE SEGÚN TARGET (TÉCNICO O SENCILLO). ACLARAR LAS SIGLAS.
- ♥ USAR HASHTAG QUE SEAN ACORDE A LA TEMATICA.
- ♥ LAS PUBLICACIONES DEBEN LLEVAR PIE DE FOTO PARA COMPLEMENTAR LA INFORMACIÓN.
- ♥ RESPONDER LOS MENSAJES EN PUBLICACIONES O MENSAJE DIRECTOS.
- ♥ TEXTO ALTERNATIVO ALT (DESCRIPCION IMAGEN) Y SUBTITULOS.
- ♥ UNIRSE A OTRAS CAUSAS Y CAMPAÑAS.

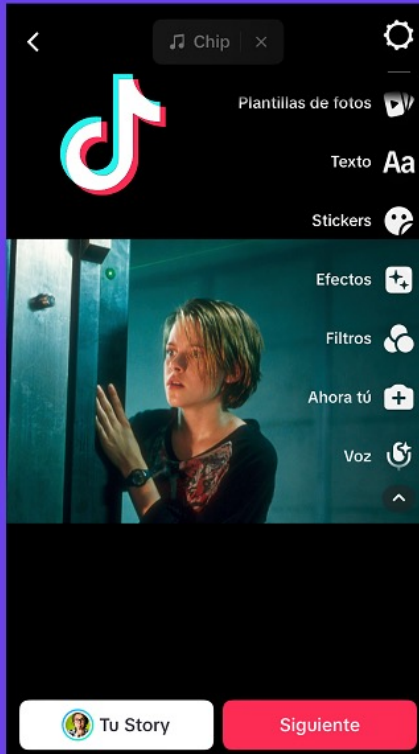
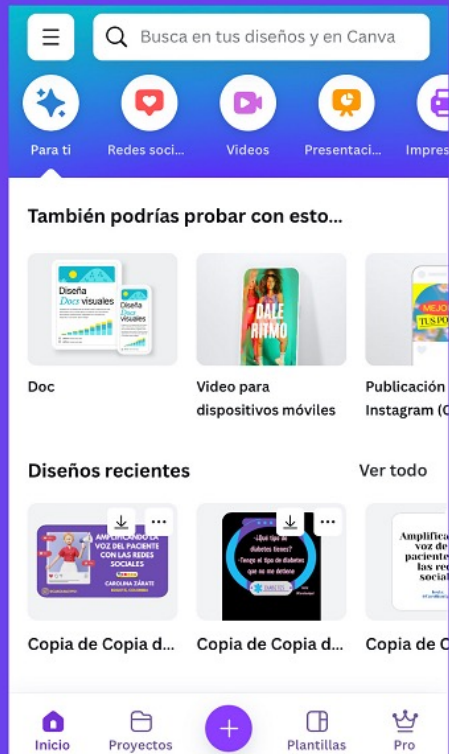


## CONTENIDO

EXPLORAR TODO TIPO DE  
FORMATO:  
FOTOS, IMAGENES, REELS,  
VIDEOS, AUDIO



FRASES - HISTORIA - HUMOR MEMES - TESTIMONIOS  
TOP 1,2,3 - EVENTOS - NOTICIAS - NOVEDADES  
EXPERIENCIA - EDUCACIÓN - DERECHOS Y DEBERES  
PELICULAS, LIBROS RECOMENDADOS DE LA TEMATICA  
CELEBRIDADES CON LAS MISMAS CONDICIONES  
DIA MUNDIAL CAMPAÑA



USAR LAS HERRAMIENTAS  
DE EDICIÓN QUE CADA  
PLATAFORMA OFRECE O  
USAR APPS DE DISEÑO





# LA TIPOGRAFÍA: UNA QUE SEA LEGIBLE

EL DISEÑO

Amplificando la  
voz de los  
pacientes con  
las redes  
sociales

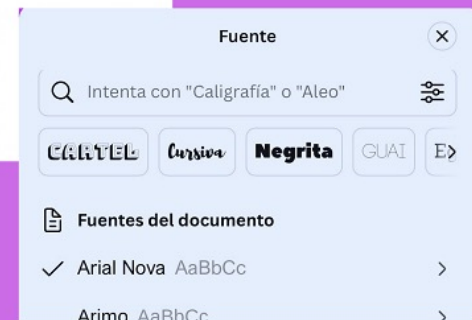
Insta:  
@Carolinatipo1



Amplificando la  
voz de los  
pacientes con las  
redes sociales

Insta:  
@Carolinatipo1

 @CAROLINATIPO1





## LOS COLORES: EL FONDO NO DEBE ENTORPECER EL TEXTO

Amplificando la  
voz de los  
pacientes con  
las redes  
sociales

Insta:  
@Carolinatipo1

Amplificando la  
voz de los  
pacientes con  
las redes  
sociales

Insta:  
@Carolinatipo1





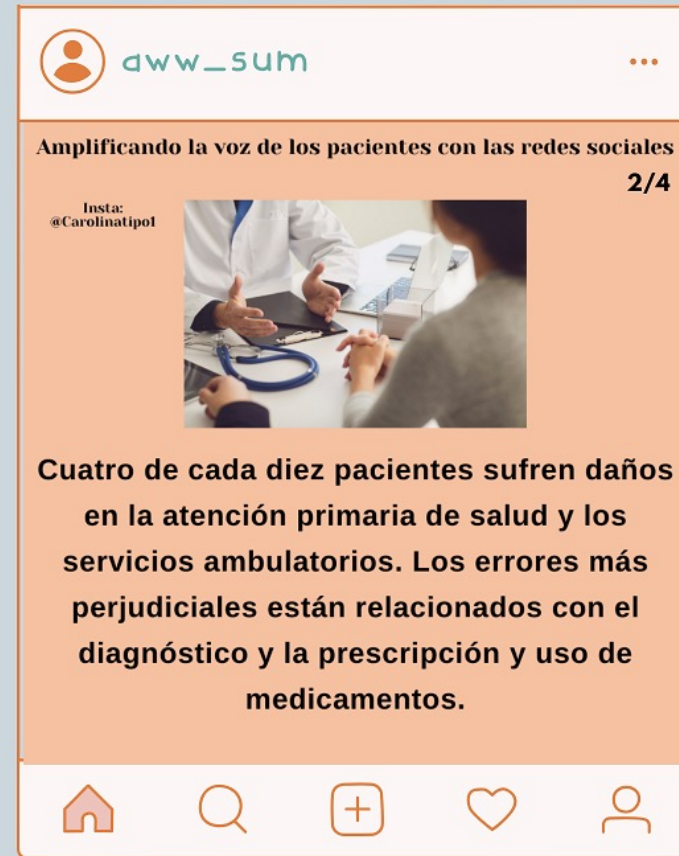
 @CAROLINATIPO1




**EVITEMOS SATURAR  
DE TEXTO  
UNA IMAGEN YA  
QUE NO PERMITE  
LA LECTURA,  
SOBRETUDO SI ES  
VISTA DESDE UN  
CELULAR. MEJOR  
HAZ UN CARRUSEL  
DE FOTOS.**

**10 IMÁGENES EN  
INSTA, 4 EN TWITTER**

**SI ES UN REEL O VIDEO QUE EL  
TIEMPO DE REPRODUCCIÓN  
PERMITA LA LECTURA**






 dww\_sum

Amplificando la voz de los pacientes con las redes sociales






3/4


Insta:  
@Carolinatipo1



**Derechos del Paciente**

Se ha comprobado que, al convertirse en miembros activos del equipo de atención de salud, los pacientes pueden contribuir a la seguridad de sus cuidados y a la del sistema de atención de salud en su conjunto.




 dww\_sum






Amplificando la voz de los pacientes con las redes sociales

4/4

Insta:  
@Carolinatipo1

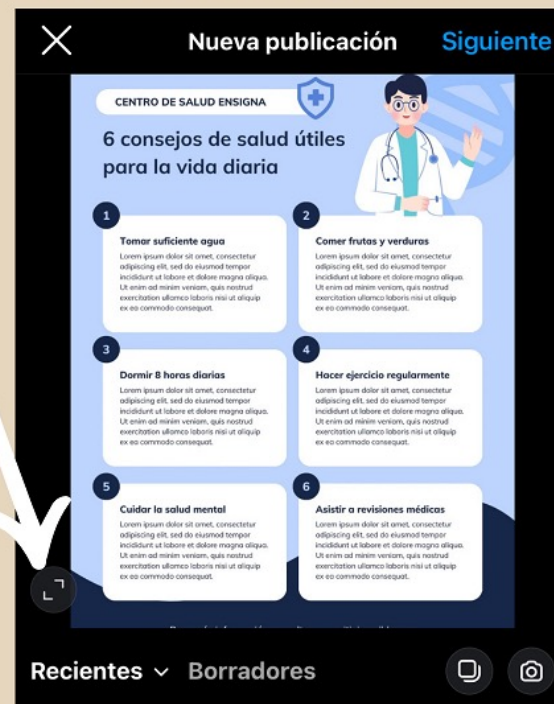
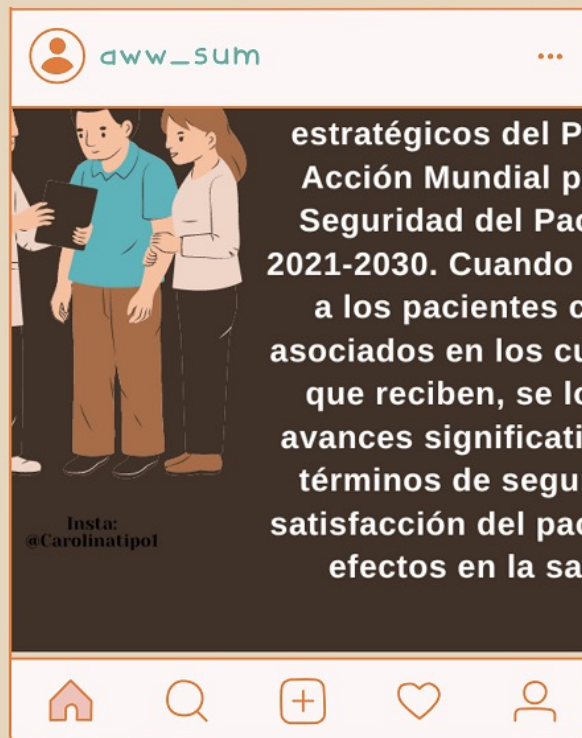


La participación del paciente y su familia también se ha incluido como uno de los siete objetivos estratégicos del Plan de Acción Mundial para la Seguridad del Paciente 2021-2030. Cuando se trata a los pacientes como asociados en los cuidados que reciben, se logran avances significativos en términos de seguridad, satisfacción del paciente y efectos en la salud.



## EVITAR QUE SE CORTE PARTE DE LA IMAGEN. LAS IMÁGENES CUADRADAS SUELEN FUNCIONA EN TODAS LAS PLATAFORMAS

@CAROLINATIPO1







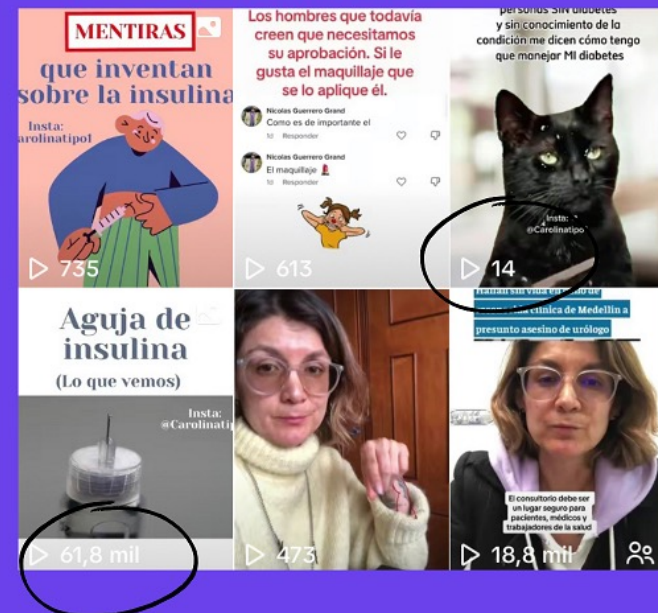
# ¡CUIDADO CON LOS HACKERS!

**NO DAR CLICK EN ENLACES  
SOSPECHOSOS**



**RESGUARDEN SUS  
CONTRASEÑAS**

# UN LIKE A LA VEZ



# RAZONES POR LAS QUE TIK TOK NO MUESTRA TUS VIDEOS

## Motivo del rechazo

Contenido de código QR, de baja calidad o no original

Para mantener la experiencia positiva que nuestros usuarios esperan de la plataforma TikTok, no se recomendará el contenido no original o de baja calidad. Un contenido no original es aquel que simplemente se importa o copia de otras fuentes sin ninguna edición nueva y creativa. Un video no es original si tiene una marca de agua o un logotipo. El contenido de baja calidad incluye videos muy cortos, imágenes estáticas y videos hechos solo de GIF.

**NO HAY QUE  
DESANIMARSE,  
PROBAR COSAS  
NUEVAS. LO QUE  
FUNCIONA EN UNA  
PLATAFORMA PUEDE  
QUE NO FUNCIONE EN  
OTRA.**



**¡GRACIAS!**

 **@CAROLINATIPO1**

 **@CAROLINA\_TIPO1**