



EXENTO

APRUEBA EL MANUAL DE USO REDES SOCIALES INSTITUCIONALES E INSTRUYE A TODAS LAS UNIDADES MUNICIPALES PARA SU USO Y SEGUIMIENTO.

DECRETO ALCALDICO N° 4914 /2025.-

ARICA, 15 DE MAYO DE 2025.-

VISTOS:

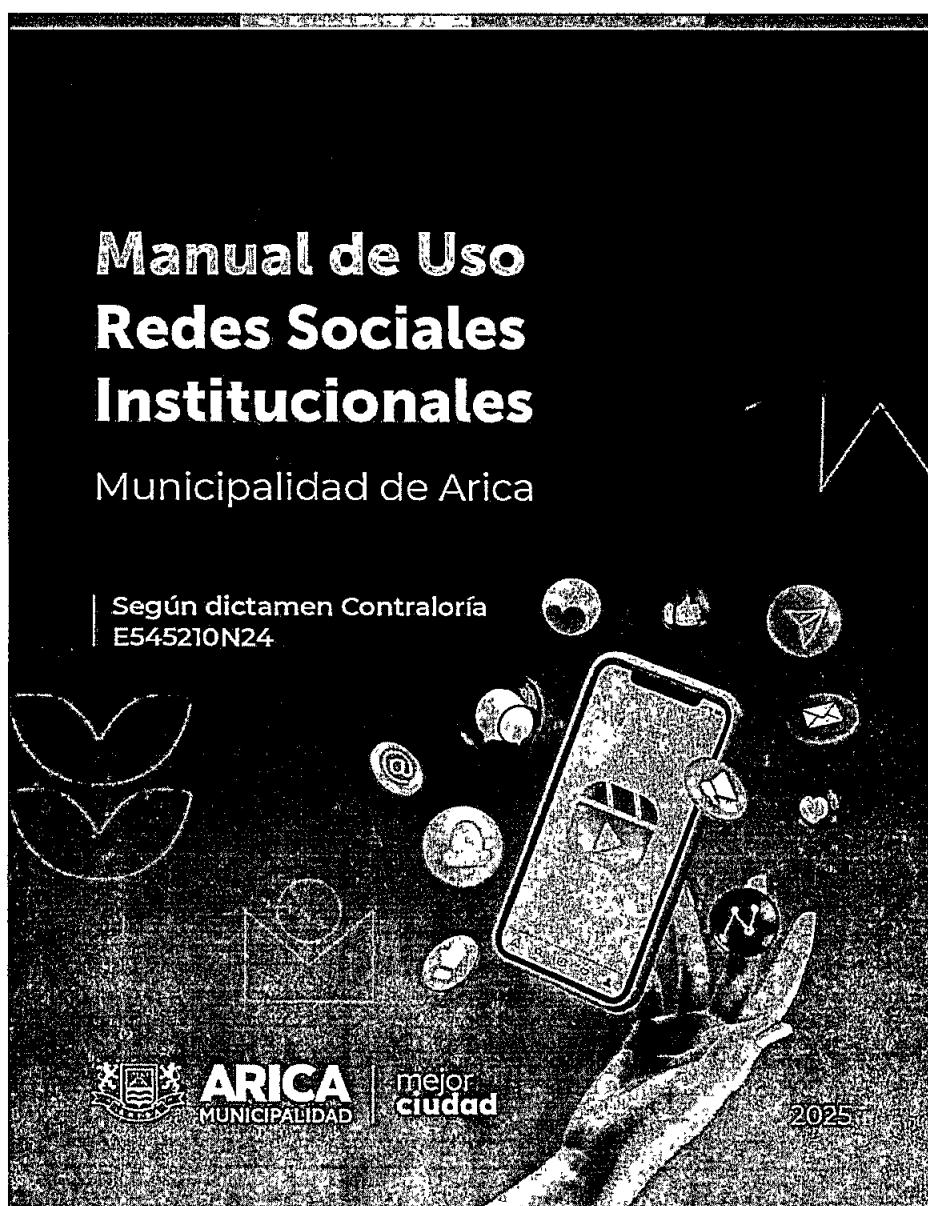
Los artículos 118 y siguientes de la Constitución Política de la Republica; la Ley N° 18.575 Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado; la Ley N° 18.695, Orgánica Constitucional de Municipalidades; la Ley N° 19.880, Bases de los Procedimientos Administrativos que rigen los actos de los Órganos de la Administración del Estado;

CONSIDERANDO:

Que, nuestro ordenamiento jurídico consagra, entre otros, los principios celeridad, eficiencia y eficacia de los procedimientos administrativos y las facultades que me otorga el ordenamiento jurídico;

DECRETO:

1° APRUEBASE, el siguiente MANUAL DE USO REDES SOCIALES INSTITUCIONALES:



Índice

Sobre Dictamen
N°E545210N24 de
Contraloría General de la
República (CGR)

03

Medios digitales y redes
sociales

04

Políticas redes sociales
Municipalidad de Arica

05

Dictamen N°E545210N24

Según el **Dictamen N°E545210N24** de Contraloría General de la República (CGR), se establecen instrucciones sobre uso de medios digitales de comunicación y redes sociales institucionales, fijando criterios de observancia sobre:

- Uso de las cuentas institucionales de redes sociales.
- Sobre bloqueo de usuarios.
- Uso de herramientas de restricciones de comentarios.
- Obligación de cumplimiento y difusión de esta instrucción.

Aspectos generales

Se debe considerar que el artículo 19 de la ley N°18.575, aplicable a todos los órganos y servicios que integran la Administración de Estado, dispone que el personal que la compone estará impedido de realizar cualquier actividad política dentro de la administración.

Según lo señalado por la CGR respecto al uso de las redes sociales, en cuanto a que los servidores públicos, cualquiera sea su jerarquía y con independencia del estatuto jurídico que los rija, están impedidos de realizar cualquier actividad de carácter político, como lo serían, de manera ejemplar, hacer proselitismo o propaganda política.



Puede leer el
Dictamen
N°E545210N24
completo:

[Ver aquí](#)

Medios Digitales y Redes Sociales



La nueva era de la **transformación digital** es un hecho: como herramienta nos ayuda a modernizar y optimizar procesos de comunicación e interacción con las personas junto a las responsabilidades del manejo de audiencias. Por lo anterior, una gestión estratégica y alineada al Dictamen N°E54521ON24 de Contraloría General de la República (CCR), nos ayudará a **visibilizar y posicionar** la marca institucional de la Municipalidad de Arica, mejorando la interacción orgánica en redes sociales, posicionamiento del sitio web municipal y en consecuencia obtener métricas que nos ayuden a medir el alcance e impacto del contenido publicado.

Así, se deben tomar acciones comunicacionales fundamentadas junto a la creación de metodologías de trabajo para elaborar contenido digital con enfoque en Facebook, Instagram, TikTok, Youtube hasta canales de difusión en WhatsApp: el **ecosistema de redes sociales**, que en su diverso espectro de usuarios nos permiten analizar intereses, gustos y preocupaciones, creando una hoja de ruta para entregar contenido relevante e iniciativas que impacten positivamente a la comunidad.



Redes Sociales oficiales Municipalidad de Arica:

 **Fanpage Facebook:**
[/MunicipalidaddeArica](#)

 **Instagram:**
[@MuniArica](#)

 **TikTok:**
[@aricamunicipalidad](#)

 **Canal Youtube:**
[@CanalMunicipalidadArica](#)

 **Spotify:**
[Municipalidad de Arica](#)

 **Flickr:**
[/muniarica](#)

04



Políticas redes sociales

Municipalidad de Arica

1. Introducción y Principios Rectores

Las redes sociales institucionales son herramientas clave de comunicación entre el **municipio y la ciudadanía**. Su administración debe alinearse a principios de juridicidad, probidad, transparencia, eficiencia y servicio público, respetando la normativa vigente y **evitando** su uso para fines personales o políticos.



FIGURA N°1 - Administración y principios

2. Objetivos de la Estrategia Digital Municipal

- **Fortalecer** la presencia oficial de la Municipalidad de Arica en redes.
- Informar con **responsabilidad** y promover la participación ciudadana.
- Garantizar una imagen institucional **coherente, cercana y profesional**.
- Alinear contenidos con los **objetivos estratégicos** del municipio y sus diferentes unidades.

05

3. Normas de Uso de Redes Institucionales

- Toda cuenta debe **informar** sobre servicios, hitos y actividades municipales.
- **No se debe** usar la imagen de autoridades para fines personales o proselitistas.
- Se prohíbe la emisión de opiniones políticas o personales **a través de las cuentas oficiales municipales**.



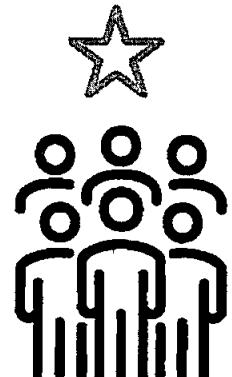
4. Administración de Cuentas y Responsabilidades

- Cada cuenta debe tener un responsable designado.
- Los accesos deben ser **controlados y revocados** ante cambios de personal.
- Los contenidos deben ser planificados y redactados con claridad, respeto y buena ortografía.

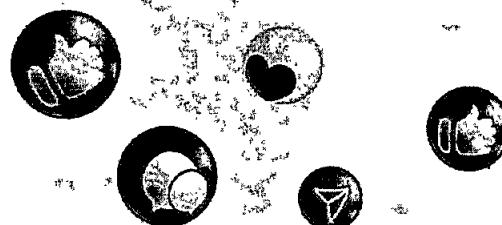


5. Participación Ciudadana y Moderación

- Se **permite y valora** la participación respetuosa de usuarios en las diferentes redes sociales municipales.
- Es preciso aclarar que las **opiniones de los usuarios**, manifestadas en nuestras redes sociales no representan la opinión de la Municipalidad de Arica y son de **exclusiva responsabilidad de quienes las emiten**.
- No se deben **eliminar** críticas legítimas, solo comentarios ofensivos, discriminatorios o injuriosos.
- Se puede **restringir y ocultar** comentarios, pero no bloquear arbitrariamente el perfil del usuario que las emite.
- En caso de alguna consulta sobre este punto, contactarse con Prensa y Comunicaciones al correo: **comunicaciones@municipalidadarica.cl**



Uso de herramientas de restricción de contenido en redes sociales institucionales



Las cuentas institucionales en redes sociales son bienes del organismo público, por lo tanto es el propio municipio quien administra su uso y decide qué herramientas de la red utilizar; como por ejemplo restringir comentarios.

Para hacerlo, no se deben vulnerar principios constitucionales o legales, como:

- El principio de igualdad (tratar a todos y todas por igual)
- El principio de no discriminación (no excluir a alguien por razones arbitrarias o injustas)

La Contraloría, en el dictamen N° E427468 de 2023, confirma que no hay impedimento legal para usar la herramienta de restricción de comentarios, siempre que se respeten los principios señalados.

Además, si hay comentarios ofensivos o inadecuados, el municipio puede denunciarlos a la plataforma de red social involucrada (como Facebook o Instagram) para que se apliquen sus propias normas comunitarias.

Por lo anterior, el municipio puede restringir comentarios en redes institucionales y denunciar publicaciones ofensivas, pero no puede hacerlo de forma arbitraria ni discriminatoria. Debe actuar conforme a la ley, cuidando la libertad de expresión y los principios de equidad.



En caso de alguna consulta sobre este apartado o cómo moderar contenido en redes sociales, puede contactarse con Prensa y Comunicaciones al correo: comunicaciones@municipalidadarica.cl

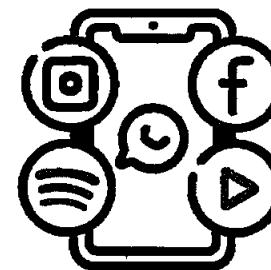
6. Buenas Prácticas Editoriales

- Usar tono **institucional, claro, cercano y respetuoso.**
- **No cometer faltas ortográficas**, evitar expresiones coloquiales o contenido innecesariamente complejo.
- Publicar con periodicidad y coherencia editorial.
- Adaptar el contenido según la red social usada.



7. Uso de Cuentas Personales por Funcionarios

- No se puede publicar contenido institucional antes que en los canales oficiales municipales.
- No se debe confundir o mal interpretar el rol institucional con la opinión personal.
- Toda publicación debe respetar los principios de la probidad (Ley 20.880).



8. Gestión de Crisis en Redes Sociales

- Para prevenir una situación anómala en redes sociales es clave monitorear menciones y comentarios en tiempo real.
- En caso de presentarse una crisis se debe identificar red social, contexto, grado de adhesión del público implicado (comentarios, reacciones, número de veces en que se comparte el contenido) y el o los colaboradores involucrados para así evidenciar el tipo de acontecimiento y ejecutar el diagnóstico.
- Actuar con prudencia, coordinación y tolerancia ante situaciones críticas o conflictivas.
- Nunca responder con agresividad o apresuramiento.
- Informar oportunamente a Prensa y Comunicaciones de la Municipalidad de Arica.

En caso de una crisis comunicacional, puedes contactar a Prensa y Comunicaciones:

Anexo 6514

comunicaciones@municipalidadarica.cl

Dirección:

Rafael Sotomayor #45

9. Campañas Institucionales en Redes Sociales

- Las campañas municipales deben ser planificadas y **aprobadas** previamente por Prensa y Comunicaciones de la Municipalidad de Arica.
- Queda **prohibido crear cuentas nuevas para campañas o eventos temporales.**
- Se debe respetar los lineamientos de diseño, audiovisuales y editoriales previamente establecidos.



10. Consideraciones Legales

- Toda publicación donde figuren rostros de menores de edad deben contar con previa autorización de padres o tutores legales.
- Se deben citar correctamente las fuentes externas.
- Está prohibido enlazar cuentas municipales con perfiles personales o de autoridades (**Dictamen Contraloría E54521ON24**).



Ver documento autorización - Uso de fotografía menores de edad

11. Cumplimiento y Supervisión

La Dirección de Prensa y Comunicaciones **debe supervisar el uso de redes** y velar por el cumplimiento del presente manual. Todas las unidades municipales deben darlo a conocer a sus equipos y aplicarlo en sus canales digitales.



Director	Roberto Puente Fernández del Río
Ubicación	Rafael Sotomayor #415, Arica
Correos	comunicaciones@municipalidadarica.cl roberto.puente@municipalidadarica.cl
Asistente	Eloisa Aguilera
Correo	eloisa.aguilera@municipalidadarica.cl

Áreas expertise
Prensa y Comunicaciones
Periodismo - Fotografía - Planes comunicacionales estratégicos - Material Audiovisual - Diseño gráfico - Diseño web (<i>front end</i>) - Ciberseguridad (redes sociales) - Community Manager - Email Marketing - Gestión protocolar

12. Ecosistema Digital Municipal

Define un entorno de comunicación digital armónico, eficiente y estratégico:

- **Seleccionar redes sociales según público y objetivo a corto y largo plazo.**
- **Evitar creación excesiva de cuentas.**
- **Sincronizar redes con sitio web municipal.**

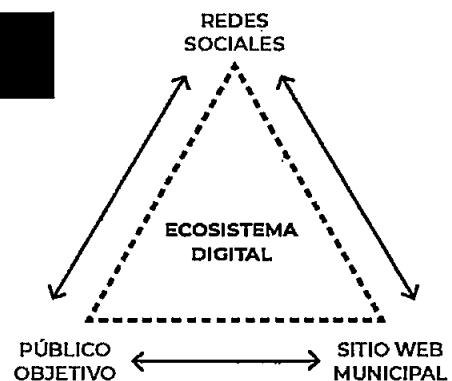
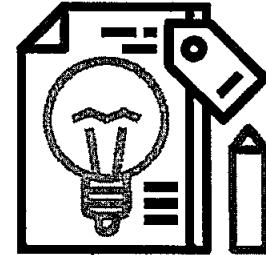


FIGURA N°2 - Ecosistema digital municipal

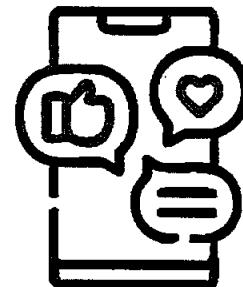
13. Lineamientos Gráficos y de Marca

- Usar logotipo, colores y gráficas complementarias institucionales (definidas en el manual gráfico).
- Escribir y nombrar cuentas con formato oficial.
- Usar plantillas gráficas y recursos fotográficos o audiovisuales coherentes con la imagen municipal.
- En el caso de usar alguna aplicación de edición de video o fotográfico, **procurar que no aparezca** la marca de agua de la plataforma.



14. Protocolo de Apertura y Cierre de Cuentas

- Solicitar formalmente la **creación de cuentas nuevas** a Prensa y Comunicaciones al correo comunicaciones@municipalidadarica.cl
- Para mayor seguridad, se debe **guardar y restringir** credenciales de acceso junto a un número acotado de colaboradores (acceso a cuentas). Lo anterior, usando un correo municipal.
- **Registrar** cierre o traspaso de cuentas.



Redes Sociales Especificidad y tipos	 FACEBOOK	 INSTAGRAM	 TIKTOK	 YOUTUBE	 WHATSAPP
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Seguir a amigos/amigas, subir y compartir contenido que definen un estilo y forma de vida. Comentar y dar puntos de vista en publicaciones públicas	Seguir cuentas de cercanos, informativas y de estilo de vida. Subir Imágenes, videos e historias con música para reflejar un estilo de vida. Uso de filtros para fotos	Ver videos y galerías aleatoriamente según el contenido con el que se interactúa. Subir contenido siguiendo trends virales y masivos	Ver videos y shorts (clips cortos) de intereses personales o informativos. Tendencia de vloggers que monetizan contenido	Comunicar y contactar a cercanos mediante mensajes, audios o videollamadas. Tendencia de canales de difusión masiva
TONO Y TIPO DE INTERACCIÓN	Cercano, directo e informativo. Se puede comentar, compartir contenido y reaccionar con emojis definidos (me gusta, encanta, etc.)	Visual y fotográfico. Uso de hashtags y georreferencia para agrupar contenido global. Se puede dar me gusta, comentar y compartir en historias	Audiovisual y coloquial. El contenido es instantáneo y aleatorio, lo cual genera altas tasas de vistas según la canción o tendencia a seguir	Directo, profesional e informativo. Se permite transmitir en vivo hasta 12 hrs. dar me gusta, suscripción y ver en dispositivos como un televisor	Comunicación directa, permite una conexión segura con la nueva encriptación de datos junto a la función "Perfil de Negocios". Se debe asociar a un número específico
CONTENIDO QUE PERMITE SUBIR LA PLATAFORMA	Imágenes horizontal y vertical, videos e historias (esta última máx. 15 segundos)	Imágenes de 1080x1350 px Reels (máx. 3 minutos) e historias de hasta 60 seg.	Videos verticales máx. 10 minutos o galería de imágenes de hasta 35 fotos	Videos horizontales máx. 256 GB o 60 minutos. Shorts (clip corto de hasta 3 min.)	Imágenes y videos (máx. 2GB de peso), estados de hasta 30 seg., stickers y gifs

15. Indicadores de Gestión y Monitoreo

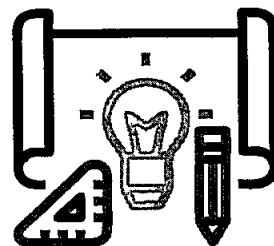
- Todas las redes sociales ofrecen métricas de alcance, interacciones y clics.
- Se puede generar reportes mensuales y análisis de temas relevantes desde la propia plataforma de la red social utilizada.
- Es importante monitorear la cantidad de seguidores de una cuenta, ya que es un indicador clave para medir su crecimiento orgánico. Esto ayuda a evaluar la efectividad de las estrategias de contenidos en redes sociales.
- Lo anterior, ayuda a tomar decisiones basadas en datos fidedignos.



11

16. Gestión de Contenido: Roles y Herramientas

- Planificación mensual y semanal.
- Usar herramientas como Meta Suite o Buffer.
- Definir roles y capacitar* continuamente al equipo.



[*] Sobre este punto:

Comunicaciones y Prensa puede capacitar sobre el uso de redes sociales junto a una orientación gráfica de diseño, alineado al estilo y normativa municipal. Para ello, debe consultar disponibilidad y horarios al **Anexo 6514** o al correo comunicaciones@municipalidadarica.cl

17. Responsabilidad y Buenas Prácticas del Equipo

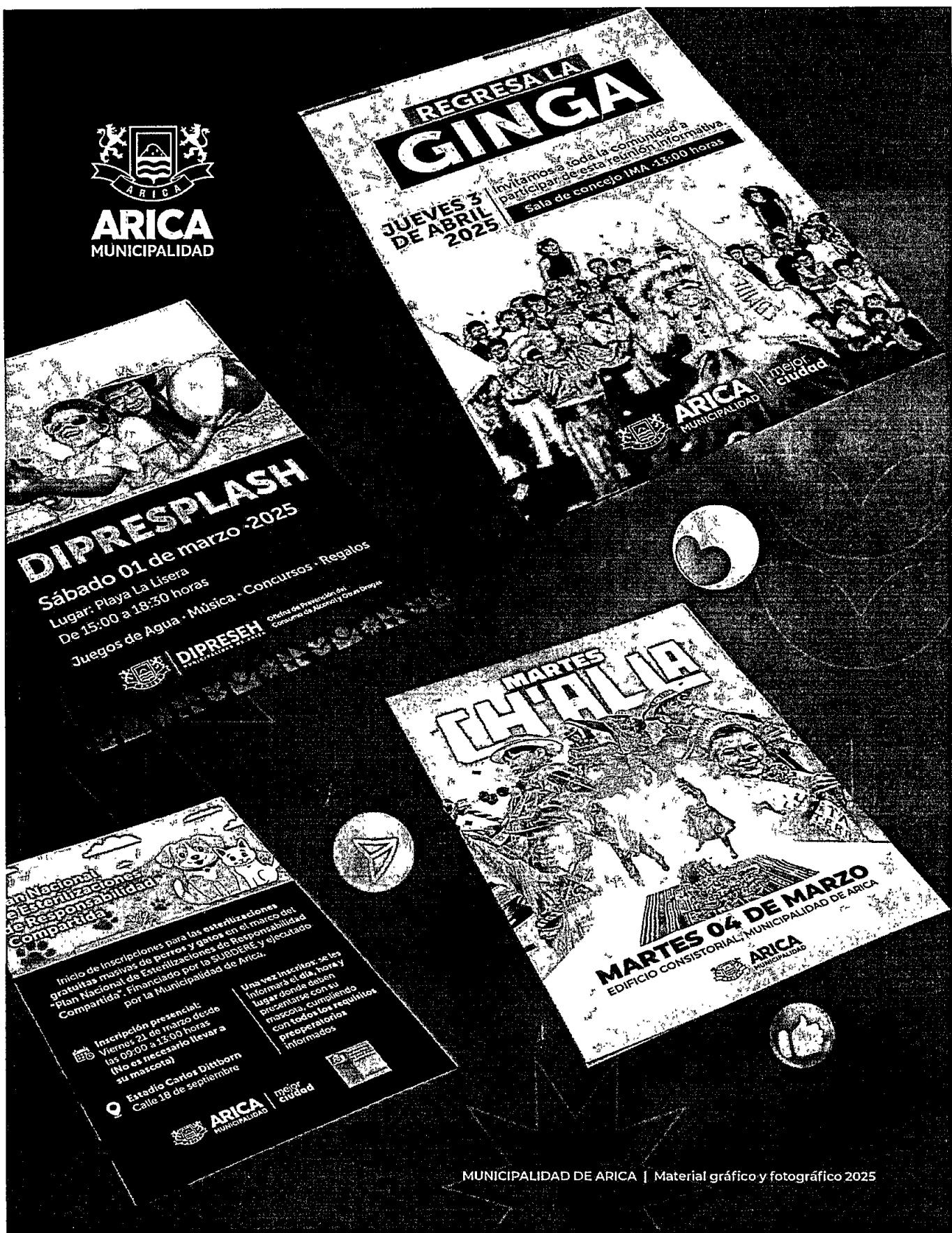
- **Verificar** contenido y textos antes de publicar.
- **Corregir** errores de forma colaborativa y transparente.
- Comunicar siempre con **respeto y profesionalismo**.
- Ante cualquier interrogante comunicacional, es **mejor aclarar la duda y verificar la información**.
- Antes de publicar contenido, es indispensable estar al tanto del acontecer local y nacional.



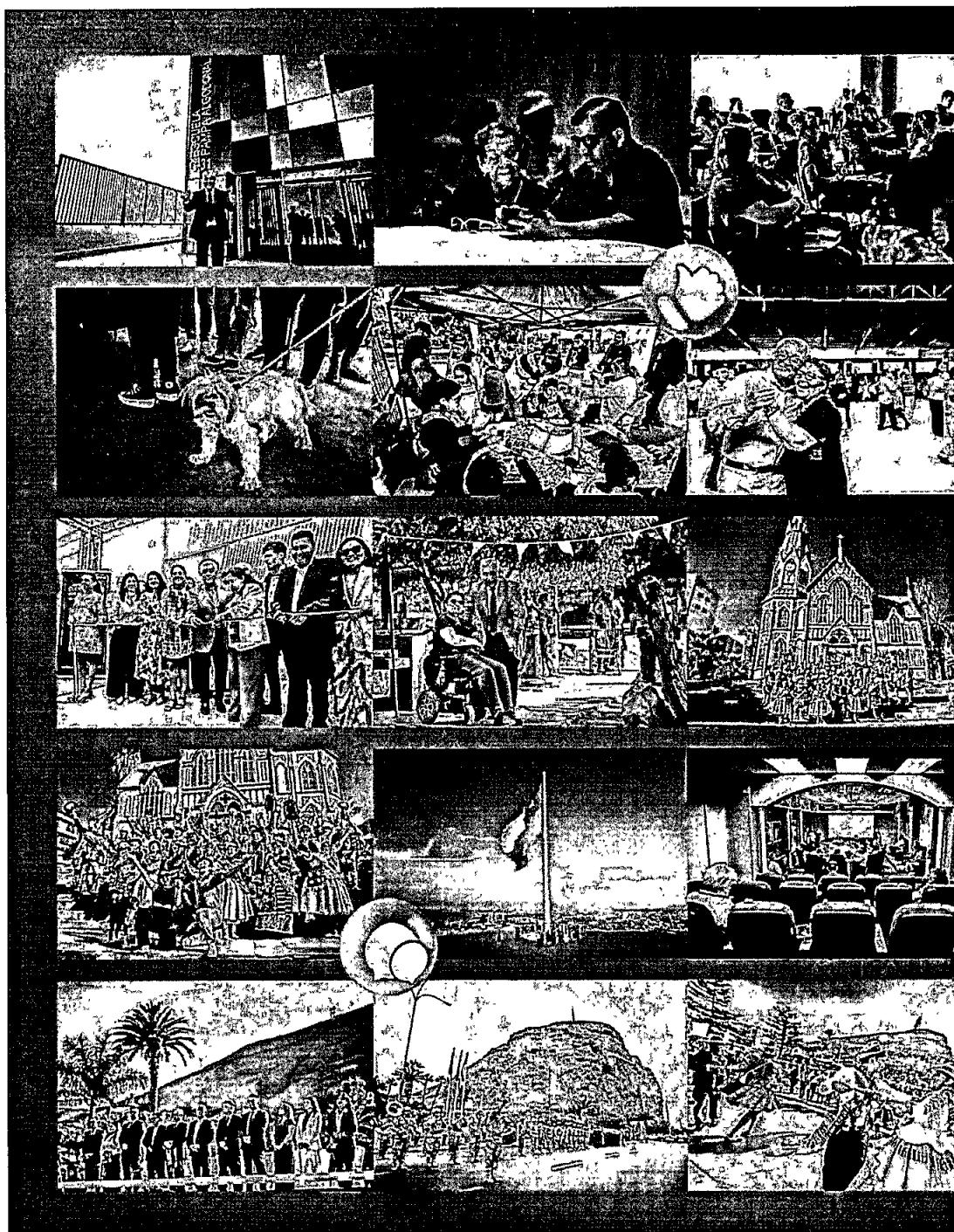
¡Desarrollemos un trabajo colaborativo en redes sociales!

En esta nueva era de **transformación digital**, es importante crear contenido informativo y de valor para la comunidad, contribuir en la mejora constante de los flujos de información, generar conocimiento, resolver problemas y facilitar sinergias entre las diferentes unidades municipales.





MUNICIPALIDAD DE ARICA | Material gráfico y fotográfico 2025



- 2º A partir de esta fecha, todas las Unidades Municipales pertinentes deberán velar por el cumplimiento del citado manual.
- 3º Publíquese el presente manual y modelo de informe en la Intranet Municipal.
- 4º Tendrán presente este Decreto Alcaldicio la Dirección de Administración y Finanzas, Dirección de Control, Asesoría Jurídica y Secretaría Municipal.

ANÓTESE, NOTIFIQUESE, PUBLICASE EN LA PAGINA WEB MUNICIPAL E INTRANET MUNICIPAL Y ARCHÍVESE.

FDO) ORLANDO VARGAS PIZARRO, ALCALDE DE ARICA Y CARLOS CASTILLO GALLEGUILLOS, SECRETARIO MUNICIPAL.

Lo que transcribo a Ud., para su conocimiento y fines procedentes

MUNICIPALIDAD DE ARICA
SECRETARIA MUNICIPAL
CARLOS CASTILLO GALLEGUILLOS
SECRETARIO MUNICIPAL

OVP/AGG/MCZ/PTF/. -
c.c. a todas unidades municipales, DIDI y Archivo.-