



**APRUEBA REGLAMENTO DE REDES
SOCIALES DE LA ILUSTRE
MUNICIPALIDAD DE QUILLÓN.**

DECRETO ALCALDICIO N° 6318 /

QUILLÓN, 26 de noviembre de 2024

VISTOS:

1. Lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades, N° 18.695.
2. Decreto Alcaldicio N°7.640 de fecha 07 de diciembre de 2023, que aprueba presupuesto municipal vigente para el año 2024;
3. Decreto Alcaldicio N°2.286 de fecha 29 de junio de 2021, que nombra como alcalde de la comuna de Quillón a Don Miguel Peña Jara;
4. Decreto Alcaldicio N° 2.287, de fecha 29 de junio de 2021, que ratifica la continuidad en la planta municipal de directivos que indica;
5. Decreto Alcaldicio N° 2.288, de fecha 29 de junio de 2021, que delega funciones y atribuciones del alcalde a funcionarios que indica;
6. Sentencia de definitiva de proclamación de alcaldes en causa Rol N° 179-2021 de fecha 17 de julio de 2021 del Tribunal Electoral de la Región de Ñuble.
7. Ley N° 18.695 **ORGÁNICA CONSTITUCIONAL DE MUNICIPALIDADES**, de fecha 31 de marzo de 1998 y sus posteriores modificaciones.

DECRETO:

1.- APRUÉBASE “Reglamento de redes sociales de la Ilustre Municipalidad de Quillón”.

TITULO I: NORMAS GENERALES

Artículo 1: El presente Reglamento establece normas para la creación, uso y eliminación de cuentas de redes sociales institucionales de la Ilustre Municipalidad de Quillón, con el objetivo de formalizar la manera en que se efectúa la comunicación con los distintos públicos (stakeholders) con los que se relaciona a diario (personas o agrupaciones latentes, indiferentes, defensores o promotores, tanto a nivel interno como externo).

Las redes sociales personales de autoridades y funcionarios municipales no son consideradas como redes institucionales, dado que corresponden a una persona natural, independiente de que su contenido esté vinculado a la labor municipal. Por tal



razón, los funcionarios y/o autoridades municipales deberán tener presente que la información que ellos publiquen, en sus propias redes sociales, será de su exclusiva responsabilidad.

Artículo 2: El objetivo de las redes sociales institucionales es informar sobre la labor de los servicios y funciones municipales, además de dar a conocer las actividades organizadas por el municipio o aquellas en que el municipio sea parte según establece el procedimiento administrativo municipal vigente, excluyendo eventos que no tengan relación con la municipalidad y que se realicen en la comuna. Además, se pueden entregar respuestas a los mensajes internos o instruir cuál es el canal para solicitar informaciones o manifestar un reclamo relacionado con la institución.

Artículo 3: Se establece el uso únicamente de las siguientes plataformas de redes sociales: Instagram, YouTube, Facebook, esta última a través de "Fanpages", quedando denegada la opción de crear "perfiles" en esta última red social.

Se especifica que ninguna unidad (Dirección, Departamento o Sección) podrá crear o utilizar cuentas de otras redes sociales que no sean las anteriores ya señaladas.

La unidad de comunicaciones, es el único que puede autorizar, crear y eliminar redes sociales institucionales, esto a través de su administrador de redes sociales.

Artículo 4: Cada generador de contenidos, debidamente designado a través de decreto alcaldicio, será responsable de cada publicación. A su vez, la Unidad de Comunicaciones será la responsable del uso correcto del lenguaje y contenido a difundir, siendo éste revisado previo a su publicación en las redes mencionadas.

Artículo 5: El uso indebido de la información entregada por el municipio a la comunidad, en virtud de lo indicado en el artículo 4, será de exclusiva responsabilidad de quien la solicite.

Artículo 6: La información publicada no podrá contener propaganda política, promover o intervenir en campañas políticas o asociar la actividad del municipio con determinada candidatura, tendencia o partido político.

Artículo 7: Al publicar documentos, imágenes, archivos audiovisuales o de cualquier otra clase, se deberán respetar los derechos de autor y de propiedad intelectual. Por lo que se deberá, en caso de ser necesario, señalar en la publicación respectiva a quién pertenece el material publicado, siempre y cuando esté autorizado por su autor.

Artículo 8: Se prohíbe el uso de *bots* en redes sociales municipales.

Artículo 9: El presente Reglamento se regirá por los principios de apertura, no discriminación, transparencia y publicidad. La interacción a través de las distintas redes sociales deberá llevarse a cabo con respeto a la diversidad de opiniones y decencia, quedando prohibidas las publicaciones que incluyan groserías, denostaciones y/o calumnias e injurias. Respecto de lo anterior, la Ilustre Municipalidad de Quillón se reservará el derecho a utilizar los mecanismos legales y judiciales que la legislación establece, cuando se estime que han existido delitos y/o abusos, por parte de particulares, a través de los medios digitales municipales.

TITULO II: DEFINICIONES

Artículo 10: Para los efectos de este Reglamento se entenderá por:



a) Administrador de redes sociales: Funcionario de la Unidad de Comunicaciones, designado por decreto alcaldicio, encargado de construir y administrar la comunidad virtual online, manteniendo los lineamientos definidos por la referida unidad. Asimismo, es el responsable de gestionar la identidad e imagen de la institución, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con los seguidores y visitas virtuales que el municipio tenga a través de internet para el adecuado posicionamiento de la marca. Su labor será regulada por el Editor Periodístico y de Contenidos de la Unidad de Comunicaciones.

Su cargo es conocido también como *Community Manager*.

b) *Bots*: Término que proviene de acortar la palabra "robot", es un programa que realiza tareas repetitivas, predefinidas y automatizadas. Los bots están diseñados para imitar o sustituir el accionar humano. Para efectos de este instrumento, se considera como aquel programa utilizado para gestionar acciones en redes sociales.

c) Facebook: Es una red social que permite compartir texto y contenido audiovisual. En ella pueden registrarse todo tipo de usuarios: personas, empresas, o grandes marcas, para estar en contacto unas con otras y poder así compartir contenido. Una vez registrados, los usuarios pueden crear un "perfil" personalizado que indique su nombre, ocupación, etc. También, se puede crear "Fan pages", que son páginas de fans creadas especialmente para ser un canal de comunicación dentro de Facebook, que permite llegar a una gran cantidad de usuarios que tengan un interés en común.

d) Generador de contenido: Funcionario de la dirección, departamento o sección, designado mediante decreto alcaldicio, con responsabilidad administrativa, encargado de proporcionar y subir a las redes sociales autorizadas, la información que se desea comunicar a la ciudadanía.

e) *Hashtag*: Conjunto de caracteres precedidos por una almohadilla (#) que sirve para identificar o etiquetar un mensaje en las redes sociales.

f) Instagram: Es una red social que permite publicar videos e imágenes. Posee un medio de comunicación privado para hablar llamado Instagram Direct, y una función llamada Historias (en inglés, Stories) donde se puede publicar fotografías y videos temporales que permanecen en línea 24 horas. También permite transmitir videos en directo que pueden ser guardados para ver con posterioridad.

g) Lenguaje Neutro: El lenguaje neutro o neutral en cuanto al género es un término genérico que engloba el uso del lenguaje no sexista, el lenguaje inclusivo o el lenguaje equitativo en cuanto al género. La finalidad del lenguaje neutro o neutral en cuanto al género es evitar opciones léxicas que puedan interpretarse como sesgadas, discriminatorias o degradantes al implicar que uno de los sexos o géneros social es la norma. La utilización de un lenguaje equitativo en cuanto al género e inclusivo también ayuda a reducir los estereotipos, favorece los cambios sociales y contribuye a lograr la igualdad.

h) Línea editorial: Lineamientos y valores que rigen el trabajo municipal, visibilizados a través de la difusión comunicacional de información relevante de la labor municipal, objetivos y otros contenidos; además de dictar la forma en que se comunicarán los mensajes a la comunidad.

i) Publicaciones: Son todos los textos, fotografías y videos que se suben a internet a través de redes sociales. Una publicación se puede realizar en cualquier red social, en el horario que determine el generador de contenidos, permitiéndose, además, utilizar herramientas para programar en una fecha y hora determinada.



j) Redes Sociales: Se entiende como redes sociales a las estructuras formadas en internet por personas u organizaciones, que se conectan a partir de intereses o valores comunes a través de plataformas digitales de acceso público y libre, las que son provistas por empresas externas al municipio.

k) YouTube: Es una red social que permite subir videos de manera gratuita para que otros puedan verlos, comentarlos o compartirlos. Además, se pueden realizar transmisiones de contenido en vivo y compartir material audiovisual de hasta 12 horas continuas.

TITULO III: FUNCIONES Y ROLES

Artículo 11: Para la ejecución del presente reglamento se establecen los siguientes roles y sus respectivas funciones. Los funcionarios a cargo de hacerlo cumplir serán nombrados por decreto alcaldicio:

A) ADMINISTRADOR DE REDES SOCIALES

El administrador de Redes Sociales (en inglés *Community Manager*) de la institución tiene la tarea de realizar las siguientes funciones:

I) Capacitar a los generadores de contenido sobre el Reglamento de Redes Sociales institucionales.

II) Supervisar las publicaciones realizadas en las diferentes redes sociales autorizadas por la Unidad de Comunicaciones, velando que se cumpla con la mencionada normativa.

III) Autorizar o denegar el uso de cualquier red social, previa consulta al Editor Periodístico y de Contenidos, que se desee implementar por parte de alguna unidad del municipio. Los criterios para denegar deberán ser fundamentados en base a lo definido en el presente Reglamento, mediante un ordinario al requirente.

IV) Apoyar al Editor Periodístico y de Contenidos en la planificación y masificación de información relevante de la institución a través de las redes sociales.

V) Gestionar, asignar y controlar todas las claves de acceso a las redes sociales.

VI) En el caso de detectar alguna red social no autorizada, emitir ordinario solicitando su cierre a la jefatura de la unidad correspondiente.

VII) Derivar los requerimientos que guarden relación con el quehacer propio del municipio a la sección de partes OIRS, para su tramitación correspondiente. Por otra parte, los requerimientos que se asocian a la publicación de una actividad y/o evento puntual deberán ser contestados según corresponda por el generador de contenidos o administrador de redes sociales.

VIII) Solicitar informes semanales a los generadores de contenidos, respecto del impacto de las publicaciones, cantidad de seguidores y de interacciones de las diferentes redes sociales con la comunidad, entre otros antecedentes.

IX) Generar el registro de las cuentas vigentes, según las diferentes plataformas sociales, declarándose como oficiales mediante decreto alcaldicio.



X) Dar de baja aquellas cuentas de redes sociales oficiales que no cumplan con lo expuesto en el TITULO VI: "De las Publicaciones y Respuestas", informando a la jefatura de la unidad correspondiente.

B. GENERADOR DE CONTENIDOS

Las funciones del generador de contenidos serán las siguientes:

I) Proveedor de contenido las cuentas vigentes, según las diferentes plataformas sociales, siguiendo la línea editorial y las instrucciones emanadas desde el administrador de redes sociales y/o Editor Periodístico y de Contenidos.

II) Publicar de forma constante información relevante para la comunidad o difundir actividades que involucren a dicha unidad, haciendo énfasis en los siguientes aspectos:

- a) Seguir la línea editorial y las instrucciones entregadas.
- b) Redactar la información de manera simple y comprensible para cualquier usuario.
- c) Publicar con excelente ortografía.
- d) Publicar textos precisos y concisos, que contengan toda la información, a menos que tengan adjunto un afiche con datos complementarios.
- e) Estar absolutamente seguro de que lo que se está publicando es correcto, cerciorándose del detalle de horarios, fechas e intervinientes.
- f) Dar respuesta en horario laboral (lunes a viernes de 08:30 a 17:30 horas), teniendo en cuenta que se les otorgará acceso a redes sociales en un equipo institucional.
- g) Estar disponible en situaciones de emergencia que impliquen la convocatoria del Comité de Emergencias o el organismo que lo reemplace.

III. Generar y entregar estadísticas respecto de las publicaciones que realiza, con la periodicidad que la Unidad de Comunicaciones determine.

IV). Derivar a la OIRS, dependiente de la Secretaría Municipal, las consultas y solicitudes que a ellos correspondan.

TITULO IV: DEL LENGUAJE

Artículo 12: Se deberá utilizar un lenguaje claro, preciso y conciso; en tercera persona y ceñido, de preferencia, a lo establecido por la Real Academia Española (RAE). Se permite el uso de términos coloquiales o de uso local o extranjero, siempre y cuando se realice con respeto, sin palabras obscenas, agresiones personales o doble sentido.

Artículo 13: La forma oficial de comunicar es neutra en cuanto a la identidad de género y diversidad sexual, velando y resguardando un lenguaje sin exclusiones; apegado estrictamente a lo establecido por la RAE. Por lo anterior, no aplica el uso coloquial de las "@", "x" o la letra "e" como parte de las formas consideradas "inclusivas", toda vez que ese lenguaje no se ajusta a las normas de la Lengua Española.

Artículo 14: Se puede utilizar "hashtag" (#) con el fin de diferenciar y encontrar posteriormente con mayor facilidad un contenido en específico. Estos pueden surgir de manera espontánea o predeterminada, dependiendo de la actividad o evento que se da a conocer a través de las redes sociales.

Artículo 15: Quienes tengan acceso y responsabilidad sobre los contenidos de redes sociales institucionales deberán seguir las pautas, lineamientos y orientaciones de este



reglamento, así como también la forma de relacionarse con la comunidad en términos de redacción, al ser estas las vías de comunicación oficial de la municipalidad.

TÍTULO V: DEL USO DE IMÁGENES Y MÚSICA

Artículo 16: Previo a su publicación, todo afiche de actividad municipal o infografía debe ser visado por la Unidad de Comunicaciones (Editor Periodístico y de Contenidos). Este material debe ser elaborado bajo la norma gráfica establecida, utilizando fuentes, logo y colores institucionales.

Artículo 17: Todo afiche o material gráfico, diseñado por instituciones o personas externas al municipio, que requiera incorporar el logo institucional municipal vigente, deberá ser visado y autorizado por la Unidad de Comunicaciones previo a su publicación.

Artículo 18: Respecto de la calidad de las imágenes que se publiquen en redes sociales institucionales, éstas deberán tener un tamaño mínimo de 1 Mp, formato JPG, orientación horizontal en formato 1:1 para Instagram y 3:2 para Facebook.

Artículo 19: Toda imagen que vaya a ser publicada, donde aparezca un menor de edad, debe contar, previamente, con la autorización expresa (a través de firma) de la madre, padre o adulto responsable legalmente, a fin de cautelar la no vulneración de

sus derechos. La autorización debe constar por escrito, para servir de respaldo necesario en estos casos. Esto en conformidad a la Ley N° 21.430, artículo 34 (formato autorización en anexo N°1).

Artículo 20: Toda imagen externa que sea publicada en redes sociales deberá contar con autorización por escrito del autor. En caso de ser imágenes de internet, se debe citar la fuente en la misma publicación (formato autorización en anexo N°2).

Artículo 21: Las autorizaciones indicadas en los 2 artículos previos, se encontrarán en la Unidad de Comunicaciones, estando a disposición de la unidad que la solicite en formato digital y físico.

Artículo 22: Todo sonido o creación musical que se requiera utilizar en redes sociales, deberá ser revisada, de manera de no transgredir los derechos de autor vigentes en la Sociedad Chilena de Autores e Intérpretes Musicales (SCD) y la Sociedad de Productores Fonográfico y Videográfico de Chile (Profovi).

TÍTULO VI: DE LAS PUBLICACIONES Y RESPUESTAS

Artículo 23: Será facultad exclusiva de la Unidad de Comunicaciones, mediante el Editor Periodístico y de Contenidos, determinar qué publicar, cuándo y en qué red social, pudiendo intervenir en cada cuenta existente para modificar textos o eliminar publicaciones que no sean concordantes con la línea editorial de la institución.

Artículo 24: Se podrá hacer difusión de actividades que sean organizadas por la municipalidad, mediante piezas gráficas elaboradas por la Unidad de Comunicaciones. Estas piezas deben ser acordes a las normas gráficas vigentes e incluir en el pie de página a la sección/ departamento/ dirección que organiza la actividad.

Artículo 25: También podrá publicar las imágenes proporcionadas por cada unidad municipal que haya realizado alguna actividad, las que se publicarán en la red social que determine la Unidad de Comunicaciones.



Artículo 26: En caso de ser necesario, está permitido programar publicaciones para fechas futuras a través de Meta Business Suite (herramienta oficial para publicar en Facebook e Instagram).

Artículo 27: Cada cuenta deberá realizar un mínimo de 3 publicaciones semanales, propias o de actividades externas, que cuenten con autorización (que estas 3 se realicen en días distintos), sin un máximo establecido (no contarán las publicaciones replicadas desde otras cuentas). Mensualmente, se hará revisión de cada cuenta y en caso de no cumplir con estos requisitos, la Unidad de Comunicaciones tendrá la facultad de darla de baja, teniendo en consideración que no es estrictamente necesario contar con dicha red social y, en caso de necesitar publicar información que se estime permitente, ésta puede hacerse a través de las cuentas centrales (Facebook e Instagram).

En este sentido, cuando se trate de algún programa externo, se debe evaluar la necesidad y obligación que genere al municipio, en cuanto a la cantidad de publicaciones establecidas en el respectivo convenio, por lo cual, no necesariamente se autorizará la creación de una red social asociada a un convenio en particular.

Artículo 28: Cada generador de contenidos deberá dar respuesta a los mensajes con preguntas que lleguen internamente ("Direct" de Instagram, "Messenger" de Facebook, según se ha regulado en este reglamento).

Artículo 29: No se permitirá el uso de respuestas automáticas programadas (*bots*).

Artículo 30: Toda cuenta oficial deberá explicar que la Ilustre Municipalidad de Quillón se reserva el derecho de moderar expresiones que vulneren los derechos y la dignidad de las personas (ejemplo: amenazas y expresiones racistas o difamatorias).

Artículo 31: Ante cualquier mensaje que denoste al personal municipal o a la institución, o con contenido que vulnere la dignidad de las personas, minorías étnicas, sexuales, etc., o que infrinja alguna norma establecida por las políticas de la red social respectiva, el generador de contenidos procederá a denunciar a la plataforma, informando de tal situación al administrador de redes sociales del municipio de Quillón.

Artículo 32: En el caso de que la problemática planteada por mensaje interno corresponda a otra institución pública o privada, se procederá a entregar al usuario los medios de contacto oficial de dicha institución.

Artículo 33: En consonancia con las prácticas internacionales y las normativas de las diversas plataformas, toda cuenta institucional "borrará" de sus páginas aquellas publicaciones que contengan material del tipo pornográfico y que inciten a la violencia, denunciando además a aquellos usuarios que comentan acciones reiteradas en contra de lo regulado en este reglamento, si procediere.

Artículo 34: El horario de respuesta siempre será en horario laboral (de lunes a viernes, entre las 08:30 y 17:30 horas). En caso de emergencia (corte de luz masivo, terremotos, inundaciones o eventualidad, donde se convoque al comité de emergencia, se deberá dar respuesta también fuera del horario y días establecidos.

Artículo 35: No será responsabilidad de la Unidad de Comunicaciones dar soluciones o realizar seguimiento a los casos y/o solicitudes, una vez derivados a la OIRS del municipio.

4



Artículo 36: Al ser información institucional lo que se publica, solo se debe mencionar al municipio en las piezas gráficas como organizador de las actividades cuando corresponda.

Artículo 37: Estará permitido consignar en los textos de las publicaciones al departamento o dirección del municipio involucrado en alguna actividad o información. Sin embargo, no se consignará a secciones, oficinas, unidades o programas en particular, pertenecientes a estos departamentos o direcciones, a menos que sea estrictamente necesario para el contexto de la información que se entrega y/o según la extensión del texto que permita cada plataforma de red social. El Editor Periodístico y de Contenidos, se reservará el derecho a decidir sobre este punto.

Lo anterior, con el objetivo de evitar la redundancia del ente organizador, la dispersión de la información o confusión en el receptor de los mensajes.

Quedan exentas de ello, las unidades que forman parte de los convenios firmados por el municipio con otras instituciones.

Artículo 38: En virtud del artículo precedente, en las publicaciones tampoco se deberá mencionar a los/as funcionarios/as, a menos que sea estrictamente necesario para contextualizar la información. Se debe promover el uso exclusivo de los "alias" formales de la institución. Lo anterior no aplica para el Alcalde, Concejales ni otras autoridades del protocolo regional.

Artículo 39: Toda cuenta institucional deberá explicitar (o indicar) que: *"las expresiones vertidas por los usuarios no representan la opinión oficial de la Ilustre Municipal de Quillón y son de exclusiva responsabilidad de quienes las emiten"*.

Artículo 40: Mediante el presente reglamento se prohíbe realizar o compartir publicaciones que guarden relación con ventas por las diferentes opciones de las redes sociales (ejemplo Marketplace de Facebook), dado que las plataformas son de uso institucional y están normadas en este instrumento.

Artículo 41: No se pueden compartir publicaciones de cuentas personales. Solamente publicaciones que deben tener relación con alguna actividad donde haya participado el municipio o que cuente con patrocinio de difusión de un evento determinado.

Artículo 42: No se permite bloquear cuentas de usuarios, independiente del comentario o mensaje que haya enviado. Esto en conformidad de lo dictaminado por la Contraloría General de la República en esta materia. Frente a situaciones que pueden afectar la imagen de la Ilustre Municipalidad de Quillón, los responsables de redes sociales deberán informar a la Unidad de Comunicaciones, de manera oportuna y coordinadamente (gestión de crisis).

TÍTULO VII: DE LAS RESPONSABILIDADES Y/O SANCIONES

Artículo 43: El incumplimiento de lo dispuesto en este reglamento por cualquier funcionario municipal que intervenga dentro del procedimiento será sancionado de acuerdo a la gravedad de la falta y a la responsabilidad que le compete, en base a la normativa legal vigente.

Artículo 44: La responsabilidad de comunicar a la autoridad lo que se hubiere advertido respecto al incumplimiento de este reglamento recae en la Unidad de Comunicaciones.



TÍTULO VIII: DE LAS MODIFICACIONES Y VIGENCIA

Artículo 45: Será responsabilidad del administrador de redes sociales municipal revisar periódicamente este instrumento y requerir las modificaciones que fueren necesarias, previa consulta al Editor Periodístico y de Contenidos.

Artículo 46: El presente reglamento comenzará a regir desde la fecha de su publicación.

ANÓTESE, REGÍSTRESE, PUBLÍQUESE, CÚMPLASE Y ARCHÍVESE.



EDGARDO CARLOS HIDALGO VARELA
SECRETARIO MUNICIPAL
MINISTRO DE FE



JOSÉ ACUÑA SALAZAR
ADMINISTRADOR MUNICIPAL
"por orden del alcalde"

EFH/jvr.

DISTRIBUCIÓN:

- Gabinete
- Secretaria Municipal
- Alcaldía