

Área:

Documento:

01719I025U

Unidad:

Expediente:

017 - Secretaría General del Gobierno Local

022/2025/63

Fecha y hora:

01-10-2025 08:19

Código de Verificación:



0B1KOU540H042Y411BIZ

DECRETO DE LA ALCALDÍA

Resolución de Alcaldía
4546/2025
08/10/2025

VISTO el contenido de la providencia de fecha 2 de octubre de 2025, suscrita por el Concejal Delegado de Presidencia y Relaciones Institucionales, por la que se interesa la elaboración de una instrucción reguladora del uso institucional de las redes sociales del Ayuntamiento de Huelva, a fin de establecer los criterios comunes para su gestión, funcionamiento y buenas prácticas en los distintos perfiles oficiales vinculados a áreas, servicios o departamentos municipales.

CONSIDERANDO que el uso de redes sociales se ha convertido en una herramienta esencial para la comunicación institucional, resultando necesario dotar a la organización de un marco normativo básico que garantice la coherencia, transparencia y adecuación de los contenidos publicados en nombre del Ayuntamiento.

VISTO el borrador de Instrucción elaborado a tal efecto por la Responsable del Gabinete de Comunicación, Protocolo y Relaciones Institucionales, de fecha 8 de octubre de 2025.

CONSIDERANDO que los valores éticos y las normas de conducta asociadas a la gestión de las redes de una administración pública deben corresponderse con los principios generales y de actuación del Buen Gobierno, recogidos en el artículo 26 del Título II de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia y Buen Gobierno.

Por todo ello, en ejercicio de las competencias que me están conferidas por la legislación vigente, en especial el artículo 124.4.g) de la LRBRL, en cuanto que atribuye a esta Alcaldía la facultad de dictar Instrucciones, **RESUELVO:**

PRIMERO. Aprobar la Instrucción de Servicio dictada por la Responsable del Gabinete de Comunicación, Protocolo y Relaciones Institucionales que a continuación se transcribe:

«INSTRUCCIÓN 2/2025 DE 8 DE OCTUBRE, DE LA CONCEJALÍA DE PRESIDENCIA Y RELACIONES INSTITUCIONALES REGULADORA DE LAS REDES SOCIALES DEL EXCMO. AYUNTAMIENTO DE HUELVA

1.-INTRODUCCIÓN

Las redes sociales se han convertido en uno de los medios más empleados por las administraciones públicas en su estrategia de comunicación, fundamentalmente porque estos canales han propiciado que la ciudadanía no sólo tenga un rol de receptora de la información institucional, sino, sobre todo, que se convierta en un agente activo que genera, comparte y se relaciona directamente con el Ayuntamiento sin intermediarios y de una manera bidireccional.

Por tanto, actualmente, las redes sociales además de contribuir a difundir información municipal juegan un papel cada día más importante en la interacción con la ciudadanía, el fomento de la participación activa en la toma de decisiones, la transparencia municipal y la generación de estrategias colaborativas, principios del Gobierno Abierto.

Asimismo, su uso favorece la confianza de la ciudadanía con el Ayuntamiento y también permite, gracias al feedback, mejorar la eficiencia, calidad y eficacia en la prestación de los servicios de la administración. En el ámbito local, las redes sociales adquieren, si cabe, todavía una mayor consideración como servicio público, ya que a través de estos canales las entidades pueden conocer y responder de manera inmediata a las necesidades de su ciudad.

El Ayuntamiento de Huelva cuenta con una importante presencia en diversas redes sociales, unas herramientas de comunicación que se pusieron en marcha en el año 2015, pero que en los últimos tiempos se han diversificado y están adquiriendo una gran relevancia en las acciones de comunicación institucional.

Ante tal auge, se presentan las siguientes instrucciones con el propósito de que aseguren una correcta utilización en la institución.

2.-NORMATIVA DE REFERENCIA

El artículo 70.bis.3 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las bases del Régimen Local, determina la obligación de los municipios de “impulsar la utilización interactiva de las tecnologías de la información y la comunicación para facilitar la participación y la comunicación con los vecinos”.

De otro lado, el artículo 2 b) de la Ley 1/2014, de 24 de junio, de Transparencia Pública de Andalucía establece para los sujetos obligados (entidades que integran la Administración Local en Andalucía) “la obligación de hacer pública por propia iniciativa, en los términos previstos en la presente ley, la información pública de relevancia que garantice la transparencia de su actividad relacionada con el funcionamiento y control de su actuación pública”.

Asimismo, el capítulo II de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información

Área:

Documento:

01719I025U

Unidad:

Expediente:

017 - Secretaría General del Gobierno Local

022/2025/63

Fecha y hora:

01-10-2025 08:19

Código de Verificación:



0B1KOU540H042Y411BIZ

pública y Buen Gobierno, dedicado a la publicidad activa, establece una serie de obligaciones para los sujetos incluidos en el ámbito de aplicación del título I, entre los que se encuentran los entes locales, que habrán de difundir determinada información sin esperar una solicitud concreta de los administrados. En este punto se incluyen datos sobre información institucional, organizativa y de planificación, de relevancia jurídica y de naturaleza económica, presupuestaria y estadística.

Por otra parte, el Reglamento de Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Huelva del 29 de agosto de 2019 contempla, como una de las finalidades de esta normativa, la de “Mejorar y fortalecer la comunicación entre la acción de gobierno y la ciudadanía” (artículo 2.c)

Y, en este sentido, el Título II del Reglamento, que aborda los Derechos de la Ciudadanía, se abre con el Derecho a la Información y se dispone al respecto que: “El Ayuntamiento de Huelva garantiza a la ciudadanía el derecho a la información sobre la gestión de las competencias y servicios municipales, de conformidad con las disposiciones legales vigentes y el presente Reglamento, con los únicos límites previstos en el art. 105 de la Constitución, la legislación de régimen local y la legislación de transparencia aplicable. El ejercicio de este derecho se realizará a través de los procedimientos establecidos legalmente. A tal efecto, se utilizarán también los medios de comunicación local y cualesquiera otros que el Ayuntamiento considere oportunos, especialmente las nuevas tecnologías al servicio de la comunicación y la información. Igualmente, se podrán establecer los medios técnicos adecuados, de carácter gratuito, en Bibliotecas Municipales, Centros Sociales, Oficinas de Información o cualesquiera otros lugares que se consideren aptos por su accesibilidad para la ciudadanía. Del mismo modo, se podrán organizar actos informativos mediante acuerdo con las entidades ciudadanas interesadas”.

También el artículo 8 del Reglamento, relativo a las obligaciones del Ayuntamiento respecto a la participación ciudadana estipula que “En los procesos de participación que se lleven a cabo al amparo del presente Reglamento, el Ayuntamiento tendrá las siguientes obligaciones...c) Establecer los medios pertinentes para la promoción del ejercicio efectivo del derecho a la participación ciudadana a través de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), especialmente a través de la configuración de espacios interactivos en la sede electrónica, portal y página web del Ayuntamiento, así como mediante la

promoción de sistemas de votación y encuesta de carácter electrónico”.

De otro lado, la creación y el uso de perfiles del Ayuntamiento en las redes sociales obligan a respetar diferente normativa, especialmente las siguientes:

- *Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional.*
- *Ley 6/2005, de 8 de abril, reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía.*
- *La Protección de Datos de Carácter Personal, regulada, además de en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.*
- *Los Derechos al Honor, la Intimidación y la Propia Imagen, regulados en la Ley Orgánica 1/1982 de Protección Civil del derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen.*
- *Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual.*

El uso de internet y de las redes sociales son un bien que se debe respetar, mantener y salvaguardar de ataques, mal uso o uso indebido. Por tanto, en este sentido, se debe de tener en cuenta lo dispuesto en el Real Decreto 311/2022, de 3 de mayo, por el que se regula el Esquema Nacional de Seguridad y, en el ámbito local, el Reglamento Municipal de Uso de los Servicios y Bienes Informáticos y de Comunicaciones del Ayuntamiento de Huelva de 9 de mayo de 2012.

El código de conducta de quienes ejerzan de gestores de las redes sociales del Ayuntamiento se enmarca en lo estipulado en el Estatuto Básico del Empleado Público (artículos 52 y siguientes del Real Decreto Legislativo 5/2015, de 30 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto Básico del Empleado Público).

E igualmente, los valores éticos y las normas de conducta asociadas a la gestión de las redes de una administración pública deben corresponderse con los principios generales y de actuación del Buen Gobierno, recogidos en el artículo 26 del Título II de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia y Buen Gobierno.

3.-OBJETO

El objeto de la presente normativa municipal es el de regular la presencia y la actividad de las redes sociales del Ayuntamiento de Huelva, marcando unas instrucciones y pautas que deriven en un uso correcto de las mismas, mejoren la comunicación de la institución y garantice la participación y el acceso a la información de toda la ciudadanía.

Se pretende además ordenar las redes sociales municipales, estableciendo protocolos para la apertura, registro y gestión de nuevos perfiles con medidas de seguridad en su uso y siempre en pro de la

Área:

Documento:

01719I025U

Unidad:

Expediente:

017 - Secretaría General del Gobierno Local

022/2025/63

Fecha y hora:

01-10-2025 08:19

Código de Verificación:



0B1KOU540H042Y411BIZ

ciudadanía.

4. ÁMBITO DE APLICACIÓN Y FINES

1. *Estas normas reguladoras son de aplicación a todo el ámbito de actuación de las áreas del Ayuntamiento y será de obligatorio cumplimiento para todo el personal, incluyendo igualmente a personas usuarias internas o entidades externas que, en el marco de una relación contractual tengan acceso a las redes sociales municipales.*

2. *La finalidad de esta norma es la de establecer la forma en la que debe desarrollarse la presencia del Ayuntamiento de Huelva en sus diferentes redes sociales, integrada en una estrategia de comunicación eficiente, transparente y orientada a fomentar la participación ciudadana, regulando para ello la apertura y registro de los perfiles, así como la gestión de las publicaciones, los comentarios y la monitorización de las cuentas municipales.*

Con ello se persigue dar respuesta a la demanda de los diferentes servicios municipales que requiere por sus competencias y actividades difundir información a través de los perfiles institucionales, así como conocer la opinión de la ciudadanía onubense y ofrecer una adecuada respuesta a sus demandas.

Asimismo, estas redes sociales permiten poner a disposición de la ciudadanía otros canales adicionales a la web y al portal de transparencia para facilitar la obtención de la información de publicidad activa.

5.-RESPONSABILIDAD DE LAS REDES SOCIALES CORPORATIVAS

La Concejalía de Presidencia y Relaciones Institucionales, a través del Departamento de Comunicación, ejerce la dirección, planificación, desarrollo de la comunicación institucional y, por tanto, asume el control de toda la presencia del Ayuntamiento de Huelva en las redes sociales, velando por el buen uso y el carácter institucional y de servicio público de las mismas, de acuerdo con lo establecido en esta norma, mediante el personal adscrito a estas tareas.

Al respecto, le corresponde al área de Comunicación las siguientes facultades:

- *Autorización de apertura, cierre de cuenta, registro de perfiles y control de su uso según esta norma.*
- *Definición de la estrategia corporativa de uso y comunicación en las redes sociales a través del Plan Social Media.*
- *Establecimiento de la imagen corporativa en medios sociales y su control.*
- *Elaboración, difusión y control del Manual de Uso y Estilos Social Media (Anexo II)*
- *Evaluación anual de la utilización e impacto de los diferentes perfiles sociales.*
- *Identificación y denuncia para los casos establecidos por los diferentes proveedores de redes sociales.*
- *Vigilancia y el cierre de canales o perfiles falsos y/o no autorizados.*

6.-PRINCIPIOS GENERALES DE APLICACIÓN EN LAS REDES SOCIALES MUNICIPALES

- 1. Las publicaciones que se realicen en redes sociales municipales se registrarán por los principios de objetividad, veracidad, transparencia y el legítimo derecho a la información de la ciudadanía.*
- 2. Prevalecerá la utilidad y servicio público de los mensajes, como elementos facilitadores de la participación ciudadana y el bien común.*
- 3. A través de sus contenidos se materializará la necesaria responsabilidad y rendición de cuentas de la institución.*
- 4. En aras al principio de pluralidad informativa y neutralidad política de la institución, las publicaciones se realizarán dentro del respeto al rigor y con informaciones útiles y de calidad con destino al mayor número posible de ciudadanos/as.*
- 5. Las publicaciones deberán respetar la legislación vigente sobre derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, protección de datos de carácter personal, accesibilidad y propiedad intelectual.*
- 6. Las informaciones en redes sociales deberán redactarse en un lenguaje claro, comprensible y en formatos adecuados que resulten accesibles y comprensibles, conforme al principio de accesibilidad universal y diseño para todos y todas, en atención al artículo 5.5 Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno.*

Área:

Documento:

01719I025U

Unidad:

Expediente:

017 - Secretaría General del Gobierno Local

022/2025/63

Fecha y hora:

01-10-2025 08:19

Código de Verificación:



0B1KOU540H042Y411BIZ

7.-APERTURA Y CIERRE DE CUENTAS

En el caso de que un área o servicio municipal quiera tener presencia en una red social, deberá solicitar al área de Comunicación la creación de una cuenta corporativa, a través de una solicitud previa en la que justifique y motive dicha necesidad, y en la que el responsable del Servicio deberá identificar a los funcionarios públicos que van a participar en la gestión de la misma. (Anexo I). La solicitud deberá ir firmada por el jefe/a del Servicio y el correspondiente Delegado/a del Área.

El área de Comunicación analizará dicha necesidad y determinará si procede su apertura teniendo en cuenta la capacidad de generar contenido de calidad de la misma y una cantidad de publicaciones aceptable. En caso de que se decidiera denegar la solicitud, esta se hará de manera motivada por el área de Comunicación y se hará llegar al solicitante.

Si la solicitud es aceptada, se le facilitará a los responsables de la gestión de la cuenta: el usuario y la contraseña, el Manual de Uso y Estilos, así como los logos, imágenes, plantillas o herramientas similares que deban utilizarse para generar contenidos.

De manera anual, el departamento de Comunicación realizará un informe de control de las cuentas autorizadas para determinar si cumple con lo establecido en esta norma. Se podrá acordar por el mismo departamento el cierre de las cuentas cuando:

- *Se incumpla lo dispuesto en esta norma en relación a las obligaciones de los gestores de cuentas.*
- *Los gestores no atiendan lo establecido en el Manual de Uso y Estilos Social Media.*
- *El uso de informaciones sea inapropiado o no correspondan al servicio.*
- *Dañe la imagen de la institución.*
- *No se utilice con regularidad y no cumpla con la frecuencia mínima de publicaciones.*
- *Su alcance no sea el adecuado.*
- *No permita el diálogo con la ciudadanía.*
-

En el caso de las redes sociales municipales abiertas antes de esta normativa, los gestores deberán respetar los criterios de esta norma y tendrán igualmente que solicitar la continuidad del perfil enviando una solicitud previa al Área de Comunicación, justificando su apertura, identificando a los gestores y dando cuenta del usuario/contraseña para su registro.

Ninguna persona que preste servicios en el Ayuntamiento de Huelva podrá darse de alta en ninguna red social en nombre o en representación de la institución salvo autorización del Área de Comunicación.

Si algún servicio con una cuenta quisiera cerrarlo, deberá comunicarlo al Área de Comunicación para que valore si se hace cargo de la gestión o bien estima necesario un vaciado del contenido antes del cierre.

8.-OBLIGACIONES DE LOS/AS GESTORES DE LOS PERFILES DEL AYUNTAMIENTO DE HUELVA

Cada perfil social autorizado tendrá que disponer de una persona administradora y responsable, encargada de la gestión efectiva de la misma y, por tanto, de las siguientes tareas:

- *Publicación regular de contenidos.*
- *Interacción con ciudadanía.*
- *Resolución de incidencias.*
- *Gestión de crisis.*
- *Seguimiento y evaluación.*

El gestor/a actuará siguiendo las directrices del Área de Comunicación y bajo su supervisión, asegurándose que los mensajes transmitidos sean coherentes con la comunicación institucional. Asimismo, se guiará por lo dispuesto en el Manual de Identidad Corporativa del Ayuntamiento de Huelva, el Plan Social Media y el Manual de Uso y Estilos.

El gestor/a cumplirá con los deberes y principios de los artículos 52 y siguientes del Real Decreto Legislativo 5/2015, de 30 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto Básico del Empleado Público. Asimismo, regirán en su gestión los principios del Buen Gobierno (artículo 26 del Título II de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia y Buen Gobierno)

8.1 Contenido de las publicaciones

-Las publicaciones se basarán en hechos, datos, eventos, convocatorias y actuaciones de la actividad municipal, con una redacción sencilla, sin tecnicismos y sin faltas de ortografía, siguiendo las pautas del Manual de Usos y Estilos.

-Se evitarán publicaciones demasiado largas y todas aquellas que no generen valor o transmitan información.

-Salvo excepciones por avisos del servicio o consejos, las publicaciones deberán estar enlazadas a



Área:

Documento:

01719I025U

Unidad:

Expediente:

017 - Secretaría General del Gobierno Local

022/2025/63

Fecha y hora:

01-10-2025 08:19

Código de Verificación:



0B1K0U540H042Y411BIZ

los contenidos de la/s web/s municipal, donde se aportará una información más extensa.

-No se compartirán contenidos de cuentas de representantes políticos/as ni de partidos, para asegurar la independencia de la institución.

-Las publicaciones que se realicen en los perfiles institucionales del Ayuntamiento deberán procurar etiquetar sólo perfiles de carácter institucional, evitando los perfiles personales o profesionales que no tengan ese carácter institucional.

-Se podrá dar cuenta de encuentros y asistencia a actividades organizadas por otros colectivos e instituciones si son de interés o de gran calado en el municipio.

-Excepcionalmente, se podrá compartir publicaciones procedentes de otras administraciones o de medios de comunicación que sean de gran relevancia o trascendencia para la ciudad.

-Se podrán compartir avisos de la AEMET, Emergencias 112, Protección Civil, o Cuerpos y Fuerzas de Seguridad o similares, siempre que hagan referencia a la situación o riesgo del municipio.

8.2 Frecuencia de las publicaciones

-Se deberá establecer un calendario de publicaciones mensuales que respondan a las necesidades del servicio en materia de comunicación.

-Habrá que jerarquizar la información y establecer una frecuencia razonable evitando saturar los perfiles de contenido.

-La presencia en una red social estará justificada y será eficaz si se utiliza con regularidad, es decir, si se publican contenidos con una cierta frecuencia, estableciéndose un mínimo de 4 publicaciones semanales.

8.3 Protocolo de respuesta

-Se deberá fomentar el diálogo abierto con la ciudadanía, respetando sus opiniones y no polemizando con ella.

-Se debe tratar con respeto a los usuarios usando un lenguaje apropiado y correcto, como si estuvieran en su presencia y con un tono cordial.

-No está permitido emitir opiniones personales ni partidistas en los perfiles municipales.

-En cada red social y en el apartado de Comunicación de la web municipal se expresará la política de participación de las personas usuarias, donde se hará constar lo siguiente:

“El Ayuntamiento no se hace responsable del contenido de las opiniones de las personas usuarias, estableciendo unas normas de participación de cara a garantizar una conversación respetuosa y tolerante entre la ciudadanía y que no distorsione la información municipal, estableciendo como directriz la eliminación de contenido y comentarios del tipo siguientes:

Que sean ofensivos y vayan contra la dignidad y el honor de otra persona. No se aceptarán comentarios cuyo contenido, enlaces, vídeos, fotografía se considere insultante, injurioso, difamatorio, discriminatorio, violento, racista o contenga un lenguaje ofensivo.

Que no sean pertinentes y se desvíen del tema tratado. Todos aquellos comentarios que se repitan, que no tengan sentido o que persigan promocionar iniciativas particulares se considerarán spam.

Que contengan datos de carácter personal.

Que violen alguna ley de derechos de autor o de propiedad intelectual.

Que alimenten polémicas, desorienten, engañen o pretendan estafar a la ciudadanía.

Que sean spam o contengan contenido promocional.

En general, comentarios con fines o efectos ilícitos, ilegales, contrarios a la buena fe y al orden público, lesivos de los derechos e intereses de terceros, o que de cualquier forma puedan resultar ofensivos en sentido amplio”.

-En un plazo de no más de 24 horas (salvo fines de semana) se deberán responder a los mensajes privados.

-No se atenderán comentarios negativos, insultos ni opiniones. Tampoco se agradecerán comentarios positivos, ni se muestra ningún tipo de preferencia.



Área:

Documento:

01719I025U

Unidad:

Expediente:

017 - Secretaría General del Gobierno Local

022/2025/63

Fecha y hora:

01-10-2025 08:19

Código de Verificación:



0B1K0U540H042Y411BIZ

-No se podrá entrar en discusiones, ni contestar a opiniones.

-Se deberá contestar a las preguntas o comentarios siempre que competan al servicio municipal y si fuera de competencia de otro servicio del Ayuntamiento se indicará el servicio o unidad administrativa pertinente y la forma de contactar.

-Las redes sociales no sustituyen a la gestión de trámites ni la atención telefónica. La comunicación de incidencias se derivará a la aplicación Línea Verde, la sede electrónica o a los canales tradicionales de información municipal y atención a la ciudadanía.

-No se incluirán opiniones personales, ni se harán comentarios que no sean los relacionados con el servicio y puedan comprometer la postura de la institución o de otro servicio, sin que ésta la haya manifestado previamente a través de sus órganos competentes.

-Si al redactar un comentario se ha cometido un error en su redacción se deben rectificar o eliminar, salvo que hubieran sido comentados, debiendo entonces de pedir disculpas en privado.

-Se responderá a las críticas agradeciendo siempre la aportación o sugerencia, o bien mostrando una opción de mejora y solución sin la hubiera.

-Se debe fomentar las conversaciones por privados para la resolución de quejas y problemas particulares.

8.4 Seguidores

-Se deberán revisar las personas seguidoras, para evitar los perfiles falsos (fake)

-Habrá que conocer el público que forma parte de la comunidad y escuchar el 'ruido social', así como realizar un seguimiento de aquellas publicaciones que sean de interés para el municipio en

otras redes sociales, notificando al Área de Comunicación de aquellos temas que puedan generar un crisis o sean de preocupación para la población.

-Todos los perfiles municipales deberán seguir al resto de perfiles oficiales municipales, facilitando la coordinación de mensajes. Igualmente se fomentará el apoyo mutuo de las cuentas municipales, mediante “me gusta”, “retuiteo” y compartiendo publicaciones.

-Aunque el Ayuntamiento no sea responsable de los comentarios realizados por la ciudadanía en las redes sociales, puede y debe ejercer un control sobre los mismos, reservándose el derecho a ocultar, silenciar o bloquear a usuarios cuando se incumplan las normas básicas de participación establecidas en el apartado anterior o la legislación vigente. Asimismo, se deberá notificar a los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad los comentarios que contengan amenazas o que puedan ser constitutivos de delito.

-Si algunos de los gestores detectara la presencia de un perfil falso (trolls) deberá comunicarlo al Área de Comunicación para que tras un análisis de su actividad, contenido y comentarios vertidos, tome la decisión de bloquearlo o eliminar sus comentarios.

-Ante conversaciones entre particulares en las redes municipales sobre temas privados, así como ante mensajes de ataques personales, se procederá a eliminar el hilo de la conversación.

9.-MEDIDAS DE SEGURIDAD

Tanto el Área de Comunicación como los gestores de redes deberán aplicar unas medidas mínimas de seguridad para no poner en riesgo a la institución. Se establecen las siguientes medidas:

-Usar contraseñas seguras, con la menos 8 dígitos, alfanuméricas con mayúsculas y minúsculas.

-No compartir contraseñas con personas ajeno a la cuenta y no mantenerlas al alcance de terceros.

Asimismo, al respecto, se tendrá en cuenta todo lo dispuesto en Reglamento Municipal de Uso de los Servicios y Bienes Informáticos y de Comunicaciones del Ayuntamiento de Huelva de 9 de mayo de 2012.

10.-PROTECCIÓN DE DATOS

Atendiendo a lo dispuesto en el Reglamento General de Protección de Datos de la UE y LO 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales, se informará a todo/a ciudadano/a a que facilite datos de carácter personal a través de las redes sociales de que el tratamiento de los mismos se realizarán siguiendo las directrices que marca la normativa vigente.

En las redes sociales no se publicarán datos de carácter personal de cualquier naturaleza. Y, atendiendo a los principios generales, se prestará especial atención a los datos relativos a menores en fotografías y



Ayuntamiento de
HUELVA

Área:

Documento:

01719I025U

Unidad:

Expediente:

017 - Secretaría General del Gobierno Local

022/2025/63

Fecha y hora:

01-10-2025 08:19

Código de Verificación:



0B1K0U540H042Y411BIZ

vídeos.

11.-DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Los contenidos que se publiquen en redes sociales (imágenes, música, vídeos...) deberán tener en cuenta la normativa vigente en materia de Propiedad Intelectual. Se deberán utilizar los recursos propios generados por el propio ayuntamiento y que den valor a la información.

ANEXOS

1. ALTA Y BAJA (ANEXO I)
2. MANUAL DE USOS Y ESTILOS (ANEXO II)

ANEXO I

SOLICITUD DE ALTA/BAJA DE NUEVO PERFIL SOCIAL	
Área municipal:	
Solicitante:	
Nombre del perfil:	
Red/es para la que se solicita alta/baja:	
Gestor/es del perfil:	
Teléfonos y email de gestores:	
Justificación necesidad de ALTA/Justificación solicitud de BAJA:	
Destinatarios:	
Contenidos:	
Objetivos:	
Empresa externa si la hubiera:	
Otras consideraciones:	
Fecha y firma (solicitante, jefe/a del Servicio y Delegado/a del Área	



Área:

Documento:

01719I025U

Unidad:

Expediente:

017 - Secretaría General del Gobierno Local

022/2025/63

Fecha y hora:

01-10-2025 08:19

Código de Verificación:



0B1K0U540H042Y411BIZ

ANEXO II

MANUAL DE USO Y ESTILO SOCIAL MEDIA AYUNTAMIENTO DE HUELVA

Las redes sociales del se han convertido en un instrumento primordial en la comunicación de las instituciones. Algo que implica una gran responsabilidad a las personas que ejercen su gestión en las Redes Sociales.

Este manual es aplicable a todos los perfiles municipales que tengan presencia en Redes Sociales.

1. DIRECTORIO DE REDES SOCIALES DEL AYUNTAMIENTO DE HUELVA

Tras analizar nuestro ecosistema de Redes Sociales, nos encontramos con los siguientes perfiles oficiales del Ayuntamiento de Huelva activo. No obstante, se han detectado otras cuentas asociados al Consistorio que se mantienen abiertas sin actividad ninguna o que no han sido autorizadas y que deberán regularizarse.

USUARIO

PERFILES RRSS

Ayuntamiento de Huelva

*Facebook, Twitter, LinkedIn,
Instagram, Tik Tok, YouTube y
canal de Whats App*

2. GUÍA DE ESTILO

¿Qué mensajes publicar y cómo publicar?

- ✓ **Utilizaremos un tono institucional**, donde se hable en primera persona, con un lenguaje amigable. En definitiva, trabajar por utilizar un lenguaje cercano e inclusivo, que acerque el Ayuntamiento de Huelva a la población, como a sectores específicos o clientes, siendo sensible no solamente a los intereses institucionales, sino también a la actualidad social que le circunda.
- ✓ Es imprescindible una correcta redacción y capacidad de síntesis.
- ✓ **No está permitido emitir opiniones personales ni partidistas en los perfiles municipales.**
- ✓ **Modelo de respuesta a comentarios.** Hemos establecido un modelo de respuesta para que, a excepción de algunos casos, mantener siempre la misma línea. (Modelo de respuesta): “Buenos días, XXX. (Respuesta o explicación). Le agradecemos su implicación en favor de nuestra ciudad. Saludos”. En un plazo de no más de 24 horas (salvo fines de semana) se deberán responder a los mensajes privados y comentarios.
- ✓ **No se atenderán comentarios negativos, insultos ni opiniones.**
- ✓ **Periodicidad en los perfiles Social Media.** La frecuencia de publicaciones fijadas para los perfiles Social Media es cuatro post semanales como mínimo.
- ✓ **Creación de contenidos y recursos gráficos adaptados a cada perfil.** Siempre y cuando se respete la identidad corporativa del Ayuntamiento de Huelva. La tipografía a utilizar es onuba y el color corporativo es el azul (#0071ce).



Ayuntamiento de
HUELVA

Área:

Documento:

01719I025U

Unidad:

Expediente:

017 - Secretaría General del Gobierno Local

022/2025/63

Fecha y hora:

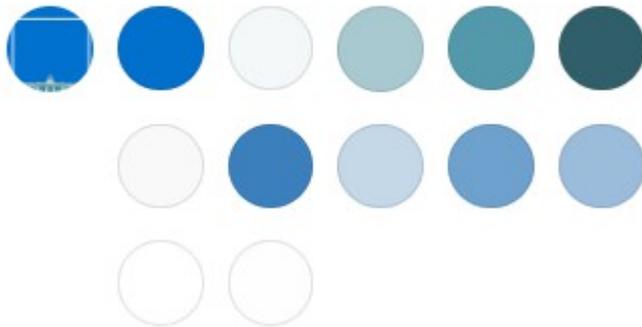
01-10-2025 08:19

Código de Verificación:

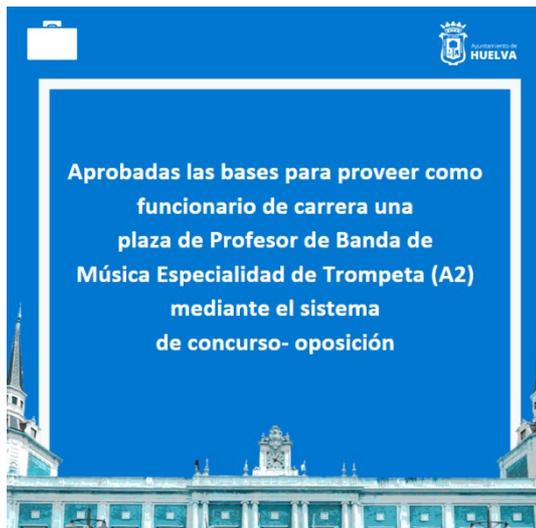


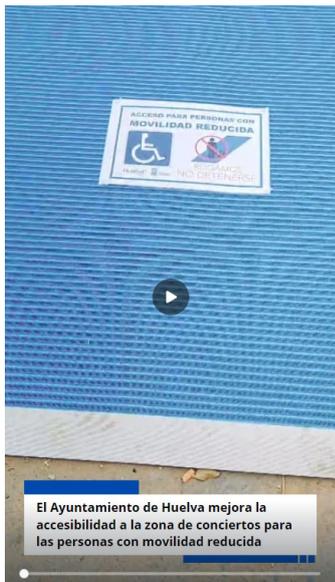
0B1K0U540H042Y411BIZ

 Paleta de colores de las fotos



Algunos ejemplos de la línea estética:





- ✓ **Hashtags.** Dependiendo del tema al que recurramos utilizaremos un hashtag u otro. Al respecto, se deberá hacer consulta al departamento de Comunicación sobre el uso más conveniente.
- ✓ **Emojis.** El uso de los emojis es una excelente forma de decir más con pocos caracteres. También se ha demostrado que aumenta la interacción, pero solo si se utiliza correctamente. Utilizaremos emojis en todas las publicaciones que tengan un carácter social o en informaciones que puedan ser complementadas con esta herramienta. Para publicaciones demasiado formales, haremos uso del círculo azul para encabezar la noticia y de guiones para agilizar la lectura.
- ✓ **Negritas.** Recurrir a esta función cuando queramos destacar algo en especial o cuando sean informaciones demasiado largas y se estructuren por puntos.
- ✓ **Lineamientos específicos de plataformas.** Cada red social tiene un lenguaje específico:

Facebook:

- Largo ideal de un post en Facebook: de 40 a 80 caracteres.
- Un 58 % de los espectadores miran hasta el final un video relacionado con una marca si dura menos de 60 segundos.
- Recomendable utilizar menciones y emojis.

Área:

Documento:

01719I025U

Unidad:

Expediente:

017 - Secretaría General del Gobierno Local

022/2025/63

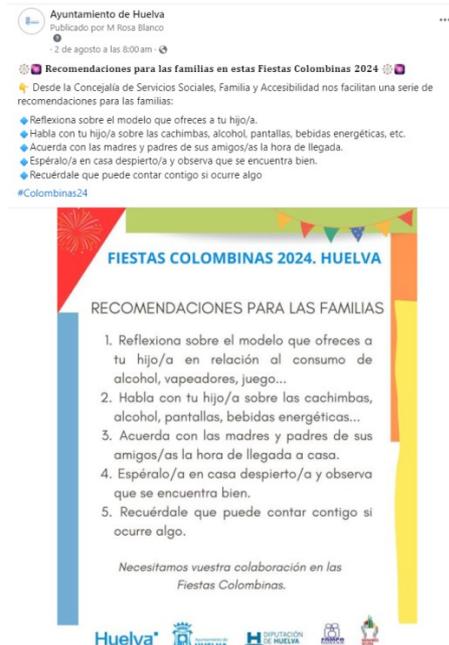
Fecha y hora:

01-10-2025 08:19

Código de Verificación:



0B1KOU540H042Y411BIZ



Twitter:

- El rango de 120 a 130 caracteres es el ideal para obtener una tasa de clics alta.
- Longitud ideal de un hashtag: 11 caracteres o menos, si es posible.
- Los vídeos que obtienen mayor tasa de éxito tienen una duración media de 45 segundos.
- Recomendable utilizar un par de hashtags y emojis para hacer más atractivo el Tweet.

Ayuntamiento Huelva @AytoHuelva · 18 ago. ...
📣 La Casa Colón acogerá del 7 al 9 de octubre la '1 Semana de las economías transformadoras'.
🚀 Unas jornadas organizadas por la @Reas_Red que propone reflexionar sobre la economía desde el desarrollo comunitario.
lc.cx/mIjpm_



Instagram:

- Longitud ideal de un hashtag: hasta 24 caracteres.
- En promedio se estiman utilizar de 2 a 10 hashtags.
- Duración ideal de un video de Instagram: 30 segundos.
- Recomendable utilizar menciones, hashtags y emojis.



aytohuelva 🟢 🏠 La apuesta por la accesibilidad en La Orden avanza con la eliminación de barreras arquitectónicas más allá de las vías principales.

👉 Avanzamos en la accesibilidad de la barriada de La Orden, con la eliminación de barreras arquitectónica más allá de las vías y arterias principales, para garantizar la libre circulación de las personas con movilidad reducida por todas las calles.

#accesibilidad #Huelva #LaOrden
#eliminaciónbarrerasarquitectónicas



aytohuelva 🌱 🗑️ El 'Punto Limpio Móvil' se encuentra ubicado esta semana en la avenida Unión Europea.

📍 El Ayuntamiento de Huelva cuenta con un servicio gratuito de recogida para residuos voluminosos, previa solicitud en el teléfono 959 159 299.

#recicla #cuidatuciudad #Huelva

Área:

Documento:

01719I025U

Unidad:

Expediente:

017 - Secretaría General del Gobierno Local

022/2025/63

Fecha y hora:

01-10-2025 08:19

Código de Verificación:



0B1KOU540H042Y411BIZ



aytohuelva 📌 Recuerda que tienes hasta el 20 de septiembre para presentar tu candidatura al XXIV Premio de Investigación Diego Díaz Hierro 🏆.

📌 El XXIV Premio Diego Díaz Hierro de Investigación establece un premio único, dotado con 4.500 €.

📄 Los trabajos se presentarán en la sede de Archivo Municipal de Huelva (Casa Colón).

#cultura #investigación #reconocimiento #Huelva

***Importante:** Los mensajes deben ser breves y concisos.

- ✓ **Uso de vínculos.** Todos los enlaces irán acortados. Además se incluirán los enlaces en las publicaciones de redes sociales que también sean subidas a la web, con el fin de facilitar más información a nuestra audiencia. Herramienta: <https://acortar.link/>
- ✓ **Menciones.** Nombrar a los perfiles que aparecen en nuestras publicaciones, siempre y cuando tengan perfiles en redes sociales, para mejorar nuestro alcance e interacción. También mencionar a los autores de las fotos que en algunas ocasiones utilizamos en redes sociales como recurso, acompañándolo del icono del cámara.
- ✓ **Etiquetar colaboraciones** con perfiles del mundo empresarial, político, social e institucional para enriquecer a la audiencia. Será obligatorio etiquetar a las personas e instituciones que aparecen en la foto, además del Ayuntamiento de Huelva.

- ✓ **Protocolo en las actividades en las que el Ayuntamiento colabora.** Las publicaciones tendrán un perfil bajo y se expone quién organiza y debe quedar claro que nuestro papel es de colaboración.
- ✓ **Publicaciones sobre patrocinios.** Cuando un acontecimiento tenga un patrocinador o más será mencionado siempre en la primera publicación y etiquetado en las posteriores.
- ✓ **Contenidos compartidos.** No compartiremos publicaciones ajenas al ámbito municipal. Solo podremos repostear publicaciones provenientes de otros agentes municipales que estén verificados.

3. FUNCIONES QUE DEBEN TENER LAS REDES SOCIALES DEL AYUNTAMIENTO DE HUELVA

- ✓ *Difundir informaciones de Servicio Público e interés para la ciudadanía.*
- ✓ *Trasladar toda la actualidad del Ayuntamiento de Huelva.*
- ✓ *Escucha Activa a la ciudadanía. Monitorizar y dar respuesta a las consultas ciudadanas.*
- ✓ *Rendición de cuentas y obtención de la información de publicidad activa.*



4. GESTIÓN DE CRISIS EN LOS PERFILES SOCIAL MEDIA

Si se produce una situación de alarma en los perfiles Social Media, se deberán poner en contacto con el Departamento de Prensa del Ayuntamiento de Prensa para establecer un Plan de Contingencia. »

Área:

Documento:

01719I025U

Unidad:

Expediente:

017 - Secretaría General del Gobierno Local

022/2025/63

Fecha y hora:

01-10-2025 08:19

Código de Verificación:



0B1KOU540H042Y411BIZ

SEGUNDO. Dar traslado del presente Decreto a las distintas Áreas Municipales, así como ordenar su publicación en el Portal de Transparencia en la Sede Electrónica del Ayuntamiento, para su general conocimiento.

TERCERO. Dar cuenta al Pleno de la Corporación en la próxima sesión ordinaria que éste celebre.

Dado en Huelva por la Excm. Sra. Alcaldesa, Doña M^a del Pilar Miranda Plata.

A fecha de la firma electrónica.

MIRANDA PLATA, MARIA DEL PILAR
Alcaldesa
08/10/2025 20:01