

# INSTRUCCIONES DE USO Y MANTENIMIENTO DE LAS REDES SOCIALES DEL AYUNTAMIENTO DE MUTXAMEL



**Ajuntament de  
Mutxamel**

# ÍNDICE

<b>Introducción .....</b>	<b>2</b>
<b>Objetivos.....</b>	<b>3</b>
<b>Política de uso .....</b>	<b>5</b>
<b>Alta y cierre de cuentas en RRSS .....</b>	<b>8</b>
<b>Política de marca.....</b>	<b>11</b>
<b>Política de contenidos .....</b>	<b>12</b>
<b>Política de comentarios.....</b>	<b>15</b>
<b>Gestión de crisis .....</b>	<b>18</b>
<b>Anexo I. Formulario de solicitud de alta de nuevas cuentas oficiales .....</b>	<b>21</b>
<b>Anexo II. Formulario de solicitud de cierre de cuentas oficiales .....</b>	<b>22</b>
<b>Anexo III. Formulario de eliminación de comentario</b>	<b>23</b>

# Introducción

Este manual de uso y estilo, tiene como objetivo marcar las pautas que deben seguirse en la presencia en redes sociales en las distintas cuentas del Ayuntamiento de Mutxamel, en sus Servicios y Departamentos.

Las Redes Sociales (RRSS) son plataformas online que permiten compartir información, conocimiento y opiniones por parte de sus usuarios, facilitando la interacción entre distintas comunidades de forma inmediata y fluida. Su cualidad basada en la interacción inmediata, permite a la administración hacer uso de ella para favorecer los niveles de confianza y el *feedback* entre la institución y la ciudadanía, incentivando y potenciando la participación y el compromiso cívico; así como mejorar la calidad, eficacia y eficiencia de la prestación de servicios públicos.

La transmisión y recepción de la información ha evolucionado, gracias a la incorporación en la vida diaria de dispositivos que permiten a las personas estar conectadas y acceder a la información en todo momento y desde cualquier lugar. Del mismo modo, el receptor no solo recibe la información, también se convierte en transmisor del mensaje, pasando a ser un agente activo. El Ayuntamiento tiene el deber de ser transparente con la ciudadanía, con tal fin debe facilitar la libre circulación del conocimiento, del saber y la gestión de sus instituciones. Así pues, toda la población tiene el derecho a conocer la actividad pública y expresar libremente sus opiniones, a debatir y sugerir sobre el contenido.

La presente guía persigue implantar un nuevo modelo de gestionar la participación en las redes y medios sociales, buscando fortalecer la imagen del Ayuntamiento y sus relaciones con su entorno social. Para alcanzar tal fin, será necesaria la implicación de los servicios municipales, así como su compromiso para implantarla en las cuentas ya abiertas o que pretendan abrirse en un futuro.

# Objetivos

Con la creación y puesta en marcha de las redes sociales como medio de comunicación actual del Ayuntamiento de Mutxamel se han perseguido dos objetivos fundamentales:

**INFORMAR** a la ciudadanía de las acciones y de la actualidad municipal.

**ESCUCHAR** de forma **ACTIVA** a la ciudadanía.

La comunicación en las redes sociales permite mantener **una comunicación inmediata, pública y cercana**, dándole la posibilidad a la población de participar de forma activa y de ser escuchado. Por esa razón, la presente guía persigue los siguientes objetivos:

- Establecer unas instrucciones de uso y gestión de las RRSS, ligadas a los valores de Atención al Ciudadano presentes en el Ayuntamiento (buenas prácticas, contenido, interacción y actuación en situaciones de crisis).
- Mantener una línea gráfica acorde a la imagen corporativa e institucional del Ayuntamiento.
- Establecer un estilo comunicativo común en todas las redes sociales.
- Implantar un procedimiento para la creación de nuevas cuentas y perfiles en redes y medios sociales, así como el cese de las mismas, por parte de cualquier servicio municipal.
- Establecer unos criterios de difusión de la información o de la recepción de opiniones por parte de la ciudadanía a través de los *mass media* (medios de comunicación masiva).

Con el fin de cumplir todos los objetivos enumerados, el Ayuntamiento se regirá por una serie de valores:

**Servicio Público:** la comunicación en las RRSS debe ser eficaz, eficiente, flexible, ágil, accesible, cercana y dar más resultados con menos recursos

**Tolerancia y respeto:** fomentarán la buena conducta y la convivencia pacífica, desechando la violencia y el rechazo hacia los demás. Se fomentará el principio de igualdad entre las personas independientemente de su género, orientación sexual, etnia y creencias.

**Compromiso y escucha activa:** las RRSS han de ser usadas no solo como un canal de emisión de información, sino como un canal de recepción, realizando una escucha activa. Las publicaciones deben contener información contrastada, el Ayuntamiento es responsable de la misma

**Transparente, profesional y accesible:** la finalidad es dar una imagen humanizada de la Administración, rigiéndose siempre por la profesionalidad en su comunicación, por la veracidad, la claridad y la sencillez.

**Responsabilidad y confidencialidad:**

el personal que trabaja en el Ayuntamiento ha de ser consciente de sus actuaciones al representar a la institución. Han de respetarse los límites entre la información pública y la privada, siempre siguiendo las pautas marcadas en el presente manual y en su normativa.

# Política de uso

El auge de las redes sociales como medio de difusión y recepción de información por parte del Ayuntamiento de Mutxamel, hace necesario articular instrumentos para asegurar una correcta administración de las páginas y perfiles online.

La presente guía elaborada por el Gabinete de Comunicación, se centrará en las cuentas oficiales, es decir aquellas creadas como un canal de comunicación entre el Ayuntamiento de Mutxamel y la ciudadanía. Consideraremos cuentas oficiales todas aquellas que representen a concejalías, servicios, proyectos, programas o entidades adscritas a la presente institución.

**Las cuentas oficiales deberán ser abiertas y gestionadas desde los correos electrónicos institucionales que representen a las concejalías, servicios, proyectos, programas o entidades adscritas, nunca desde correos personales o de los empleados públicos del Ayuntamiento, siendo ejemplo de correo institucional [redessociales@mutxamel.org](mailto:redessociales@mutxamel.org), pero no se podría hacer uso de correo personal [rmarcos@mutxamel.org](mailto:rmarcos@mutxamel.org). Las cuentas que actualmente no cumplan estos requisitos, deberán ser migradas a las cuentas corporativas.**

Es probable que, tras la aprobación del presente documento, se encuentren abiertas cuentas en redes sociales por parte de algunas concejalías y departamentos del Ayuntamiento.






Será necesario que se haga llegar, por parte de la concejalía o departamento, al Gabinete de Comunicación el Anexo I cumplimentado, al mismo tiempo que facilitan las claves y contraseñas de las RRSS o, en su defecto, deberán nombrar administrador al personal del Gabinete de Comunicación. En el caso de que la presencia Facebook sea mediante un perfil personal, se hará un proceso de migración de la página a un correo institucional.

En lo referido a la seguridad de las cuentas y páginas en las redes sociales institucionales, se recomienda seguir **la política de seguridad establecida por el departamento de Informática del Ayuntamiento para las contraseñas**, su custodia y mantenimiento de contraseñas, según se establece en la nueva política en materia de protección de datos de carácter personal.

**El/la *community manager*** encargado/a de gestionar y monitorizar las redes sociales oficiales, **deberá ser una persona autorizada por la concejalía o departamento y deberá mantener un contacto estrecho con el Gabinete de Comunicación.** Será el/la responsable de su mantenimiento y cuidado, deberá cerciorarse de que el contenido sea veraz, relevante y oportuno. Al mismo tiempo, moderará los contenidos publicados y las respuestas por parte de la comunidad, revisándolo, aprobándolo o rechazándolo – si se diera el caso.

En el caso de producirse una pregunta por parte de un usuario de nuestras redes sociales, se deberá responder lo antes posible –es recomendable responder antes de las 48 horas siguientes al comentario o pregunta-, siempre con información contrastada, poniéndose en contacto con la concejalía o departamento correspondiente, y hacerlo saber al Gabinete de Comunicación.

Cualquier empleado o empleada pública que desempeñe su labor realizando estas tareas, deberá regirse por los principios éticos y de conductas establecidos respetando las siguientes pautas:

-  Objetividad y honradez.
-  Responsabilidad e integridad.
-  Neutralidad e imparcialidad.
-  Confidencialidad, publicidad y transparencia.
-  Principio de igualdad y de no-discriminación.



# Alta y cierre de cuentas en RRSS

Todas las concejalías, servicios, proyectos, programas o entidades adscritas al Ayuntamiento de Mutxamel que deseen abrir una red social, deberán ponerlo en conocimiento del Gabinete de Comunicación siguiendo el siguiente procedimiento:

1

Se deberá remitir al Gabinete de Comunicación el formulario de solicitud de alta denominado Anexo I, debidamente cumplimentado y firmado por el/la técnico/a responsable, que se alojará en **Organitzacio → Recursos Comuns → Redes Sociales**.

Su tramitación se realizará a través del gestor de Incidencias habilitado por el Departamento de Informática (GLPI).

2

Recibida y estudiada la solicitud, se procederá a comunicar la aceptación o no de la apertura de la cuenta y la política de usos regida en el presente documento.

3

Si la solicitud es aceptada, se podrá proceder a la apertura de la cuenta, siguiendo las instrucciones recogidas en el presente documento de estilo, lenguaje y forma.

4

La creación será supervisada por el Gabinete de Comunicación, para comprobar su correcta configuración y dará el visto bueno.

5

Para finalizar, las concejalías, servicios, proyectos, programas o entidades adscritas, deberán entregar las claves de acceso al Gabinete de Comunicación y al Departamento de Informática para su custodia, así como cualquier cambio que pueda realizarse en el futuro.

El Gabinete de Comunicación se reservará la potestad de hacerse cargo de la gestión de las redes sociales de cualquier la concejalía, servicio, proyecto, programa o entidades adscritas al Ayuntamiento de Mutxamel, en el caso de observar un mantenimiento incorrecto o inapropiado que dañe la imagen del Ayuntamiento de Mutxamel.

En el caso de que una concejalía, servicio, proyecto, programa o entidad adscrita, solicitase el cierre de una cuenta oficial deberá seguir el siguiente procedimiento:

1

Deberá ser cumplimentado el formulario de solicitud de cierre denominado Anexo II, debidamente cumplimentado y firmado por el/la técnico/a responsable, que se alojará en **Organitzacio → Recursos Comuns → Redes Sociales**.

**Su tramitación se realizará a través del gestor de Incidencias habilitado por el Departamento de Informática (GLPI).**

2

Recibida y estudiada la solicitud, se procederá a la desactivación de la cuenta y eliminación de los perfiles, poniendo en conocimiento del Departamento de Informática.

3

La concejalía, servicio, proyecto, programa o entidad adscrita, será la encargada de proceder a su clausura bajo la supervisión del Gabinete de Comunicación.

El Gabinete de Comunicación tendrá la potestad de dar de baja una red social siempre y cuando:

- ▶ Cuando no se remita el formulario requerido para la creación o adecuación al formato establecido en el presente documento para las nuevas y ya existentes redes sociales.
- ▶ Cuando se detecte un uso indebido que transfiera las pautas marcadas en el presente documento.
- ▶ Cuando se detecten cuentas abiertas que contengan información de carácter municipal y todo indique que están siendo gestionadas por personal ajeno al Ayuntamiento de Mutxamel y no sea posible localizar al gestor de la misma.

**De concurrir alguna de las circunstancias descritas, se procederá a contactar con la concejalía, servicio, proyecto, programa o entidad adscrita, para comunicarle que de no ser remitido el formulario, se procederá a gestionar su baja en un plazo máximo de 15 días.**

# Política de marca

El Gabinete de Comunicación y el Departamento de Informática pondrán a disposición de los responsables de las redes sociales la iconografía, logos e imágenes corporativas oficiales que deberán ser empleados en los perfiles y cuentas de redes sociales, siempre siguiendo la imagen de marca establecida.

**El nombre de las cuentas y perfiles deberá contener la denominación genérica del Ayuntamiento de Mutxamel, así como el enlace a su página web.**

# Política de contenidos

Todas las redes sociales oficiales de las concejalías, servicios, proyectos, programas o entidades adscritas del Ayuntamiento de Mutxamel, deberán ser publicadas en el portal web municipal para cumplir con el principio de publicidad y transparencia.

A continuación se tallarán unas recomendaciones generales sobre la forma, lenguaje y estilo del contenido en las redes sociales:

- Hacer uso de la segunda persona del singular: tú.
- Enlazar con las fuentes originales en la medida de lo posible.
- Es recomendable que el texto sea breve y se encuentre acompañado de una imagen representativa del mismo, así como de un enlace para ampliar la información.
- Se deberá emplear un lenguaje inclusivo (por ejemplo: ciudadanía, alumnado, infancia...). No se deberá emplear el @ o la x para englobar el masculino, femenino y géneros no binarios.
- Cuando se haga referencia a la institución o a alguno de sus servicios, se utilizará el pronombre posesivo “nuestro”. En esos casos, si el pronombre acompaña al sustantivo “ayuntamiento”, éste irá en minúscula. Cuando se refiera a la institución se utilizará la mayúscula “Ayuntamiento de Mutxamel”.
- Se recomienda emplear frases, claras, breves y concisas, que muestren la idea general y el empleo de un único párrafo.
- El diálogo debe ser abierto, fomentando la participación pues es el objetivo de las redes sociales. La escucha será de carácter activa y se responderá a los comentarios siguiendo las pautas marcadas.
- Deberán publicarse contenido con cierta frecuencia y de calidad.
- **Los contenidos gráficos, fotografías, imágenes, vídeos... con derechos de autor se registrarán por la Ley de Propiedad Intelectual, por tanto se**

**deberá citar al autor y fuente de la información. Se recomienda utilizar contenido de carácter original o sin licencias *copyleft*.**

- Se establecerán protocolos de respuesta concretos para los servicios de atención al ciudadano, divulgación de ciertos datos, servicios, periodo no laboral...
- En el caso de recibir malas críticas y/o comentarios que dañen la imagen y reputación de la institución, se deberá actuar conforme al protocolo de Gestión de crisis presente en el manual.
- Cuando el contenido a publicar sea referente a una noticia de carácter institucional, se utilizará el formato establecido por el Gabinete de Comunicación y se enlazará con la web municipal para más información.
- La redacción del mensaje será adaptado al público objetivo.
- En el perfil institucional no se podrán expresar opiniones personales.
- La información ofrecida deberá ser veraz y contrastada.
- **La publicación en las redes sociales deberá encontrarse en los dos idiomas oficiales, castellano y valenciano**, tanto en la entrada como en el contenido gráfico en la medida de lo posible. Se le dará prioridad a uno frente al otro dependiendo del contenido en cada momento y de la solicitud de la concejalía, servicio, proyecto, programa o entidad adscrita. Podrán ser empleados otros idiomas si fueran necesarios.
- El tono empleado será cercano y cordial, con un lenguaje directo, claro y cotidiano.
- Se recomienda no usar las mayúsculas, pues equivalen a gritar. Su uso será puntual.

En el caso de hacer uso de fotografías, vídeos o imágenes en las redes sociales que aparezcan personas, se tendrá en cuenta lo establecido en la Ley Orgánica 1/1982 de 5 de mayo, de Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen que desarrolla el artículo 19.1 de la Constitución y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. Todo uso, captación y reproducción de la imagen personal deberá contar previamente con una autorización de decisión de imagen personal.

Si la captación de imágenes tuviera lugar en un evento, se informará y recabará la autorización de los asistentes sobre la posibilidad de la grabación de las imágenes, sonidos, fotografías... para ser utilizadas en las redes sociales institucionales.

No se emplearán imágenes en las que aparezcan menores, salvo que se tenga autorización previa del padre, madre o tutor responsable del menor.

## ¿Cómo actuar ante determinados comentarios de los usuarios?

**Pregunta o consulta de información:** se responderá y derivará al canal y enlace municipal necesario. Si la pregunta es privada se atenderá por privado, pero si es de interés público se hará mediante respuesta pública.

**Situación de riesgo en la vía pública:** cualquier comentario o información que contenga información que pueda poner en peligro a la ciudadanía, deberá ser remitido con urgencia al área o servicio que corresponda.

**Comentarios positivos:** se responde dando las gracias, con un “me gusta” o se retuitea si se considera procedente.

**Queja o sugerencia:** se le derivará la App Mutxamel Participa o a la sede electrónica.

**Comentario publicitario:** se realiza un informe de eliminación de comentario (Anexo III) y se elimina.

**Comentarios negativos:** si incumple la política establecida se realiza un informe y se elimina. En el caso de ser un comentario despectivo se obviará. Si se diera la situación de ser un error propio se reconocerá y modificará.



# Política de comentarios

Por norma general, exceptuando casos de naturaleza no recomendable, las redes sociales oficiales del Ayuntamiento de Mutxamel permitirán la publicación en su perfil de comentarios sobre los contenidos publicados.

Los comentarios deberán **ser respondidos en un plazo máximo de 48 horas** siempre con información contrastada, poniéndose en contacto con la concejalía o departamento correspondiente, y hacerlo saber al Gabinete de Comunicación.

Recomendaciones a tenerse en cuenta:

➤ Los comentarios deberán ser pertinentes, estar relacionados con el tema tratado y respetar las opiniones de los demás usuarios. Se deberá evitar cualquier tipo de enfrentamiento, se aceptarán las críticas y apreciará la respuesta y/u opinión vertida.

➤ Deberá quedar reflejado en el perfil, así como en la página web municipal, que el Ayuntamiento no se hace responsable de los comentarios vertidos por los usuarios. Se deberá indicar en el perfil de la red social la política de eliminación de comentarios. Por esa razón, será necesario incluir en la información el siguiente texto:

**“El Ayuntamiento de Mutxamel agradece la participación y contribución de todas las personas usuarias de sus cuentas de redes sociales; se reserva el derecho de revisión de los comentarios y mensajes publicados en las mismas, así como el derecho de eliminar todo comentario y mensaje que contenga un lenguaje de carácter obsceno o de contenido sexual, amenazante o difamatorio hacia cualquier persona u organización, promuevan la actividad ilegal o promocionen servicios o productos comerciales o se considere spam.”**

**El Gabinete de Comunicación y el Departamento de Informática, se reservan el derecho a restringir o eliminar cualquier información o contenido que viole la descrita política de redes sociales o suponga un público incumplimiento de la legislación vigente.**

El responsable de la gestión de la red social deberá velar por el respeto de la política de comentarios, pudiendo eliminar aquellos que no cumplan con la misma. De esta eliminación de comentario se dejará constancia mediante una captura de pantalla, resaltando el comentario de contenido no apropiado y lo derivará al Gabinete de Comunicación.

Se establecen unos comentarios predeterminados a la hora de responder a determinadas cuestiones:

- Si los comentarios se refieren a quejas o sugerencias:

“Agradecemos su aportación, le invitamos a formular su queja/sugerencia a través de la app Mutxamel Participa o bien en la sede electrónica del Ayuntamiento de Mutxamel que encontrará en nuestra página web [www.mutxamel.org](http://www.mutxamel.org)”.

- Comentario programado para los días no laborales:

“Agradecemos su comentario y lo atenderemos a la mayor brevedad posible a partir del próximo día hábil”.

# Gestión de crisis

Las crisis en las redes sociales cuentan con la particularidad de generar una gran atención social en un corto espacio de tiempo, que pueden llegar a evolucionar y convertirse en una noticia “viral”. Cualquier información errónea, una publicación inadecuada, un comentario fuera de lugar o una mala gestión, pueden derivar en una crisis que debemos abordar y contender con rapidez, claridad y transparencia. Cada situación es única y debe ser tratada como tal, además de verse como una oportunidad para aprender y mejorar la imagen institucional.

Los elementos comunes en toda crisis en redes sociales son los siguientes:

- Un factor desencadenante.
- Las emociones de los usuarios frente al desencadenante.
- La rapidez en la evolución del contenido.
- El flujo rápido de información lleva a la confusión, muchas veces por ser imprecisa y/o insuficiente.
- El posicionamiento a favor o en contra.
- La crisis en redes sociales puede despertar el interés de la atención mediática.
- Interferir agentes y referentes comunicativos.

Es por ello necesario establecer una serie de medidas para prevenir y afrontar la crisis:

1. **Prevenir y monitorizar:** el primer paso es detectar el problema que ha generado la crisis, debemos saber qué ha pasado, cuándo, cómo y quiénes son los implicados para contener cuanto antes las críticas. La monitorización de las redes sociales y de la red es vital para prevenir que una crisis vaya a más.
2. **Identificar los usuarios originarios de la crisis y su evolución:** para tomar medidas necesitamos identificar a los usuarios que han arrastrado al resto expresando su disconformidad o descontento con el contenido. Una vez acotado el círculo y recopilada la información, podremos comprobar si los usuarios son reales o son perfiles ficticios. Para ello:
  - a. Elaboraremos un informe breve con la información recopilada, el análisis de las redes sociales y los resultados.
  - b. Se deberá realizar una estrategia y mensaje hacia el exterior, pero también una comunicación interna de la institución por la autoridad competente.
  - c. Se deberá monitorizar la evolución de la situación en todo momento.
  - d. Si se diera el caso de ser un número acotado de usuarios molestos, es recomendable ofrecer respuestas personalizadas por privado con cada uno de ellos.
  - e. No se deberá optar por atacar el problema de forma impulsiva, pues puede verse agravada la situación.
3. **Trabajo en equipo:** ante una situación de crisis se deberá reunir el Gabinete de Comunicación con la concejalía, servicio, proyecto, programa o entidad adscrita, para analizar la situación y consensuar las acciones de actuación oportunas. El protocolo a seguir será el siguiente:
  - a. Análisis y causa del problema a través del informe previamente realizado de la monitorización.
  - b. Búsqueda de soluciones para responder a la ciudadanía.

- c. Posibles estrategias a seguir:
  - i. Silencio: es una forma de expresión que puede derivar en información falsa o carente de veracidad, en la expansión de un rumor o en la desinformación.
  - ii. Negación: no es una opción a no ser que todo el contenido vertido será falso.
  - iii. Transferencia de responsabilidad: no se ha de señalar a las víctimas.
  - iv. Confesión: reconocer el problema es una parte, pero no el todo.
- 4. **Solución:** el mensaje ha de ser definido para ser comunicado por todos los canales pertinentes (notas de prensa, redes sociales, página web...). Ha de ser corporativo, bien estructurado y pensado y frío pero humano. Siempre se debe optar por abordar el problema con los usuarios que han generado la crisis en un primer término y siempre que se pueda. La comunicación ha de realizarse:
  - a. Con mensajes breves, claros y concisos.
  - b. Se han de tomar medidas desde la tranquilidad y la reflexión.
  - c. Actuar de forma rápida pero precisa.
  - d. Recabar información de los especialistas.
  - e. Aplicar el principio de confidencialidad.
  - f. Monitorizar en todo momento la información y situación en los *mass media*.
  - g. Mantener informado al público interno.
- 5. **Seguimiento:** una vez finalizada la crisis, se deberá continuar con la monitorización y analizar tanto el perjuicio y el beneficio que ha tenido para la reputación de la imagen del Ayuntamiento. Es necesario aprender de los errores para mejorar en un futuro y así evitar una situación similar.

## **Anexo I. Formulario de solicitud de alta de nuevas cuentas oficiales**

Solicitante:

Nombre de la Concejalía:

Nombre del servicio:

Nombre y puesto de la persona responsable de la iniciativa:

Nombre y puesto de la persona encargada de la gestión de la cuenta:

Teléfono de contacto:

Email de contacto:

Redes sociales solicitadas:

Necesidad del servicio:

Firma y fecha del solicitante

## **Anexo II. Formulario de solicitud de cierre de cuentas oficiales**

Solicitante:

Nombre de la Concejalía:

Nombre del servicio:

Nombre y puesto de la persona responsable de la iniciativa:

Nombre y puesto de la persona encargada de la gestión de la cuenta:

Teléfono de contacto:

Email de contacto:

Redes sociales solicitadas:

Necesidad del servicio:

Firma y fecha del solicitante

## Anexo III. Formulario de eliminación de comentario

**Solicitante:**

**Nombre del servicio:**

**Red social:**

Según nuestra política de comentarios establecida y publicada en la red social Facebook, la cual dice lo siguiente:

*Ayuntamiento de Mutxamel agradece la participación y contribución de todas las personas usuarias de sus cuentas de redes sociales; se reserva el derecho de revisión de los comentarios y mensajes publicados en las mismas, así como el derecho de eliminar todo comentario y mensaje que contenga un lenguaje de carácter obsceno o de contenido sexual, amenazante o difamatorio hacia cualquier persona u organización, promuevan la actividad ilegal o promocionen servicios o productos comerciales o se considere spam.*

Se toma la decisión por parte de \_\_\_\_\_ de comunicar al Gabinete de Comunicación, la publicación de un comentario de carácter \_\_\_\_\_ –el cual se puede observar en la siguiente imagen.

(Captura de pantalla del comentario)

Tras dicha comunicación, se toma la decisión de “Ocultar el comentario” en la red social \_\_\_\_\_, siguiendo con la política marcada y citada anteriormente.

Firma y fecha