

Qué puede publicar un alcalde en redes sociales

Lo que la Contraloría permite y lo que ya sancionó en la cuenta personal del alcalde, en la cuenta de la municipalidad y en las de los funcionarios. Y cómo se construye una marca personal desde el cargo sin pisar ninguna de esas reglas.

12 de septiembre de 2026

Siete dictámenes leídos en su texto original

Un instructivo, cuatro leyes y las reglas del Servel

gabrieltrncoso.info/alcaldes-redes-sociales, la misma guía en la web

Sigo los concejos municipales de La Araucanía con el Observatorio Territorial, y en 2025 y 2026 me tocó ver cómo la Contraloría resolvía casi cada mes sobre lo mismo: un alcalde que publica en su Instagram lo que grabaron los periodistas del municipio, una cuenta municipal donde la cara del alcalde está en todas las publicaciones, una obra presentada como promesa cumplida. Ningún equipo de comunicaciones municipal tenía todo eso junto en un solo lugar. Te lo comparto acá, leído de las fuentes originales, para que sirva a cualquier municipio.

Este documento tiene dos partes. La primera es la guía legal: qué dice cada norma y cada dictamen, con el caso que lo originó. La segunda es el método: cómo un alcalde construye una marca personal sólida desde el cargo usando solo lo que es suyo. No reemplaza al asesor jurídico de un municipio, y como la Contraloría sigue dictando sobre esto, conviene revisar si hay un pronunciamiento nuevo antes de aplicarlo.

LO QUE HAY ADENTRO

La guía legal

- 01 Las respuestas cortas
- 02 Por qué esto importa ahora: la secuencia 2024 a 2026
- 03 El marco legal en una tabla
- 04 Tres cuentas, tres regímenes
- 05 La cuenta de la municipalidad: qué sí y qué no
- 06 La cuenta personal del alcalde
- 07 Los funcionarios: comunicaciones, Dideco, directores, todos
- 08 El vehículo municipal
- 09 Período electoral
- 10 Vecinos, niños y beneficiarios en las fotos
- 11 El protocolo para cada cuenta

Marca personal desde el cargo

- 12 Las tres ideas que sostienen el método
- 13 Los dos carriles y el puente
- 14 Los alcaldes virales: qué hacen bien y dónde se cortan
- 15 La casa del mensaje: lo que se dice mil veces
- 16 Cómo habla
- 17 El menú de la cuenta personal
- 18 La línea de los guiones: escenarios, frases y comentarios
- 19 Producción con recursos propios
- 20 Los primeros noventa días
- 21 Cómo se mide, sin vanidad
- 22 Cuando algo sale mal
- 23 Las líneas rojas del método
- 24 Antes de publicar en la cuenta personal

La guía legal

01 Las respuestas cortas

PREGUNTA	RESPUESTA	DÓNDE ESTÁ ESCRITO
¿Puede el alcalde subir su gestión a su Instagram personal?	Sí, pero solo replicando lo que la municipalidad ya publicó por sus canales, después y no antes, y sin presentarlo como logro propio ni como cumplimiento de una promesa de campaña.	Instructivo E545210 de 2024, sección III; dictamen OF128769 de 2026
¿Puede usar el material que graban los periodistas del municipio?	Solo el que ya salió por los canales institucionales, y de preferencia compartiendo la publicación municipal, no subiendo el archivo como propio. Que un periodista municipal le mande fotos o videos para su cuenta personal es exactamente lo que la Contraloría objetó en Pucón en diciembre de 2025 y en Carahue en marzo de 2026.	Ley 18.575 art. 62 N° 3 y 4; Ley 18.883 art. 82 letra g; Ley 17.336 art. 88
¿Quién lo puede grabar?	Para la cuenta municipal, el equipo de comunicaciones del municipio, en horario municipal y con equipos municipales. Para la cuenta personal, alguien pagado por él o por su partido, fuera de la jornada y sin equipos ni personal del municipio. Los medios de prensa y los vecinos, en cualquier actividad pública, siempre.	Dictamen 617 de 2021; Ley 18.575 art. 62 N° 4
¿Cuál es el límite de la cuenta de la municipalidad?	Publica solo lo que sirve a las funciones del municipio y que hace falta difundir. La cara y el nombre del alcalde no pueden ser una práctica reiterada. Nada de campaña, partido ni candidatura. Ningún enlace a la cuenta personal del alcalde. No se bloquea a vecinos por opinar.	Ley 19.896 art. 3; dictámenes 24.771 de 2011 y 21.237 de 2016; instructivo E545210 de 2024
¿De quién es cada cuenta?	La institucional es un bien del municipio y se traspasa con el cargo. La personal sigue siendo personal aunque se use para hablar de la gestión, y no se traspasa.	Dictamen E26306 de 2025
¿Qué puede publicar un funcionario en su cuenta personal?	Opinar, incluso de política, fuera de la jornada y con sus recursos. Replicar lo institucional ya publicado. No adelantar información del cargo, no hacer política dentro del municipio ni con bienes municipales, no publicar datos de vecinos, no mensajes de odio.	Ley 18.575 art. 19; Ley 18.883 art. 82 letras g y h; dictamen 617 de 2021; oficio E510609 de 2024
¿Puede llevar en un vehículo municipal a alguien que contrató para su comunicación personal?	No. El vehículo municipal es para las actividades propias del cargo. Alguien contratado por el alcalde para su marca personal hace un trabajo privado, y trasladarlo es usar un bien y un chofer municipal para un fin ajeno.	Ley 18.695 art. 39; DL 799 de 1974; Ley 18.575 art. 62 N° 3

PREGUNTA	RESPUESTA	DÓNDE ESTÁ ESCRITO
¿Qué cambia en período electoral?	Lo que se publica gratis en una red personal es comunicación privada y no cuenta como propaganda para el Servel. Lo pagado sí, y solo dentro de la ventana legal. Las reglas de la Contraloría sobre recursos municipales siguen iguales y se endurecen: en los 60 días previos, todo acto público del municipio debe invitar por escrito a todos los candidatos.	Ley 18.700 art. 31; Ley 19.884 art. 2; instructivo de la Contraloría de cada elección
¿Y las fotos de vecinos y niños?	La imagen es un derecho protegido y un dato personal. El registro general de un evento público es legítimo. A las personas identificables en situaciones sensibles (ayuda social, salud, discapacidad) se les pide autorización. A los niños, siempre autorización de los padres y opinión del niño.	Constitución art. 19 N° 4; Ley 21.430 art. 34; Ley 19.628 hoy y Ley 21.719 desde el 1 de diciembre de 2026
¿Qué arriesga quien se equivoca?	El alcalde: instrucción de abstenerse, sumario si reincide, responsabilidad civil por juicio de cuentas por el gasto en publicidad, y en el extremo la causal de contravención grave a la probidad ante el Tribunal Electoral Regional. El funcionario: sumario y hasta destitución si la infracción a la probidad es grave.	Ley 18.883 art. 123; Ley 18.695 art. 60 letra c; oficio E510609 de 2024; dictamen 21.237 de 2016

La regla que resume todo. La gestión es del municipio, no de la persona. Todo lo que el municipio produce (fotos, videos, información, la cuenta misma) sirve al municipio y sale primero por el municipio. La cuenta personal del alcalde vive después y aparte.

02 Por qué esto importa ahora: la secuencia 2024 a 2026

La Contraloría lleva quince años diciendo que la imagen del alcalde no puede ser el sello de la publicidad municipal; el primer dictamen relevante es de 2011, sobre La Cisterna. Lo que cambió entre 2024 y 2026 es que pasó de la publicidad impresa a las redes sociales, y de recomendar a instruir municipio por municipio.

27 de septiembre de 2024. La Contraloría dicta el instructivo E545210, obligatorio para todos los órganos del Estado, incluidos los municipios. Fija las reglas de las cuentas institucionales y, por primera vez, prohíbe que cualquier autoridad o funcionario publique información obtenida en su cargo antes de que la publique el servicio, o solo por su cuenta privada. Ese instructivo revirtió expresamente un oficio de 2020 que era más permisivo.

17 de febrero de 2025. El dictamen E26306 responde qué pasa con las cuentas cuando cambia el alcalde: la institucional se entrega, la personal no, y ese criterio vale para cualquier autoridad.

Mayo de 2025. Un oficio sobre la Municipalidad de Pucón, a raíz de una denuncia de una concejala y de la unión comunal de juntas de vecinos, constató que en las cuentas institucionales aparecía "de forma reiterada" el nombre y la imagen del alcalde "sin que este órgano contralor se forme la convicción de que

la inclusión de aquellos sea indispensable", e instruyó que no corresponde incorporarlos como práctica reiterada.

Diciembre de 2025. Un segundo oficio sobre Pucón, este sobre la cuenta personal. La Contraloría constató que el alcalde publicó en su Instagram material de actividades municipales antes de que la municipalidad lo publicara por sus canales, que le pidió por correo a un periodista del municipio que le mandara los registros para su cuenta, y que las imágenes de la cuenta personal coincidían con las institucionales. Le instruyó abstenerse, citando el artículo 62 números 2, 3 y 4 de la Ley 18.575.

17 de marzo de 2026. La Contraloría Regional de La Araucanía resuelve el mismo patrón en Carahue: información oficial difundida primero en la cuenta personal del alcalde y material hecho por funcionarios usado en publicaciones personales.

18 de junio de 2026. El oficio OF115412, a propósito de la cuenta personal del Presidente de la República, fija la frontera de qué es una cuenta personal: la Contraloría no se pronuncia sobre lo que pasa en ella mientras siga siendo un espacio de opiniones y fines personales que solo replica lo ya publicado, pero queda sometida a las reglas públicas "cuando se transforma de manera voluntaria en la vía principal o previa de difusión de contenidos oficiales".

7 de julio de 2026. El dictamen OF128769, sobre el alcalde de Huechuraba, marcado por la propia Contraloría como "genera jurisprudencia": un alcalde no puede publicar, ni en su cuenta personal ni en la institucional, una obra o servicio municipal vinculándolo a una promesa de campaña, porque eso es atribuirse a título personal un logro que es de la institución.

20 de julio de 2026. Oficio sobre el alcalde de Los Ángeles, que desde su cuenta personal invitó a seguir a una candidata a diputada de su familia y la recibió en actos protocolares del municipio en período electoral. La Contraloría lo calificó como uso de la investidura y de la visibilidad del cargo para fines ajenos a la función.

Lo que se lee en la secuencia es que la Contraloría está resolviendo esto cada uno o dos meses, y que la regla que dio en 2016 a La Cisterna sigue vigente: cuando ya se instruyó abstenerse y la conducta se repite, lo que viene es el proceso disciplinario contra el alcalde y contra los funcionarios involucrados.

03 El marco legal en una tabla

NORMA	LO QUE DICE PARA ESTE TEMA
Constitución, art. 8	Toda función pública se ejerce con estricto cumplimiento del principio de probidad.
Constitución, art. 13	Los funcionarios y autoridades conservan sus derechos políticos como ciudadanos: pueden opinar y hacer actividad política, fuera de la jornada y con recursos propios.
Constitución, art. 19 N° 4 y N° 12	Protección de la vida privada y la honra (donde los tribunales ubican el derecho a la propia imagen) y libertad de opinión e información, que también tienen los funcionarios.
Ley 18.575, art. 19	El personal de la Administración, incluidas autoridades y jefaturas, está impedido de realizar cualquier actividad política dentro de la Administración.

NORMA	LO QUE DICE PARA ESTE TEMA
Ley 18.575, arts. 52 y 53	Probidad: desempeño honesto y leal con preeminencia del interés general sobre el particular.
Ley 18.575, art. 62 N° 2, 3 y 4	Contravienen especialmente la probidad: valerse de la posición funcionaria para conseguir un beneficio; emplear bienes de la institución en provecho propio o de terceros; ocupar tiempo de la jornada o utilizar personal o recursos del organismo en beneficio propio o para fines ajenos a los institucionales.
Ley 18.883, art. 82 letras g y h	Prohíbe al funcionario municipal ocupar tiempo de la jornada, personal, material o información reservada del municipio para fines ajenos a los institucionales, y realizar cualquier actividad política dentro de la Administración o usar su autoridad, cargo o bienes municipales para fines ajenos a sus funciones.
Ley 18.883, arts. 58 y 123	Obligaciones de probidad, reserva y vida social acorde con la dignidad del cargo; la infracción grave a la probidad se sanciona con destitución.
Ley 18.695, art. 39	El alcalde tiene derecho al uso de vehículo municipal para las actividades propias de su cargo, sin restricciones de circulación ni disco distintivo. La libertad es sobre cómo circula, no sobre para qué.
Ley 18.695, art. 60 letra c	El alcalde cesa en el cargo por contravención grave a las normas de probidad administrativa, declarada por el Tribunal Electoral Regional.
DL 799 de 1974	Los vehículos estatales solo se usan para los fines del servicio, con prohibición absoluta de uso en asuntos particulares; la infracción se sanciona hasta con la destitución y hay acción pública para denunciarla.
Ley 19.896, art. 3	Los órganos públicos solo pueden gastar en publicidad y difusión lo necesario para cumplir sus funciones y para informar cómo acceder a sus prestaciones.
Ley 17.336, art. 88	Los derechos de autor de las obras producidas por funcionarios en el desempeño de sus funciones pertenecen al municipio, no al funcionario ni al alcalde.
Ley 20.285	Lo que se produce con presupuesto público es información pública, y las cuentas institucionales están sujetas a transparencia. Eso no convierte a la cuenta personal de nadie en canal oficial.
Ley 19.628 hoy, Ley 21.719 desde el 1 de diciembre de 2026	La imagen de una persona identificable es un dato personal. Publicarla exige una base de licitud (la función pública o el consentimiento), informar el fin, y desde diciembre queda bajo la Agencia de Protección de Datos, con multas.
Ley 21.430, art. 34	Todo niño, niña y adolescente tiene derecho a su honra, intimidad y propia imagen. Impone un deber de respeto especial a los funcionarios públicos y agrava las sanciones cuando el afectado es menor de edad.
Ley 19.733, art. 33	Prohíbe divulgar la identidad de menores de edad autores, cómplices o testigos de delitos.
Ley 18.700, arts. 31, 35 y 36; Ley 19.884, art. 2	Qué es propaganda electoral, en qué ventanas se permite y qué es gasto electoral.

Y la jurisprudencia de la Contraloría que arma el criterio, en orden:

DICTAMEN U OFICIO	FECHA	LO QUE FIJÓ
24.771	21-abr-2011	La Cisterna. La imagen del alcalde no puede ser una práctica reiterada asociada a la difusión de las obras municipales, "en cualquier época y más aún en período electoral". Es el municipio quien presta los servicios, no la autoridad.
71.422 y 47.523	2013	Los servidores públicos, de cualquier jerarquía, no pueden hacer actividad política en el ejercicio del cargo, dentro de las dependencias ni con bienes institucionales. La cuenta institucional de un municipio no se usa para expresiones ajenas a su funcionamiento.
21.237	18-mar-2016	La Cisterna otra vez. Distingue la foto del alcalde "en el contexto de la información entregada", que es admisible, de su nombre e imagen "en forma destacada" para atribuirle la obra, que no lo es. Advierte que la reincidencia trae proceso disciplinario.
14.953 de 2019 y E46043 de 2020	2019 y 2020	Sobre la cuenta privada de una autoridad cuyas publicaciones no afectan la probidad, la Contraloría no se pronuncia.
617	18-mar-2021	Colina. Los funcionarios y autoridades pueden ejercer sus derechos políticos fuera de la jornada y con recursos propios. No pueden valerse del cargo para favorecer o perjudicar candidaturas.
E333288	2023	Las cuentas institucionales en redes y los correos asignados a funcionarios solo se usan para los fines del servicio.
E545210	27-sep-2024	El instructivo general sobre medios digitales y redes institucionales.
E26306	17-feb-2025	La cuenta institucional es un bien del municipio y se traspasa; la personal no.
E81765	may-2025	Pucón. La cuenta institucional no puede incorporar como práctica reiterada el nombre y la imagen del alcalde.
Oficio sobre Pucón	dic-2025	Material municipal en la cuenta personal del alcalde, publicado antes que el municipio y pedido a un periodista municipal. Abstenerse.
OF52461	17-mar-2026	Carahue. El mismo patrón, mismo resultado.
OF115412	18-jun-2026	Una cuenta personal deja de ser privada cuando se vuelve la vía principal o previa de difusión de contenidos oficiales.
OF128769	7-jul-2026	Huechuraba. Genera jurisprudencia: nada de vincular obras o servicios con promesas de campaña, ni en la cuenta personal ni en la institucional.
Oficio sobre Los Ángeles	20-jul-2026	Usar la cuenta personal y los actos del municipio para apoyar una candidatura familiar es valerse de la investidura.

04 Tres cuentas, tres regímenes

Todo el problema se ordena si se tiene claro que hay tres tipos de cuenta y que cada una vive bajo reglas distintas.

La cuenta institucional (el Instagram, Facebook o TikTok de la Municipalidad). Es un bien municipal, igual que una camioneta o una oficina. Solo sirve a los fines del municipio, la administra el municipio, y cuando cambia el alcalde se entrega con las claves. Está sujeta a probidad, a transparencia, a las reglas de publicidad y a las de igualdad y no discriminación con los vecinos que comentan.

La cuenta personal del alcalde. Es privada. Puede opinar, hacer política, mostrar su vida. La Contraloría no se mete mientras lo que publique no afecte la probidad. Pero el dictamen OF115412 de 2026 puso la condición: si el alcalde la convierte en la vía principal o en la vía previa de difusión de lo oficial, la cuenta pierde el escudo de lo privado y queda sometida a las reglas públicas. Es decir, el propio alcalde decide con su conducta si su Instagram sigue siendo personal.

La cuenta personal de un funcionario (un director, un periodista municipal, alguien de Dideco). También privada, con libertad de expresión y derechos políticos, y con los mismos límites: nada del cargo antes que la institución, nada de política dentro del municipio ni con sus bienes, nada que rompa la reserva o la dignidad del cargo.

Lo que confunde en la práctica es que las tres cuentas muestran las mismas actividades. La regla para no confundirse es de orden y de recursos: lo institucional sale primero y con recursos municipales; lo personal sale después, replica, y se hace con recursos propios.

05 La cuenta de la municipalidad: qué sí y qué no

Qué puede publicar

El instructivo E545210 recoge una doctrina de casi veinte años: los medios institucionales (revistas, sitios web, redes sociales) "sólo pueden utilizarse para dar a conocer a la comunidad información o acciones directamente relacionadas con el cumplimiento de sus funciones propias cuando resulte necesario e imprescindible difundirlas o publicitarlas".

En concreto, cabe todo esto: servicios y trámites, plazos y horarios, beneficios y cómo postular, emergencias y cortes, actividades culturales, deportivas y recreativas dirigidas a toda la comunidad, sesiones del concejo y cuenta pública, licitaciones y concursos, obras y su avance, campañas de salud, seguridad o medio ambiente, y las respuestas a los vecinos que consultan.

Y no cabe: el cumpleaños del alcalde, sus opiniones sobre la contingencia nacional, la agenda del partido, las respuestas a críticas políticas, contenidos de otros candidatos o autoridades ajenas a la actividad municipal, y cualquier cosa que no diga relación con el funcionamiento institucional (dictamen 71.422 de 2013).

La imagen y el nombre del alcalde

Aquí está la regla más incumplida. Viene del dictamen 24.771 de 2011 y el instructivo de 2024 la repite textual: "no corresponde que se incorpore, en cualquier época y más aun tratándose de un período eleccionario, la imagen de la autoridad edilicia como una práctica reiterada asociada a la difusión de las actividades municipales, puesto que ello podría significar una infracción a las normas relativas al empleo de recursos del organismo en beneficio personal o para fines ajenos a los institucionales".

Cómo se aplica, según el dictamen 21.237 de 2016, que revisó una a una las notas de un periódico municipal: es admisible la foto del alcalde cuando aparece "en el contexto de la información entregada" (está en la inauguración, firmó el convenio, recibió al ministro, encabezó el operativo), y no es admisible que la nota lleve su nombre y su imagen "en forma destacada", de modo que lo que se lee es que la obra la hizo él y no el municipio. El criterio que se aplicó a Pucón en 2025 es el de indispensabilidad: la Contraloría revisó las cuentas y no se formó "la convicción de que la inclusión de aquellos sea indispensable".

Reglas prácticas que se desprenden: el sujeto de la oración es la Municipalidad, el programa o la dirección ("La Municipalidad entregó", no "El alcalde entregó"); el alcalde aparece en la foto cuando fue parte del hecho, y no en las piezas de servicio; su nombre no va en el titular como regla; sin retratos posados ni primeros planos que son de campaña y no de información; y se mide: se toman las últimas treinta publicaciones y se cuenta en cuántas aparece el rostro o el nombre del alcalde. Si es la mayoría, eso es una práctica reiterada por definición.

Nada político, nunca

El instructivo lo dice de forma enumerada: los servidores públicos no pueden, con bienes institucionales, "hacer proselitismo o propaganda política, promover o intervenir en campañas, participar en reuniones o proclamaciones para tales fines, asociar la actividad del organismo respectivo con determinada candidatura, tendencia o partido político (...) y, en general, valerse de la autoridad o cargo para favorecer o perjudicar, por cualquier medio, candidaturas, tendencias o partidos políticos". Desde julio de 2026 se agrega, con valor de jurisprudencia, que no se vincula ninguna obra o servicio con una promesa de campaña, y eso vale en cualquier época: el caso de Huechuraba fue once meses después de la elección.

Sin enlaces a la cuenta personal del alcalde

Sección IV del instructivo: "no corresponde que en los sitios electrónicos y redes sociales institucionales se incluyan vínculos o enlaces a las cuentas personales de las autoridades o funcionarios, pues ello implica utilizar aquellos bienes públicos para difundir o potenciar aquellas vías personales de comunicación". Eso incluye la biografía de Instagram, el sitio web municipal, las historias con "sígueme en", las menciones con arroba al perfil personal en cada publicación y las colaboraciones de Instagram entre la cuenta municipal y la personal.

Comentarios y bloqueos

La cuenta municipal no puede bloquear a un vecino por lo que opina (sección II.1 del instructivo). Sí puede restringir comentarios en una publicación, si lo hace con un criterio parejo para todos, denunciar a la plataforma los comentarios ofensivos, y no responder a quien insulta. Si hay un delito, se recurre a los tribunales, no al botón de bloquear.

Pauta pagada

El artículo 3 de la Ley 19.896 permite gastar en publicidad solo lo necesario para cumplir las funciones y para informar cómo acceder a las prestaciones. Se puede pagar para que llegue a más vecinos el aviso de una postulación o de una campaña de vacunación. No se puede pagar para que llegue a más gente una publicación con la imagen del alcalde. Y el oficio E510609 de 2024, dirigido a todos los alcaldes del país, recuerda que ese gasto indebido genera responsabilidad civil para la autoridad, que se hace efectiva mediante juicio de cuentas.

Propiedad, claves y traspaso

Dictamen E26306 de 2025: la cuenta institucional "pertenece al organismo público y, por lo tanto, en el evento que el alcalde no sea reelecto, deberá traspasarla a quien ejercerá el cargo". Para que eso sea posible, las cuentas se crean con un correo institucional, las claves las administra la unidad de comunicaciones y no el alcalde ni un proveedor externo, hay un inventario de cuentas y administradores, y el acceso se retira cuando alguien deja el municipio.

06 La cuenta personal del alcalde

Lo que sí puede hacer

Opinar sobre lo que quiera, incluida la política, hacer campaña por su partido o por otros, mostrar su vida personal, y contar su trabajo como alcalde. Todo eso está protegido por el artículo 13 de la Constitución y el dictamen 617 de 2021, con dos condiciones que se repiten en cada pronunciamiento: fuera de la jornada de trabajo y con recursos propios.

Y puede replicar lo que la municipalidad ya publicó. El instructivo lo dice así: "las autoridades, funcionarios y servidores solo podrán replicar la información publicada por el respectivo organismo, una vez que esta sea pública o haya sido dada a conocer formalmente a través de las cuentas institucionales". La forma más limpia de hacerlo es compartir la publicación municipal, no descargar el video y subirlo como si fuera propio.

Lo que no puede hacer, y el caso que lo prueba

Publicar primero, o en exclusiva, información que conoce por su cargo. Es la sección III del instructivo: "ninguna autoridad, funcionario o servidor, se encuentra autorizado para entregar información obtenida en el ejercicio de su cargo a través de redes sociales, de forma previa a que aquella se publique por el propio servicio, ni tampoco para difundirla únicamente a través de su cuenta privada". En Pucón la diferencia fue de días entre la cuenta personal y la institucional, y ese fue el hecho constatado.

Recibir material de los periodistas municipales o hecho en la jornada municipal. Aunque el contenido después también salga por la cuenta institucional, el flujo directo desde el periodista al teléfono del alcalde es ocupar tiempo de la jornada y personal del municipio para un fin ajeno al institucional. Además, por el artículo 88 de la Ley 17.336, esas fotos y videos son del municipio.

Atribuirse la obra, o colgarla de una promesa de campaña. Dictamen OF128769 de 2026: la publicación "evidencia una asociación entre la implementación de un servicio municipal y una promesa

formulada durante el período de campaña electoral por la máxima autoridad comunal, situación que podría vulnerar el principio de probidad administrativa, en cuanto implica atribuirse, a título personal, la consecución de un objetivo que corresponde a la municipalidad como institución". Y ojo con la forma indirecta: "cumplimos", "lo logramos", "mi compromiso con ustedes" sobre una foto de una obra municipal es la misma cosa con otras palabras.

Usar la investidura para una candidatura. Los Ángeles, julio de 2026, y Colina en 2021: valerse del cargo, de los actos oficiales o de la visibilidad del puesto para favorecer una candidatura.

Convertir la cuenta personal en el canal oficial. OF115412 de 2026: si el vecino se entera de lo que hace el municipio por el Instagram del alcalde y no por el del municipio, la cuenta ya no es personal para ningún efecto.

Las cuatro preguntas antes de publicar algo hecho en una actividad municipal. ¿Quién hizo el material? Si lo hizo un funcionario, es del municipio. ¿Con qué recursos y en qué horario? Si ocupó a alguien del municipio, es un problema. ¿Salió primero por el municipio? Si la cuenta personal lo adelanta, es la infracción de Pucón. ¿A quién se le atribuye el resultado? Si es al alcalde, es la infracción de Huechuraba. Cuatro respuestas del lado correcto, se publica. Una fallada, no.

"Pero es información pública"

Se escucha como defensa: el material municipal es público por la Ley de Transparencia, así que el alcalde puede usarlo. No lo salva. La Contraloría objeta tres cosas que nada tienen que ver con la propiedad del archivo: el uso de tiempo y personal municipal para producirlo o enviarlo, la anticipación respecto del canal oficial, y la apropiación del logro.

07 Los funcionarios: comunicaciones, Dideco, directores, todos

Un funcionario tiene libertad de expresión y derechos políticos como cualquier ciudadano. Puede opinar, criticar, apoyar candidatos y hacer campaña, fuera de la jornada y con sus recursos. Puede replicar lo que el municipio ya publicó.

Lo que no puede: publicar información que conoce por su cargo antes de que la publique el municipio; hacer actividad política dentro del municipio, en la jornada, o con bienes municipales, incluido el computador, el teléfono y el correo institucional; ocupar tiempo de la jornada, personal, material o información reservada para fines ajenos, lo que incluye producir contenido para la cuenta de cualquier persona, sea el alcalde, un concejal o un candidato; romper la reserva ni la dignidad del cargo; promover mensajes de odio dentro o fuera de la jornada (dictamen 33.207 de 2019, recogido en el oficio E510609 de 2024); ni publicar datos personales de vecinos o beneficiarios que conoce por su trabajo.

El equipo de comunicaciones en particular. El periodista, el fotógrafo y el community manager del municipio trabajan para la institución, no para el alcalde. Lo que producen pertenece al municipio y sale por los canales del municipio. Si el alcalde les pide material para su cuenta personal, el que responde ante la Contraloría es el alcalde por pedirlo, pero el funcionario también queda expuesto por ocupar su jornada

en un fin ajeno. Lo razonable es un protocolo escrito, aprobado por el administrador municipal, que diga que todo registro de actividades municipales se publica por los canales institucionales y que nadie del equipo envía material a cuentas personales de autoridades, concejales ni candidatos. Ese protocolo protege al funcionario, que puede decir que no con un papel en la mano.

Los concejales. El dictamen E26306 de 2025 dice que sus criterios "se deben entender aplicables a otras autoridades públicas". Un concejal replica lo institucional después de publicado, no adelanta información de las sesiones que el municipio no ha hecho pública, no usa los canales municipales para su actividad política, y su cuenta personal es privada con las mismas condiciones que la del alcalde.

08 El vehículo municipal

Una pregunta que aparece siempre: si el alcalde contrata a alguien para su comunicación personal, ¿puede llevarlo en la camioneta municipal? No. La Ley 18.695, en su artículo 39, le da al alcalde el uso de vehículo municipal "para el desempeño de las actividades propias de su cargo", sin restricciones de circulación ni disco distintivo; la libertad es sobre cómo circula, no sobre para qué. El DL 799 de 1974 dice que los vehículos estatales solo se usan para los fines del servicio, con prohibición absoluta en asuntos particulares, y sanciona la infracción hasta con la destitución. Y el artículo 62 N° 3 de la Ley 18.575 hace de emplear bienes o personal del organismo (el vehículo y el chofer) en provecho de terceros una contravención especial a la probidad. Alguien contratado por el alcalde para su marca personal hace un trabajo privado, y subirlo a la camioneta, aunque "vaya para allá igual", es usar un bien municipal para un fin ajeno.

Sí puede viajar alguien contratado por la Municipalidad que va a una actividad municipal a hacer trabajo municipal. Pero entonces lo que produce es del municipio y sale por el canal municipal.

09 Período electoral

Lo que dice la Contraloría. Antes de cada elección dicta un instructivo de prescindencia. Lo que repite siempre: los funcionarios no hacen política en la jornada ni con bienes públicos; se prohíbe el uso de vehículos, infraestructura, materiales y gasto en publicidad para actividades políticas; las inauguraciones y las entregas de beneficios se mantienen sin sesgo; los medios de comunicación del municipio "no podrán destinar sección o espacio alguno de esos medios para realizar propaganda política o para favorecer o perjudicar cualquiera candidatura o partido político"; y las sanciones llegan hasta la destitución.

Lo que dice el Servel. La propaganda electoral es "todo evento o manifestación pública y la publicidad radial, escrita, en imágenes, en soportes audiovisuales u otros medios análogos, siempre que promueva a una o más personas o partidos políticos (...) con fines electorales" (Ley 18.700 art. 31). Lo que un candidato publica gratis en sus redes sociales personales es comunicación privada y no constituye propaganda electoral: lo resolvió el Consejo Directivo del Servel el 3 de agosto de 2016 y se apoya en el artículo 2 de la Ley 19.884. Lo que se paga para difundir en redes o plataformas digitales sí es propaganda y es gasto electoral: solo dentro de la ventana legal (desde el sexagésimo hasta el tercer día anterior a la elección), solo en medios y plataformas que hayan informado sus tarifas al Servel, y se declara dentro de los tres días de contratada. Los espacios públicos autorizados y los inmuebles privados van del trigésimo al tercer día.

Una regla que es para el alcalde en ejercicio: en los 60 días previos a la elección, la autoridad que realice un acto público debe cursar invitación por escrito a todos los candidatos del territorio electoral; si no lo hace, infringe la probidad (Ley 18.700 art. 31 inciso 4).

10 Vecinos, niños y beneficiarios en las fotos

Esto no lo resuelve la Contraloría, lo resuelven los tribunales y, desde diciembre de 2026, la Agencia de Protección de Datos.

La imagen es un derecho. La Corte Suprema la ubica dentro del artículo 19 N° 4 de la Constitución y ha acogido recursos de protección ordenando eliminar fotografías publicadas en redes sin consentimiento. Y es un dato personal bajo la ley de datos actual y la nueva.

El registro general de un evento público es legítimo. Una plaza llena, un desfile, la fila del operativo.

La persona identificable en una situación sensible exige autorización. Entregas de ayuda social, operativos de salud, programas para personas con discapacidad, adultos mayores en situación de vulnerabilidad, mujeres en programas de violencia. La regla es mostrar la actividad y no la cara del beneficiario, o pedir autorización escrita y específica.

Los niños, siempre con autorización. Ley 21.430 art. 34: derecho a la honra, la intimidad y la propia imagen, con un deber de respeto especial para los funcionarios públicos y sanciones agravadas cuando el afectado es menor de edad. En jardines, escuelas, talleres y programas deportivos municipales, la autorización de imagen se pide por escrito al inscribirse, con el uso que se le va a dar, y se respeta la opinión del niño según su edad.

Nada de datos en la foto. Ni RUT, ni direcciones, ni montos, ni diagnósticos, ni listados de beneficiarios legibles en la imagen.

Desde el 1 de diciembre de 2026 rige la Ley 21.719: el municipio tiene que poder decir con qué base publica cada imagen, informar el fin, atender solicitudes de eliminación y responder ante la Agencia, que multa.

11 El protocolo para cada cuenta

Para la cuenta de la Municipalidad

- 01** El sujeto de cada publicación es la Municipalidad, un programa o una dirección. El alcalde aparece cuando fue parte del hecho, en el cuerpo del texto y no en el titular.
- 02** Se cuentan las últimas treinta publicaciones cada mes. Si el rostro o el nombre del alcalde está en la mayoría, se corrige antes de que lo cuente otro.
- 03** Ninguna publicación menciona campaña, promesa, partido, candidatura ni "cumplimos". Ninguna responde a una crítica política.

- 04** Ningún enlace, arroba, colaboración ni "sígueme en" hacia la cuenta personal del alcalde ni de ningún funcionario o concejal.
- 05** No se bloquea a nadie por opinar. Se restringen comentarios con criterio parejo, se denuncian los ofensivos a la plataforma y no se responde a los insultos.
- 06** La pauta pagada se usa solo para avisos de servicio y postulaciones, nunca para piezas donde aparece el alcalde.
- 07** Las cuentas se crean con correo institucional, las claves las administra comunicaciones, hay un inventario por decreto y el acceso se retira cuando alguien se va.
- 08** Autorización de imagen escrita en todo programa con inscripción. Sin caras de beneficiarios de ayuda social ni de salud. Niños solo con autorización de los padres.
- 09** Todo registro de actividades municipales se publica primero por los canales institucionales. Nadie del equipo envía material en bruto a cuentas personales.
- 10** El protocolo está escrito, firmado por el administrador municipal, y cada persona del equipo de comunicaciones tiene una copia.

Para la cuenta personal del alcalde

- 01** Solo replica lo que la Municipalidad ya publicó, y lo replica compartiendo la publicación municipal.
- 02** Nunca adelanta una información del cargo, ni siquiera por minutos.
- 03** Nunca recibe fotos ni videos de funcionarios municipales. Si quiere contenido propio, lo produce gente que paga él o su partido, sin equipos municipales.
- 04** Nunca escribe "cumplimos", "lo prometí", "mi gestión logró" sobre una obra o servicio municipal.
- 05** Nunca usa el cargo, ni la agenda del municipio, ni los actos oficiales, ni el vehículo municipal, para apoyar una candidatura o para su comunicación personal.
- 06** Su cuenta no es la vía principal ni la primera por la que los vecinos se enteran de lo que hace el municipio. Si lo es, dejó de ser personal.
- 07** Antes de publicar algo hecho en una actividad municipal se hace las cuatro preguntas.
- 08** En los 60 días previos a una elección, cada acto público que encabece lleva invitación escrita a todos los candidatos.

La tabla rápida

SITUACIÓN	CUENTA MUNICIPAL	CUENTA PERSONAL DEL ALCALDE
Video de la inauguración hecho por el periodista municipal	Sí, con la Municipalidad como sujeto	Solo compartiendo la publicación municipal, después de publicada
Selfie del alcalde con su teléfono en la misma inauguración	No hace falta	Sí, después o junto con la publicación municipal, sin atribuirse la obra
"Lo prometimos, lo cumplimos" sobre una obra	Nunca	Nunca
Aviso de postulación a un beneficio	Sí, sin la imagen del alcalde	Compartiendo el aviso municipal
Opinión sobre la contingencia nacional	Nunca	Sí, fuera de la jornada
Apoyo a un candidato	Nunca	Sí, sin usar el cargo, los actos ni los recursos municipales
Foto de vecinos en una entrega de ayuda social	Sin caras de beneficiarios, o con autorización escrita	Igual
Foto de niños en un taller municipal	Solo con autorización de los padres	Igual
Enlace o arroba a la cuenta personal del alcalde	Nunca	No aplica
Bloquear a un vecino que critica	Nunca	Puede, mientras la cuenta siga siendo personal
Pauta pagada	Solo para servicio y postulaciones	Con su plata, y en elecciones solo en la ventana legal y declarada al Servel

SITUACIÓN	CUENTA MUNICIPAL	CUENTA PERSONAL DEL ALCALDE
Video de la inauguración hecho por el periodista municipal	Sí, con la Municipalidad como sujeto	Solo compartiendo la publicación municipal, después de publicada
Selfie del alcalde con su teléfono en la misma inauguración	No hace falta	Sí, después o junto con la publicación municipal, sin atribuirse la obra
"Lo prometimos, lo cumplimos" sobre una obra	Nunca	Nunca
Aviso de postulación a un beneficio	Sí, sin la imagen del alcalde	Compartiendo el aviso municipal
Opinión sobre la contingencia nacional	Nunca	Sí, fuera de la jornada
Apoyo a un candidato	Nunca	Sí, sin usar el cargo, los actos ni los recursos municipales
Foto de vecinos en una entrega de ayuda social	Sin caras de beneficiarios, o con autorización escrita	Igual
Foto de niños en un taller municipal	Solo con autorización de los padres	Igual
Enlace o arroba a la cuenta personal del alcalde	Nunca	No aplica
Bloquear a un vecino que critica	Nunca	Puede, mientras la cuenta siga siendo personal
Pauta pagada	Solo para servicio y postulaciones	Con su plata, y en elecciones solo en la ventana legal y declarada al Servel

Marca personal desde el cargo

12 Las tres ideas que sostienen el método

Primera: hay dos carriles y no se cruzan. La Municipalidad comunica la gestión. El alcalde comunica su criterio, su cercanía y su visión. El primer carril lo produce el municipio con recursos municipales y habla en plural institucional. El segundo lo produce el alcalde con recursos propios y habla en primera persona. Lo único que pasa de un carril al otro es la réplica: el alcalde comparte lo que la Municipalidad ya publicó, después y con su lectura.

Segunda: la marca personal se construye con lo que es suyo. La obra es del municipio y la cuenta el municipio. Lo que es del alcalde, y nadie le puede objetar, es cómo decide, dónde está, con quién habla, qué piensa de su comuna y hacia dónde cree que va. Eso es una marca personal. Repostear obras con material municipal deja la marca colgada de un canal ajeno, y es además lo que la Contraloría ya observó.

Tercera: primero se ordena la casa, después se sube el volumen. Una marca personal no se construye encima de un desorden institucional, porque cada pieza nueva le da una excusa más a la denuncia siguiente. Los primeros treinta días son de orden y de bajo volumen. El ritmo viene después, y viene con un canal que ya no necesita al municipio para existir.

13 Los dos carriles y el puente

	CARRIL MUNICIPAL	CARRIL PERSONAL
Quién habla	La Municipalidad	El alcalde, vecino y autoridad
Sujeto de la frase	"La Municipalidad", "el programa", "la dirección de Obras", "el Concejo aprobó"	"Yo", "nosotros los vecinos", "el equipo que me acompaña"
Voz	Plural institucional, informativa, sin adjetivos	Primera persona, con criterio y con opinión
Qué publica	Servicios, trámites, plazos, beneficios, obras y su avance, emergencias, cuenta pública, sesiones del Concejo, actividades para toda la comunidad	Lo que piensa, dónde estuvo, con quién habló, su lectura de lo que hace el municipio, su visión de la comuna, su equipo político, su historia
El alcalde aparece	Cuando fue parte del hecho, en el cuerpo del texto, nunca como sujeto ni en el titular	Siempre, porque es su cuenta
Quién produce	La unidad de comunicaciones del municipio, en jornada, con equipos municipales	Su equipo personal, pagado por él o por el partido, con su teléfono, fuera de la jornada municipal

	CARRIL MUNICIPAL	CARRIL PERSONAL
Quién administra	Comunicaciones del municipio, con correo institucional y claves del municipio	Él, con su correo personal
Ante quién responde	Ante la Contraloría, por probidad y uso de recursos	Ante los vecinos, por criterio y coherencia; ante la Contraloría solo si mezcla los carriles

La réplica es la única pieza que une los dos carriles, y hay tres formas correctas de hacerla. Compartir a historias con lectura propia: la publicación de la Municipalidad se comparte a la historia personal y encima va una línea escrita por él, por qué importa, qué viene después, a quién le sirve, o un gracias al equipo que lo hizo. Repostear con crédito visible, con la etiqueta de origen y un texto propio, nunca descargando el video para subirlo como si fuera propio. E ir al terreno después: el alcalde vuelve al lugar de la obra, graba con su teléfono, y publica su mirada, cuando el material es suyo, el momento es distinto y el municipio ya informó.

Lo que convierte una réplica en marca personal es el comentario. Estos suman: "Esto importa porque...", "Lo que viene ahora es...", "A quien le sirve esto es a...", "Detrás de esto hay un equipo de la Dirección de Obras que...". Estos arruinan la réplica y activan a la Contraloría: "Cumplimos", "Lo prometí y lo hice", "Mi gestión logró", "Otra promesa cumplida".

14 Los alcaldes virales: qué hacen bien y dónde se cortan

Los alcaldes de Ñuñoa, de Independencia y varios más suben videos en que aparecen en la acción: desalojando un campamento, sacando a vendedores ambulantes, encabezando un operativo nocturno. Se hacen virales desde sus cuentas personales y en su rol de alcalde. La pregunta obvia es cómo pueden, si todo lo anterior existe.

La respuesta es que el formato no es lo que la Contraloría sanciona. Un alcalde que encabeza un operativo es el alcalde haciendo su trabajo, y aparecer "en el contexto de la información entregada" es admisible hasta en la cuenta municipal (dictamen 21.237 de 2016). En su cuenta personal puede publicar material propio, su criterio y su lectura de lo que pasa. Lo que la Contraloría sanciona son cuatro cosas que no dependen del formato: que el material lo produzcan funcionarios para la cuenta personal, que la cuenta personal informe antes que el municipio, que la obra o el resultado se atribuyan como logro propio, y que el municipio enlace o empuje la cuenta personal.

Y no salen gratis. En junio de 2025 la Contraloría le dijo a la Municipalidad de Ñuñoa dos cosas: que un municipio no puede decretar un estado de emergencia comunal, y que sus cuentas institucionales estaban replicando los anuncios personales del alcalde y enlazando a su perfil, cuando la regla es la contraria: la autoridad solo puede difundir por su cuenta personal lo que el municipio ya publicó, "sin que le asista la facultad para difundirla de manera previa o exclusiva por medio de sus cuentas personales". El modelo "primero mi cuenta, después la municipalidad lo replica" es exactamente el que se corrigió. Y hay un precio adicional, fijado en enero de 2025 (dictamen E190, a propósito de un gobernador regional) y en junio de 2026 (OF115412): la cuenta personal que se usa de forma sistemática para comunicar el cargo queda sujeta a las mismas reglas de apertura que la institucional, sin bloqueos y sin discriminación.

Cómo se hace bien un video de acción. Lo graba el propio alcalde con su teléfono o alguien pagado por él, que va como un asistente más y no dirige al personal municipal para la toma. La Municipalidad publica su versión institucional, con los hechos y con la Municipalidad como sujeto, y la personal sale junto con ella o después, nunca antes. El alcalde habla como quien encabeza la acción y no como dueño del resultado: "estamos recuperando esta vereda con el equipo de Seguridad", no "cumplí". Las caras de las personas en situación vulnerable van difuminadas y nadie es humillado a cámara, porque ahí el riesgo deja de ser la Contraloría y pasa a ser el derecho a la propia imagen y la dignidad, además del tono, que en Chile castiga la estridencia. Y se asume que la cuenta pasa a ser semipública y se administra como tal.

15 **La casa del mensaje: lo que se dice mil veces**

Una autoridad que comunica bien dice tres cosas, siempre las mismas, con un hecho nuevo cada vez. La que comunica mal dice cinco cosas distintas cada semana y no deja ninguna. La estructura se llama casa del mensaje: una frase madre, tres pilares que no se superponen y, debajo de cada pilar, tres pruebas verificables.

Antes de la frase viene el encuadre, y el encuadre se elige cruzando tres cosas: lo que le duele a la gente de la comuna, en qué es creíble el alcalde, y dónde es estructuralmente débil quien lo va a enfrentar. Para un alcalde en ejercicio la regla es convertir la conversación en una comparación de personas y de riesgo, no en un plebiscito sobre su gestión. Y la técnica de cada pieza es entrar episódico y salir temático: un rostro, una cifra, una acción, y recién al final la idea grande.

Lo que casi ningún municipio tiene y hay que producir antes: una medición de qué le preocupa a la gente. Sin eso, el encuadre se elige a ciegas. Dos cosas baratas en el primer mes: treinta conversaciones de diez minutos con vecinos de sectores distintos, con una sola pregunta ("¿qué es lo que más te preocupa de vivir aquí hoy?"), y un conteo de los temas que cubrieron los medios locales en los últimos seis meses. Con eso se escribe el encuadre, no antes.

La historia del yo, del nosotros y del ahora. La marca personal tiene un relato que se escribe una vez y se cuenta durante todo el ciclo. La historia del yo son dos o tres momentos en que el alcalde eligió algo con un costo; no es un currículum, porque un valor no se declara, se demuestra con una decisión que dolió. Dura entre 90 y 120 segundos contada en voz alta y aparece entera en el video de presentación y en pedazos en todo lo demás. La historia del nosotros es la memoria compartida de la comuna, y cambia de barrio en barrio. La historia del ahora es por qué este momento exige algo. Sin ella, las otras dos son nostalgia.

La regla de repetición. El mensaje se escribe una vez y se repite hasta que el equipo se aburra. El día en que el equipo se aburre es más o menos el día en que los vecinos recién lo empiezan a registrar. El mensaje del día es el mismo tema con un hecho nuevo.

Las palabras

La prueba de cada texto es la prueba de la feria: ¿se entiende dicho en voz alta, en la feria, a alguien que está comprando? Palabras que funcionan: tranquilidad, plazo, el hoyo de la calle, el agua, la luz, el camino, la posta, el colegio, el jueves, tu barrio, y cada sector por su nombre. Palabras que matan: articular, territorializar, gobernanza, hoja de ruta, instancia, iniciativa, cabe destacar, en el marco de, gestión (cuando la dice él de sí mismo), lineamientos, sinergia, relevar.

Nunca se niega un marco, porque negarlo lo evoca. "No soy un alcalde que se aprovecha del cargo" instala exactamente la idea contraria. Se habla de lo que se hace.

Los siete tonos que el electorado chileno castiga: superioridad moral, jerga, estridencia, frivolidad, promesa desproporcionada, farandulización (sobrexposición sin sustancia, que sube el conocimiento y baja el respeto) y desprecio territorial. Lo que funciona es serio, concreto, cercano y sin dramatismo.

Primera persona sin autopromoción

La respuesta está en la estructura del texto. El "yo" habla de valores demostrados con un costo ("decidí X aunque me costó Y"). El "nosotros" es la comuna, los vecinos, y el equipo que lo acompaña. La obra es de la Municipalidad, siempre, y se nombra así. Y la petición es al vecino: qué le pide, a qué lo invita, qué quiere escuchar de él. Un texto que respeta esas cuatro posiciones puede ser en primera persona de principio a fin y nunca va a sonar a autopromoción, porque el protagonista de la frase no es él.

Antes y después

SITUACIÓN	COMO SE DICE MAL	COMO SE DICE BIEN
Inauguración de una obra	"Hoy inauguramos la nueva sede social del sector. ¡Otra promesa cumplida! Gracias vecinos por confiar en mi gestión."	Historia compartida desde la cuenta municipal, y encima: "Estuve hoy en la sede nueva. La pidió la junta de vecinos hace ocho años. Lo que viene ahora es que la usen: talleres, reuniones, lo que decidan ellos."
Avance de una obra	"Avanzamos con el asfalto del camino rural, tal como me comprometí."	"La Municipalidad informó hoy el avance del camino. Fui a verlo el sábado con mi teléfono. A quien más le cambia la vida es a los que salen a las seis de la mañana en invierno." (material propio, publicado después del municipal)
Temporal o emergencia	"¡Alerta! Se viene el peor temporal de la década. Quédense en sus casas."	La Municipalidad informa por su canal, con la fuente oficial y el dato. El alcalde comparte y agrega: "Si están en sector bajo, esto es lo que hay que hacer. Estoy en la oficina de emergencias, cualquier cosa a este número."
Hecho en investigación	"Ya sabemos qué pasó y quiénes son los responsables."	"Hay una investigación en curso y la Municipalidad está entregando toda la información que se le pide. No voy a adelantar conclusiones que le corresponden a la Fiscalía. Lo que sí puedo decir es qué estamos haciendo hoy por la familia."

SITUACIÓN	COMO SE DICE MAL	COMO SE DICE BIEN
Nota crítica en un medio local	"Falso. Este medio tiene una campaña en mi contra y lo vamos a llevar a la justicia."	Respuesta por escrito al medio, con datos, el mismo día. En la cuenta personal, si se habla: "Vi la nota. Hay dos cosas que son ciertas y una que no. Las ciertas se están corrigiendo así. La que no, acá está el documento."
Oficio de la Contraloría	"La Contraloría se equivoca y lo vamos a impugnar. Esto es persecución."	La Municipalidad informa el cumplimiento por su canal. El alcalde, si habla: "La Contraloría observó cómo se comunican las actividades municipales. Desde hoy se hace así. Prefiero corregir que discutir."
Logro de gestión importante	"Conseguí 800 millones para el plan de agua potable rural."	"La Municipalidad firmó hoy el convenio del agua potable rural. Es la historia más larga que tiene la comuna y no cabe en un período. Lo que a mí me tocó fue insistir. Lo que viene es de todos."
Actividad del partido	Desde la cuenta municipal: "El alcalde participó en el encuentro de su partido."	Solo desde la cuenta personal y solo con material propio: "Anoche en el encuentro del equipo. Somos un grupo de vecinos, y el que quiera sumarse me escribe."

En video

El formato más eficiente y el más subestimado para una autoridad local es el alcalde hablando a cámara con el teléfono en la mano. Plano medio, sin trípode, luz natural, sin música, sin leer, una sola idea por video, entre 20 y 45 segundos. Vertical, subtítulos quemados, el gancho en los primeros dos segundos, el nombre en pantalla desde el segundo cero, y el cierre mirando al lente con una pregunta o una invitación. El escenario preferido es la comuna: la calle, el camino, la feria, el sector donde estuvo. La oficina municipal en horario municipal no es el escenario de la cuenta personal. Medio día de grabación fuera de la jornada rinde entre quince y veinticinco piezas; se graba cada dos semanas y se guarda un banco de material genérico como reserva. Diez piezas honestas publicadas superan a dos perfectas guardadas.

Con los vecinos que comentan y escriben

Se responde, y se responde rápido, con nombre. No se discute en comentarios: se contesta una vez con el dato y se invita a conversar en persona. En la cuenta personal se puede bloquear, pero no conviene: un vecino bloqueado es una captura de pantalla circulando. Los mensajes directos son el canal más valioso que tiene: ahí llega lo que la gente no dice en público. Se leen todos, se responden todos, y lo que se repite tres veces es un tema para el próximo video.

Con los medios

Nunca se pelea con el periodista. Nunca se exige la bajada de una nota. Nunca se amenaza con acciones legales por una nota crítica: ese gesto hace más daño que el que evita. Toda consulta de un medio se responde por escrito, el mismo día, con datos y documentos. En una entrevista el alcalde habla como alcalde y eso es legítimo, pero el sujeto de la obra sigue siendo la Municipalidad y el equipo; lo que es suyo es la opinión, el criterio y la prioridad. Cuatro cosas que se practican antes de cada entrevista: el puente (cómo volver al mensaje desde cualquier pregunta), la pregunta que no quiere que le hagan, el silencio (no se llena, se respira) y la coherencia física. En regiones la radio es el medio de mayor

penetración, y el trayecto de la mañana instala el tema del día: lo que el municipio quiere que se hable en la mañana tiene que estar en manos de la radio antes de las siete.

La comunicación de riesgo

Clima, emergencias, hechos policiales, accidentes. Reglas fijas, escritas en un protocolo que firma el municipio: la Municipalidad informa primero, por su canal, citando la fuente oficial (Senapred, la Dirección Meteorológica, Carabineros, la Fiscalía); el alcalde replica y contiene, no adelanta ni amplifica; ninguna certeza antes de la investigación; ninguna alarma sin un dato de la fuente oficial detrás; ningún adjetivo que no venga de la fuente. En una emergencia la cámara apunta al vecino y al equipo de emergencia, no al alcalde.

17 El menú de la cuenta personal

LÍNEA	QUÉ ES	FORMATO	CUÁNTO
Criterio	Qué piensa de un tema de la comuna y por qué. Una decisión explicada, una prioridad defendida.	Video a cámara, 30 a 45 segundos	Una por semana, siempre
Terreno	Dónde estuvo, con quién habló, qué le contaron. Material propio, con la historia del nosotros del lugar.	Historias durante el día, un video corto después	Dos o tres veces por semana
Visión	La comuna a diez años: las historias que duran más que un período.	Video a cámara más largo, o carrusel con texto propio	Dos al mes
Persona	Momentos de la historia del yo, valores demostrados, la vida cotidiana en dosis pequeñas. Sin familia, sin salud, sin exposición que después no se pueda retirar.	Foto propia con texto corto, video ocasional	Una a la semana como máximo
Equipo	Su partido o su equipo político y las personas que lo acompañan, las actividades del grupo, la invitación a sumarse. Solo con material propio, nunca desde la cuenta municipal.	Foto, historia, video corto	Cuando hay actividad
Réplica	Lo que la Municipalidad hizo esta semana, con su lectura.	Compartir a historias con una línea; repost con crédito	Las que el municipio publique, nunca antes

En seis meses la meta es que al menos seis de cada diez piezas de la cuenta personal sean propias y no réplicas. Ese número se llama índice de dependencia y es la medida más importante de este método.

Esta sección existe para que cualquiera del equipo pueda escribir un guion sin tener que releer todo lo anterior. La línea se resume en cinco reglas, y después vienen los escenarios con su guion de ejemplo, el banco de frases y las plantillas de comentarios.

Las cinco reglas de todo guion

El sujeto. "Yo" cuenta lo que vi, lo que decidí, lo que pienso y lo que voy a hacer con mi tiempo. "La Municipalidad", "el equipo de Obras", "la gente de Seguridad", "el Concejo" hacen las obras, entregan los servicios y aprueban las cosas. Si en un guion el "yo" es el sujeto de un verbo de obra (entregué, construí, conseguí, cumplí), se reescribe.

El reloj. Si el video muestra algo que hizo el municipio, la Municipalidad ya lo publicó, o lo publica junto con el video. Nunca antes. Si el video es criterio, opinión, terreno o persona, no hay reloj: es suyo.

La forma. Gancho en los dos primeros segundos, una sola idea, entre 20 y 45 segundos, y un cierre que le pide algo al vecino o lo invita a algo. Se graba con el teléfono en la mano, mirando al lente, sin leer, y con la comuna de fondo.

Las palabras. Las que se usan en la feria. Ninguna de la lista de las que matan. Ningún adjetivo que no venga de una fuente. Ninguna promesa que el cargo no pueda cumplir.

La persona de al lado. Nadie es humillado a cámara. Ninguna cara de una persona en situación vulnerable sin difuminar. Ningún vecino, comerciante ni funcionario nombrado o acusado. Ningún niño sin autorización.

Los escenarios, con su guion

Cada escenario trae cuándo se usa, quién graba, cómo se sincroniza con el municipio, un guion de ejemplo y lo que no se dice. Los guiones son de 30 a 40 segundos hablados.

Escenario 1. El operativo en terreno (fiscalización de ambulantes, desalojo de un campamento, control de locales, recuperación de un espacio).

Cuándo: mientras ocurre, o justo después. Quién graba: él mismo con el teléfono, o su persona de equipo, sin dirigir al personal municipal. Reloj: la Municipalidad publica su versión institucional y la personal sale con ella o después.

Guion: "Son las once de la noche y estoy en la plaza con el equipo de Seguridad. Llevábamos tres semanas de reclamos de los vecinos por ruido y por gente durmiendo en las bancas. Hoy el municipio recuperó este espacio. No es contra nadie: a las personas que estaban acá las está atendiendo Dideco esta misma noche. Lo que quiero es que mañana una familia pueda venir a sentarse acá. Si en tu sector pasa algo parecido, escíbeme."

Lo que no se dice: nombres, "los sacamos", burlas, "cumplí lo que prometí", ninguna cara identificable de las personas afectadas.

Escenario 2. La réplica de una obra entregada (sede social, plaza, luminarias, un camino terminado).

Cuándo: el mismo día o el siguiente, después de la publicación municipal. Quién graba: él, en el lugar, con su teléfono. Reloj: obligatorio después del municipio.

Guion: "Esta es la sede nueva del sector. La Municipalidad la entregó hoy, y les cuento algo que no sale en la publicación oficial: la junta de vecinos la pidió en 2017, y la señora Rosa, que era presidenta entonces, estuvo hoy en la primera fila. Lo que viene ahora es que la usen: talleres, reuniones, lo que decidan ellos. ¿Qué actividad les gustaría partir acá?"

Lo que no se dice: "entregué", "otra promesa cumplida", "gracias a mi gestión", la cifra de la obra como logro personal.

Escenario 3. El avance de obra visto el sábado (el camino, el alcantarillado, la posta en construcción).

Cuándo: fin de semana, fuera de la jornada. Quién graba: él, caminando. Reloj: la Municipalidad ya informó el avance o lo informa el lunes; el video no da cifras nuevas.

Guion: "Sábado, ocho de la mañana, camino rural. Vine a ver con mis propios ojos cómo va el asfalto que está haciendo la Municipalidad. Van tres kilómetros. A quien más le cambia la vida es al que sale a las seis de la mañana en invierno con el barro hasta acá. Cuando esté listo vuelvo a grabar en este mismo punto."

Lo que no se dice: plazos que la Dirección de Obras no haya dado por escrito, "mi camino", críticas al contratista.

Escenario 4. La emergencia (temporal, nieve, corte de ruta, corte de luz, incendio).

Cuándo: cuando la Municipalidad ya publicó la información oficial. Quién graba: él, en el lugar donde está trabajando, con el teléfono. Reloj: siempre después del canal municipal y de la fuente oficial.

Guion: "Estoy en la oficina de emergencias. Senapred tiene alerta amarilla por lluvia hasta mañana a mediodía. Si vives en sector bajo, esto es lo que hay que hacer: sacar lo que esté a nivel de piso y tener una mochila con documentos. La Municipalidad tiene el albergue abierto en el gimnasio. El número está en la publicación del municipio. Yo voy a estar acá toda la noche."

Lo que no se dice: "el peor temporal en años", cifras propias de daño, certezas sobre causas, y ninguna imagen del alcalde como protagonista de la emergencia: la cámara apunta al vecino y al equipo.

Escenario 5. El hecho en investigación (un accidente, un hecho policial, una muerte).

Cuándo: solo si hay que decir algo, y después de que la Municipalidad fijó su posición por escrito. Quién graba: él, sobrio, sin música, de una toma.

Guion: "Hay una investigación en curso y la Municipalidad está entregando toda la información que la Fiscalía le pide. No voy a adelantar ninguna conclusión, porque no me corresponde y porque sería injusto con la familia. Lo que sí puedo decir es lo que estamos haciendo hoy por ellos, y es esto."

Lo que no se dice: culpables, causas, "ya sabemos qué pasó", nada que después haya que corregir.

Escenario 6. El criterio (por qué se decidió algo, por qué se priorizó una cosa sobre otra, qué piensa de un tema de la comuna).

Cuándo: martes, la pieza fija. Quién graba: él, en la calle. Reloj: ninguno, es suyo.

Guion: "Me preguntan por qué la Municipalidad partió por los caminos rurales y no por el centro. Les contesto con un dato: el 40% de la comuna vive fuera del centro, y en invierno hay sectores que quedan un mes sin poder sacar el auto. El centro importa, y va a llegar. Pero primero el que no puede salir de su casa. ¿Están de acuerdo? Léanme en los comentarios."

Lo que no se dice: nombres de concejales, "la oposición", "los que critican", ataques.

Escenario 7. La decisión difícil (un no, un recorte, algo impopular).

Cuándo: antes de que lo cuente otro. Quién graba: él, de una toma.

Guion: "Les voy a contar algo que no es popular. Este año la Municipalidad no va a financiar el festival de verano como los años anteriores, y la decisión la tomé yo. La plata va a la posta rural, que lleva dos inviernos con goteras. Prefiero un enero más silencioso y un invierno con techo. Si tienen una idea para hacer el festival con auspicios, escribanme, la escucho."

Lo que no se dice: culpar al Concejo, a la administración anterior o al gobierno; prometer que el festival vuelve si no está decidido.

Escenario 8. El terreno de un día normal (a quién escuchó, qué le contaron).

Cuándo: jueves, con historias durante el día y un video al final. Quién graba: él.

Guion: "Hoy estuve en un sector rural. Don Manuel me mostró la vertiente de donde saca el agua hace cuarenta años, y que este verano se secó por primera vez. No tengo la solución hoy. Lo que tengo es el compromiso de que la Municipalidad va a medir cuántas familias están en la misma, porque sin ese número no hay proyecto. Se los voy a contar cuando lo tengamos."

Lo que no se dice: la cara del vecino sin su permiso, su dirección, promesas de plazo.

Escenario 9. La temporada (en una comuna turística, cuando se llena).

Guion: "En temporada hay más gente en la calle que vecinos en la comuna. Para los que viven acá todo el año, la Municipalidad reforzó tres cosas: la recolección de basura pasa dos veces al día en el centro, hay inspectores en los paseos hasta las diez, y el consultorio abre los sábados. Los detalles están en la cuenta del municipio. Y a los que vienen de visita: bienvenidos, y la basura se lleva de vuelta."

Lo que no se dice: "gracias a mí", cifras de turistas que no sean de una fuente oficial.

Escenario 10. El logro grande (un convenio firmado, un fondo conseguido).

Guion: "La Municipalidad firmó hoy el convenio del agua potable rural. Es la historia más larga que tiene la comuna: no cabe en un período ni en dos. Lo que a mí me tocó fue insistir en cada oficina donde esto llevaba años durmiendo. Lo que viene es de todos: de los que lo pidieron, de los que lo van a usar y de los que vienen después de mí. Hoy, solo gracias."

Lo que no se dice: "conseguí", "logré", "mi plan", el monto como trofeo.

Escenario 11. La nota crítica o el oficio (un medio publica algo, la Contraloría observa algo).

Guion, nota crítica: "Vi la nota de hoy. Hay dos cosas ciertas y una que no. Las ciertas se están corrigiendo así: [una frase cada una]. La que no es cierta, acá está el documento, y se lo mandé al medio por escrito."

Guion, oficio: "La Contraloría observó cómo se comunican las actividades municipales. Desde hoy se hace así: primero el municipio, después yo. Prefiero corregir que discutir."

Lo que no se dice: "persecución", "campaña en mi contra", amenazas legales, nombres de periodistas.

Escenario 12. El partido y el equipo político.

Cuándo: solo desde la cuenta personal, solo con material propio. Guion: "Anoche en el encuentro de mi equipo político. Somos un grupo de vecinos que trabaja hace tiempo por la comuna. No les voy a hablar de elecciones, faltan dos años. Les hablo de esto: si quieres ser parte de un equipo que se junta a pensar la comuna, me escribes."

Lo que no se dice: nada municipal, ninguna obra, ninguna mención a la cuenta o la agenda del municipio, ningún funcionario en pantalla.

Escenario 13. Después del Concejo.

Cuándo: después de la sesión, que es pública. Guion: "Hoy el Concejo aprobó el aporte para las tres juntas de vecinos que postularon al fondo. Se aprobó por unanimidad, y eso lo quiero destacar: cuando es por los vecinos, no hay bandos. Las actas quedan publicadas en el sitio del municipio."

Lo que no se dice: lo que se discutió en sesión reservada, votos individuales con reproche, "ganamos".

Escenario 14. El video de presentación (la historia del yo).

Se graba una vez, dura entre 90 y 120 segundos, y tiene tres escenas con una elección y un costo cada una. Esqueleto: "Cuando [situación], tenía que elegir entre [lo cómodo] y [lo correcto]. Elegí [lo correcto] y me costó [el costo real]." Cierra con el ahora: por qué este momento pide lo mismo. Ese video se ancla en el perfil y se corta en pedazos para todo el año.

El banco de frases

Ganchos (los dos primeros segundos). "¿Sabes por qué el camino rural se arregla recién ahora?" / "Son las once de la noche y estoy en la plaza." / "Les voy a contar algo que no es popular." / "Me preguntan mucho por esto, así que lo contesto de una vez." / "Hoy don Manuel me mostró algo que me cambió la semana." / "Vi la nota de hoy." / "Esto no sale en la publicación oficial." / "Sábado, ocho de la mañana, con barro hasta la rodilla." / "Hay una pregunta que me hacen en cada junta de vecinos." / "Antes de que lo lean por ahí, se los cuento yo."

Puentes (del hecho al criterio). "Y esto importa porque..." / "Lo que no se ve en la foto es..." / "Les contesto con un dato." / "Detrás de esto hay un equipo que..." / "A quien más le cambia la vida es a..." / "Lo que a mí me tocó fue..." / "Lo que viene ahora es..." / "No tengo la solución hoy. Lo que tengo es..."

Cómo nombrar la obra sin apropiársela. "La Municipalidad entregó" / "El equipo de Obras terminó" / "La gente de Seguridad recuperó" / "El Concejo aprobó" / "Dideco está atendiendo" / "El municipio firmó" / "Los vecinos consiguieron, y la Municipalidad ejecutó" / "Se logró entre muchos, y yo puse la insistencia".

Cómo decir "yo" sin autopromoción. "Decidí X aunque me costó Y." / "Fui a verlo con mis propios ojos." / "Me tocó insistir." / "Prefiero A que B, y lo asumo." / "Me equivoqué en esto, y lo corregí así." / "Voy a estar acá toda la noche."

Cierres. "Si en tu sector pasa algo parecido, escíbeme." / "¿Están de acuerdo? Léanme en los comentarios." / "Cuando esté listo vuelvo a grabar en este mismo punto." / "Se los voy a contar cuando lo tengamos." / "El jueves estoy en tu junta de vecinos, te espero." / "Si tienen una idea, la escucho." / "Los detalles están en la cuenta del municipio." / "Hoy, solo gracias."

Contención en emergencias. "Esto es lo que hay que hacer." / "La fuente es Senapred, y dice esto." / "El albergue está abierto en..." / "No voy a adelantar nada que no esté confirmado." / "Estoy acá y me quedo."

Respuesta a críticas. "Hay dos cosas ciertas y una que no." / "Acá está el documento." / "Se está corrigiendo así." / "Prefiero corregir que discutir." / "Tienes razón en esto, y en esto otro te voy a mostrar el dato."

Lo que se dice en vez de lo que no se dice.

NO SE DICE	SE DICE
"Cumplimos" / "Otra promesa cumplida"	"La Municipalidad entregó hoy"
"Conseguí 800 millones"	"El municipio firmó el convenio; a mí me tocó insistir"
"Mi gestión logró"	"El equipo de Obras terminó"
"Les prometí y lo hice"	"Esto lo pidieron los vecinos en 2017 y hoy está"
"Los sacamos de ahí"	"El municipio recuperó este espacio y Dideco está atendiendo a las personas"
"El peor temporal en años"	"Senapred tiene alerta amarilla hasta mañana"
"Ya sabemos qué pasó"	"Hay una investigación en curso y no voy a adelantar conclusiones"
"La oposición quiere frenar esto"	"El Concejo lo aprobó por unanimidad" o nada
"Este medio me persigue"	"Vi la nota. Hay dos cosas ciertas y una que no"
"Gracias por confiar en mí"	"Gracias a los que lo pidieron durante años"
"Vamos a cerrar ese local" (sin decreto)	"La Municipalidad está fiscalizando y va a informar el resultado"
"Como alcalde ordené"	"Le pedí al equipo que" (si es cierto y ya está en marcha)

Los comentarios: cómo responde

Se responde con nombre, rápido, una sola vez, y sin discutir. Plantillas:

Al que agradece. "Gracias, [nombre]. El mérito es del equipo de [dirección] que lo sacó adelante. Si ves algo que falta en el sector, me lo dices."

Al que critica con razón. "[Nombre], tienes razón. [Qué se está haciendo y cuándo]. Si el [fecha] no está resuelto, escíbeme de nuevo y lo veo personalmente."

Al que critica sin dato. "[Nombre], gracias por escribir. El dato es este: [una línea]. Si quieres lo conversamos en persona: el jueves estoy en [lugar]."

Al que pide un trámite o una ayuda. "[Nombre], eso lo ve directamente [la oficina], en [canal municipal]. Yo no puedo resolverlo por acá, pero sí puedo pedir que te contesten rápido."

Al que insulta. No se responde. Si es reiterado o amenaza, se guarda captura y se bloquea. Nunca se contesta con ironía.

Al que pregunta por política o elecciones. "Faltan dos años para eso y hoy estoy en otra cosa. Si quieres conversar de la comuna, me escribes."

Al vecino de otra comuna que compara. "Cada comuna tiene lo suyo. Lo que sí te puedo contar es cómo lo hizo el municipio acá: [una línea]."

Las formas que funcionan por escenario

FORMA	PARA QUÉ ESCENARIO	REGLA
A cámara, teléfono en mano, plano medio	Criterio, decisión difícil, respuesta a una nota	Una toma, sin cortes visibles, sin música
Caminando y hablando	Terreno, avance de obra, temporada	El lugar se ve, el alcalde se mueve, el gancho va antes de empezar a caminar
Desde la acción, con el equipo detrás	Operativo	Nadie dirige al personal municipal; las caras vulnerables difuminadas
Compartir a historias con una línea encima	Réplica de lo municipal	Se ve que viene de la cuenta municipal; la línea es criterio, no crédito
Antes y después con material propio	Obra terminada, espacio recuperado	El antes lo grabó él antes; si el antes es municipal, se comparte, no se sube
Responder a un comentario en video	Un reclamo que se repite tres veces	Se lee el comentario textual, sin el nombre, y se contesta con dato
Transmisión en vivo mensual	Preguntas y respuestas	Media hora, con la lista de preguntas frecuentes preparada, sin prometer plazos
Serie fija de tres pilares	Visión	Un video al mes por pilar, mismo encuadre, misma frase madre al cierre

La prueba de un guion antes de grabar

- 01¿El "yo" es sujeto de algún verbo de obra? Se cambia el sujeto.
- 02¿Hay un dato, una cifra o un plazo que la Municipalidad no haya publicado? Se saca o se espera.
- 03¿Hay un nombre propio de un vecino, un comerciante, un funcionario o un concejal? Se saca.

- 04** ¿El gancho cabe en dos segundos y se entiende sin contexto? Si no, se reescribe.
- 05** ¿Pasa la prueba de la feria de principio a fin? Si hay una palabra de oficina, se cambia.
- 06** ¿El cierre le pide algo al vecino? Si termina en punto, no está terminado.
- 07** ¿Si sale mañana en el medio local con el peor titular, se puede defender frase por frase? Si una frase no, esa frase no se graba.

Tres plantillas para tener a mano

El texto de una réplica. "[Lo que hizo la Municipalidad, en una línea, con el sujeto correcto]. [Por qué importa o a quién le sirve, en una línea]. [Qué viene después o un gracias al equipo que lo hizo, en una línea]."

La nota a un medio, por escrito. "Estimado/a [nombre]: en relación con su consulta sobre [tema], la Municipalidad informa que [hechos, con fechas y documentos adjuntos]. Sobre [punto específico], [aclaración]. Quedo disponible para cualquier precisión." La firma quien corresponda en el municipio, no el equipo personal.

La estructura de un video de criterio. Segundo 0 a 2, el gancho, a cámara. Segundo 2 a 25, el desarrollo con algo real: un rostro, una cifra, una acción. Segundo 25 a 35, la tesis en una frase, la misma de siempre. Segundo 35 a 45, el cierre a cámara: qué le pide al vecino o a qué lo invita.

19 Producción con recursos propios

El equipo. Una persona a tiempo parcial, unas veinte horas a la semana, pagada por el alcalde o por el partido, que organiza las grabaciones quincenales, edita y sube las piezas, y lee y responde los mensajes con él. No es un periodista municipal ni trabaja en el municipio ni tiene correo municipal. Un fotógrafo o realizador freelance para los hitos grandes, por evento. Y el alcalde con su teléfono, que es la cámara principal.

El kit. Un teléfono propio con buena cámara, un micrófono de solapa inalámbrico, un trípode chico, una luz portátil y una aplicación de subtítulos. Todo comprado con plata propia y con la boleta guardada, porque el día que alguien pregunte con qué se hizo un video, la respuesta tiene que estar en un cajón.

La frontera con el municipio, escrita y firmada por el propio alcalde ante su equipo. Ningún funcionario municipal produce, envía ni edita material para la cuenta personal. Ningún periodista municipal le manda registros por WhatsApp. Ningún equipo municipal (cámara, dron, computador) se usa para la cuenta personal. Ningún vehículo municipal traslada a la persona de su equipo personal, ni siquiera "porque iba para allá igual". Ninguna oficina municipal se usa como set en horario municipal. Ningún correo ni agenda municipal se comparte con el equipo personal. Y en una actividad municipal, la persona de su equipo personal es un asistente más, sin acceso privilegiado ni credencial de prensa municipal.

20 Los primeros noventa días

Fase 0, los primeros treinta días: ordenar la casa. Volumen bajo: solo réplicas correctas y un video de criterio a la semana. Mientras tanto, el municipio firma el protocolo de comunicaciones y corta el flujo desde los periodistas al teléfono del alcalde; se quitan los enlaces, arrobas y colaboraciones desde la cuenta municipal a la personal; se cuentan las últimas treinta publicaciones municipales y se corrige si el alcalde está en la mayoría; se contrata a la persona del equipo personal y se compra el kit; se hacen las treinta conversaciones y el conteo de prensa; se escribe la casa del mensaje y la historia del yo, y se ensayan; y se escribe el protocolo de comunicación de riesgo.

Fase 1, del día treinta y uno al noventa: arrancar el ritmo. Empieza la grilla semanal completa. Se publica el video de presentación con la historia del yo. Se hace la primera conversación abierta mensual (una transmisión en vivo de treinta minutos respondiendo preguntas). Se instala la rutina con los medios: toda consulta se responde por escrito el mismo día. Al final de la fase se mide por primera vez.

Fase 2, el año siguiente: consolidar. La cuenta personal ya se sostiene sola. El municipio cuenta las obras que duran por su canal, y el alcalde les pone su lectura. Se mide cada tres meses. Y si hay elección en el horizonte, la audiencia propia construida antes es el activo que se lleva a la campaña: para el Servel lo que se publica gratis en una cuenta personal es comunicación privada. Si al llegar la elección el alcance del alcalde todavía depende de la cuenta municipal, llega sin canal.

DÍA	CUENTA PERSONAL
Lunes	Historia: cómo parte la semana, un tema que le preocupa
Martes	Video de criterio (30 a 45 segundos), la pieza fija de la semana
Miércoles	Réplica de lo que publicó la Municipalidad, con su lectura, solo después del municipio
Jueves	Terreno: historias del día, video corto al final, material propio
Viernes	Réplica o visión, alternadas
Sábado	Persona o equipo; grabación quincenal en la mañana
Domingo	Silencio, o una foto de la comuna sin texto

Cada comuna tiene un año con forma (la temporada, las lluvias, el invierno, las fiestas, la preparación de la temporada siguiente) y el contenido lo sigue: cada estación tiene sus videos de criterio y sus salidas a terreno ya previstas.

21 Cómo se mide, sin vanidad

Los seguidores, los me gusta y las impresiones no dicen nada que cambie una decisión. Lo que se mide cada mes, en una hoja de una página: el índice de dependencia (qué porcentaje de las piezas de la cuenta personal son propias y no réplicas, con meta de seis de cada diez a los seis meses); la retención de video a los tres y a los quince segundos; la proporción de comentarios positivos, negativos y neutros, contada a

mano, en las diez piezas más vistas; los mensajes directos recibidos y respondidos, y los tres temas más repetidos; y las menciones en medios locales que citan la cuenta personal o un video, y no una publicación municipal. Y una pregunta sobre cada número: si esto baja, ¿qué decisión cambiaría? Si la respuesta es ninguna, el número es vanidad.

22 Cuando algo sale mal

El árbol de decisión. Tres preguntas, en orden. ¿Es verdad? ¿Existe una prueba, un documento? ¿Es un problema de carácter o de competencia? Si hay documento, la crisis es de hechos y no de relato, y negar contra una prueba es la peor decisión posible. Si es verdad y era prevenible, la única ruta es reconocer, disculparse y reparar, sin importar cuánto crédito tenga acumulado. Nunca se mezcla negar con minimizar. Y nunca se niega por etapas, porque cada etapa es una noticia nueva.

El protocolo de las 24 horas. Primera hora: contención, silencio operativo, se congela toda publicación programada en la cuenta personal. Primeras seis horas: verificación, y una sola pregunta hacia adentro: ¿hay algo más? Si hay tres problemas, salen los tres el mismo día, porque el goteo mata. Dentro de las 24 horas: la respuesta definitiva, una sola vez; si es un tema de carácter, un video vertical de una sola toma, a cámara, sin edición; si es de competencia, un texto con los hechos y el documento. Después: reencauzar con un hecho nuevo. La crisis termina cuando hay algo más que contar.

La disculpa. Cinco piezas y sin atajos: qué pasó, con nombre; que estuvo mal, sin "si alguien se sintió afectado"; a quién le afectó; qué se hace para repararlo; y qué cambia para que no se repita. Una disculpa con las cinco piezas cierra un tema. Una con cuatro lo reabre.

Cuando llega un oficio de la Contraloría. La Municipalidad informa el cumplimiento por su canal, sin adjetivos. El alcalde, si habla, dice qué cambia desde hoy y no discute con la Contraloría: "Prefiero corregir que discutir" es una frase de marca, y "esto es persecución" es una frase de campaña de otro. Y se corrige de verdad, porque la Contraloría ya dijo en 2016 que la reincidencia después de una instrucción de abstenerse trae proceso disciplinario.

Adelantarse. La mejor defensa es instalar uno mismo la historia completa antes de que la instale otro. Si hay un tema que va a salir, se cuenta primero, entero, con el contexto y con lo que se está haciendo.

Lo que no se hace nunca. Pelear con el periodista. Exigir bajadas. Amenazar con acciones legales por una nota. Negar antes de verificar. Borrar en silencio. Responder desde la cuenta municipal a una crítica política. Publicar un post programado en medio de una crisis. Responder todos los ataques. Atacar con el rostro del alcalde: el contraste, cuando toca, lo hacen otros.

23 Las líneas rojas del método

- 01 Ningún material hecho por funcionarios municipales en la cuenta personal, nunca.
- 02 Ninguna información del cargo antes de que la publique la Municipalidad.
- 03 Ninguna obra o servicio presentado como logro propio ni como promesa cumplida.

- | | |
|----|---|
| 04 | Ningún funcionario, vehículo, equipo, oficina en jornada, correo ni agenda del municipio al servicio de la cuenta personal. |
| 05 | Ningún enlace, arroba ni colaboración desde la cuenta municipal a la personal. |
| 06 | Ninguna pauta pagada fuera de una campaña formal, y en campaña solo dentro de la ventana y declarada al Servel. |
| 07 | Ninguna certeza pública sobre un hecho en investigación. |
| 08 | Ninguna alarma sin la fuente oficial detrás. |
| 09 | Ninguna pelea con un medio ni amenaza de acción legal por una nota. |
| 10 | Nada falso ni fabricado, ningún video o voz generados con inteligencia artificial que pongan palabras en boca de nadie, ni siquiera del propio alcalde. |
| 11 | Ninguna exposición de la familia, la salud o la vida privada de nadie, incluida la suya. |
| 12 | Ninguna foto de un niño sin autorización de sus padres ni de un vecino en una situación sensible sin su permiso. |

24 Antes de publicar en la cuenta personal

- | | |
|----|---|
| 01 | ¿El material lo hice yo o mi equipo personal, con nuestros equipos y fuera de la jornada? |
| 02 | ¿Si es de una actividad municipal, la Municipalidad ya lo publicó? |
| 03 | ¿El sujeto de la obra es la Municipalidad y no yo? |
| 04 | ¿Dice "cumplimos", "prometí" o "mi gestión"? Si sí, se reescribe. |
| 05 | ¿Pasa la prueba de la feria? |
| 06 | ¿Está en uno de los tres pilares, o es ruido? |
| 07 | ¿La primera línea es un gancho y no un enunciado? |
| 08 | ¿Cierra con una invitación o una pregunta al vecino? |
| 09 | ¿Aparece alguien que no autorizó aparecer? ¿Un niño? ¿Alguien en situación sensible? |
| 10 | ¿Si esto sale mañana en el medio local con el peor titular posible, lo puedo defender? |

Si trabajas en un municipio, en un equipo de comunicaciones o con una autoridad y quieres ordenar esto, escíbeme a g.troncoso.ia@gmail.com y conversamos. Y si encuentras un dictamen nuevo que cambie algo de lo que está acá, también: esta guía se corrige a la vista.

FUENTES, LEÍDAS EN SU TEXTO

Contraloría, instructivo E545210 del 27 de septiembre de 2024: <https://www.contraloria.cl/pdfbuscador/instructivos/E545210N24/html>

Contraloría, dictamen E26306 del 17 de febrero de 2025: <https://www.contraloria.cl/pdfbuscador/dictamenes/E26306N25/html>

Contraloría, dictamen OF128769 del 7 de julio de 2026 (Huechuraba): <https://www.diarioconstitucional.cl/wp-content/uploads/2026/07/contraloria-1.pdf>

Contraloría, dictamen 24.771 del 21 de abril de 2011: <https://www.contraloria.cl/pdfbuscador/dictamenes/024771N11/html>

Contraloría, dictamen 21.237 del 18 de marzo de 2016: <https://www.contraloria.cl/pdfbuscador/dictamenes/021237N16/html>

Contraloría, dictamen 617 del 18 de marzo de 2021: <https://www.contraloria.cl/pdfbuscador/dictamenes/000617N21/html>

Contraloría, oficio E510609 del 9 de julio de 2024 a todos los alcaldes: https://www.sinim.gov.cl/archivos/home/927/E510609_cgr.pdf

Contraloría, instructivo para las elecciones 2024: <https://www.contraloria.cl/web/cgr/-/contraloria-imparte-instructivo-para-elecciones-2024>

Oficio de mayo de 2025 sobre las redes institucionales de Pucón: <https://alertanoticiastemuco.cl/2025/05/22/contraloria-cuestiona-imagen-alcalde-pucon/>

Oficio de diciembre de 2025 sobre la cuenta personal del alcalde de Pucón: <https://www.lavozdepucon.cl/2025/12/16/contraloria-cuestiona-al-alcalde-por-uso-de-material-audiovisual-municipal-en-la-cuenta-personal-de-redes-sociales-del-jefe-comunal/>

Oficio OF52461 de 2026 sobre Carahue: <https://elperiodico.cl/gracias-a-denuncia-de-concejala-de-carahue-contraloria-consolid-a-estandar-de-probidad-en-el-uso-de-redes-sociales-por-parte-de-alcaldes/>

Oficio OF115412 del 18 de junio de 2026: <https://elperiodico.cl/cambio-de-criterio-contraloria-respalda-que-presidente-kast-mantenga-bloqueados-a-usuarios-de-redes-sociales/>

Oficio del 20 de julio de 2026 sobre Los Ángeles: https://elcontraste.cl/los_angeles/2026/09/12/contraloria-reprocha-a-alcalde-de-los-angeles-por-uso-de-redes-sociales-respaldo-campana-a-diputada-de-su-hija/

Contraloría Regional del Biobío, oficio del 27 de agosto de 2026 sobre vehículos municipales en Santa Bárbara: <https://www.latribuna.cl/politica/2026/09/02/contraloria-ordena-proceso-disciplinario-tras-revisar-uso-de-vehiculos-municipales-en-santa-barbara.html>

Ley 18.695 (art. 39 y 60): <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=251693>

Ley 18.883, art. 82: <https://www.suseso.gob.cl/612/w3-propertyvalue-108813.html>

Ley 18.575, art. 62: https://leyes-cl.com/ley_organica_constitucional_de_bases_generales_de_la_administracion_del_estado/62.htm

Decreto Ley 799 de 1974: <https://transparencia.indap.cl/Archivosenlace/Normativa/799%20DEROGA%20LEY%20No.%2017.pdf>

Ley 17.336, art. 88: <https://www.wipo.int/wipolex/es/legislation/details/797>

Ley 19.896, art. 3: <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=214348>

Ley 21.430, art. 34, e informe de la BCN sobre la imagen de niños, niñas y adolescentes: https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio%2F10221%2F33931%2F1%2FBCN_derecho_imagen_NNA_VF_pdf.pdf

Reglas de propaganda electoral (Ley 18.700 arts. 31, 35 y 36; Ley 19.884 art. 2), Manual del Candidato 2024 de la Fundación Jaime Guzmán, capítulo IV: <https://www.fjguzman.cl/wp-content/uploads/2024/07/manual-candidato-2024-v6.pdf>

Derecho a la propia imagen en la Corte Suprema: <https://derecho-chile.cl/uso-de-fotografia-sin-autorizacion/>

Escrito por Gabriel Troncoso el 12 de septiembre de 2026, sobre los dictámenes e instructivos de la Contraloría General de la República leídos en su buscador, la ley y las reglas del Servel. No es asesoría jurídica: es una guía para equipos de comunicaciones municipales y para cualquier autoridad local. Se corrige a la vista cuando aparece un pronunciamiento nuevo. La versión web, con el mismo texto, está en gabrieltroncoso.info/alcaldes-redes-sociales.