



 **TECMILENIO**

Certificado en Liderazgo y Proyección de Imagen Profesional

Tema 21. Reglas de cortesía en Internet: Netiquette



Introducción

Quien piense que puede expresar cualquier cosa que se le ocurra en el mundo digital, sin consecuencia alguna, ¡está equivocado! (Campus Virtual USTA Tunja, 2019).

Precisamente, en este tema podrás revisar en qué consiste la **netiqueta**, es decir, las normas de etiqueta que rigen el comportamiento de los usuarios de las redes sociales.



Explicación

La **netiquette** es un término que se refiere a las netiquetas o etiquetas que deben seguir los **usuarios** de las **redes sociales**.

Comprenden las **reglas** de **comportamiento** que regulan el uso de las redes, evitando conflictos como resultado de las interacciones entre los participantes.



Explicación

Hay reglas que se pueden aplicar a cualquier espacio digital que utilices (redes sociales, foros, etc.), por ejemplo:

Respetar la privacidad de los demás tal como lo harías en un contacto presencial, evita escribir a horas inadecuadas y abstente de tocar temas conflictivos.

Al momento de redactar, hazlo de forma clara y neutral, evitando controversias.

Sigue las reglas de la plataforma que estás utilizando (Twitter, LinkedIn, Instagram o Facebook), en cada una de ellas deberás emplear los contenidos, tipo de lenguaje y comportamientos adecuados.

Verifica las fuentes de la información que replicas, citas o comentas. Investiga antes de afirmar o compartir algún dato.

Antes de enviar cualquier tipo de comunicación, lee de nuevo para verificar si tiene la entonación y redacción correcta, esto para evitar malos entendidos.

Una regla básica del mundo físico y virtual es: el respeto del tiempo del otro. Sé breve y puntual en tus comunicaciones.

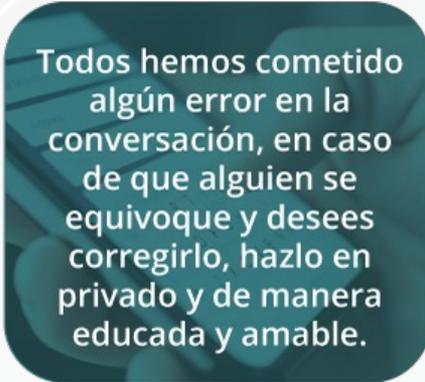
Agradece siempre a las personas que comparten su conocimiento contigo. Es un detalle que siempre será muy bien visto.

Explicación

Debido a que en una **charla virtual** no podrás darle una entonación a tus palabras, debes cuidar algunos aspectos básicos. Al redactar tus mensajes, es importante que tengas buena ortografía y verifiques que estás usando adecuadamente los signos de exclamación e interrogación, así como los emoticones.

A person's hands are shown typing on a laptop keyboard. The background is a blurred office setting.

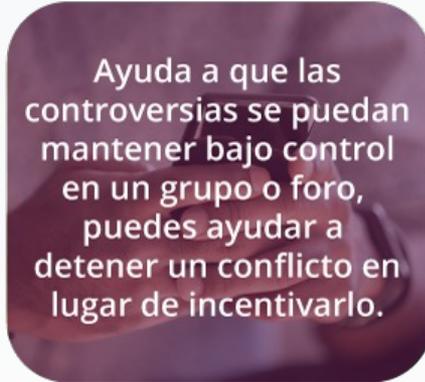
Al interactuar en un chat debes tener la misma cortesía que en el espacio físico, por tanto, preséntate al iniciar una conversación.

A person is sitting at a desk with a computer monitor and keyboard. The scene is dimly lit.

Todos hemos cometido algún error en la conversación, en caso de que alguien se equivoque y desees corregirlo, hazlo en privado y de manera educada y amable.

A person is sitting at a desk with a computer monitor and keyboard. The scene is dimly lit.

Invierte tiempo en verificar si es claro el mensaje, unos segundos pueden ahorrar días de problemas.

A person is sitting at a desk with a computer monitor and keyboard. The scene is dimly lit.

Ayuda a que las controversias se puedan mantener bajo control en un grupo o foro, puedes ayudar a detener un conflicto en lugar de incentivarlo.

Explicación

La forma de interactuar en las redes sociales debe ser una extensión de tu personalidad, por lo tanto, toma en cuenta los siguientes puntos:

Cyberbulling

Actuar detrás de una pantalla puede hacerte sentir invencible, recuerda que tus palabras escritas o imágenes enviadas siempre estarán unidas a tu nombre.

Uso de mayúsculas

Recuerda solo utilizar mayúscula al inicio de la oración. Un enunciado escrito en mayúsculas puede sonar a enojo o llamada de atención.

Mala ortografía

Aunque las redes pueden ser un lugar natural para comunicarnos, la ortografía siempre será requerida. Utiliza correctores de ortografía.

Publicar fotos sin autorización

No todos están a favor de que sus fotos aparezcan en redes sociales y, mucho menos, que sean etiquetados, pide autorización para no entrar en problemas.

Cuida el Yo

Tus redes sociales, no pueden centrarse solamente en ti y en tus experiencias, recuerda que debes de tener un balance, replicar información, compartir conocimientos, dar sugerencias, en fin, hay muchos contenidos interesantes que puedes publicar más allá de tus propias experiencias.

Actividad

Objetivo de la actividad	Definir las reglas de comportamiento en las redes sociales y todo tipo de comunicación digital que deberá seguir mi marca personal en los diferentes escenarios, con el fin de ser congruente y de ese modo prevenir cualquier acción que pueda afectar la reputación de la marca.
Instrucciones	<ol style="list-style-type: none">Describe al menos cinco reglas de netiquette, por cada apartado, las cuales te comprometes a seguir en cada uno de estos tipos de comunicación:<ol style="list-style-type: none">Correo electrónico.WhatsApp.Redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok y Twitter).Realiza un ensayo reflexivo de una cuartilla sobre la importancia de tener definidos tus propios códigos de conducta en la comunicación digital y la forma en que esto puede ayudar a tu marca personal.
Checklist	<p>Asegúrate de:</p> <ul style="list-style-type: none">Describir con claridad al menos cinco reglas de netiquette para algunas de las siguientes herramientas digitales de comunicación:<ol style="list-style-type: none">Correo electrónico.WhatsApp.Redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok y Twitter).Presentar un escrito de al menos una cuartilla en el que reflexiona sobre la importancia de los códigos de conducta en la comunicación digital y lo importante que es para la marca personal.

Cierre

En el mundo digital, en ocasiones, solo ves imágenes y textos, pero no hay que perder de vista que detrás de todo ello, hay seres humanos. Se trata de personas que, al igual que tú, merecen ser tratadas de forma adecuada.

Por ello es importante que cuides tu comportamiento en redes sociales, porque representan un gran escaparate para las acciones que llevan a cabo los internautas. La premisa básica sería que no digas nada, que no pudieras mencionar si tuvieras a las personas de frente.



- Campus Virtual USTA Tunja. (2019). *NORMAS DE NETIQUETA*. Recuperado de <https://fliphtml5.com/hokdv/ghte/basic>

Certificado en Liderazgo y Proyección de Imagen Profesional

Tema 22. Plan de social media



Introducción

Godfried Bogaard, experto en redes sociales, afirmaba que “en el pasado tú eras lo que tenías, ahora eres lo que compartes” (Gitnux, 2022).

Por ello, si deseas darte a conocer, debes considerar que, así como tienes una agenda para compromisos en donde se requiere tu presencia física, también debes hacer un plan de *social media* que cuente con presupuesto, estrategia y personal que lo lleve a cabo.

En este tema podrás comprender que contar con un plan de social media te permite crear, definir y comunicar de forma clara la identidad de tu marca personal, lo que contribuirá al desarrollo de tu estilo en redes sociales y, sobre todo, te dará la posibilidad de tener control sobre las acciones que te llevarán a cumplir con tus objetivos



¿Qué es un plan de social media?

Es el **documento** que surge como resultado de una **planeación** para guiar tu presencia en las **redes sociales**, con el fin de **exponer** tu **marca personal**.



Un **plan de social media** debe realizarse de manera estructurada. Algunos pasos a seguir para desarrollar tu plan son los siguientes:

1. Analiza tu marca personal en redes sociales
2. Define tu objetivo
3. Realiza un análisis de la competencia
4. Escoge las redes sociales adecuadas
5. Identifica tu público objetivo
6. Define qué contenido será utilizado en cada red
7. Identifica herramientas para medir el éxito del plan

El contenido puede definir tu marca o arruinarla (Barlow, 2020). Elige siempre **contenido** de **calidad**, que sea **consistente** con el **mensaje** que deseas transmitir.

Explicación

Los **pasos** siguientes te permitirán **generar** un documento o **plan**, el cual utilizarás como guía **para gestionar** tus **redes sociales**:

Situación actual de
la marca personal

Recursos
necesarios

Objetivo del
plan

Personal
requerido

Presupuesto
asignado

Herramienta
de medición

Explicación

Una vez que generes este plan, debes elaborar un **formato** describiendo los **contenidos** que publicarás en cada una **de** las **redes sociales** que elegiste.

De hecho, en Internet puedes encontrar **plantillas** que te facilitarán el trabajo. La siguiente tabla es un ejemplo de cómo puedes organizar la información.

Fecha a publicar	Red social	Formato	Fuente	Descripción	Tema	Audiencia	Objetivo
15 febrero 2023	Instagram	Imagen JPG	Stock sesión enero	Andrea en vestido rojo	We Can	Mujeres de 20 a 29 años	Posicionar la marca

Actividad

Objetivo de la actividad	Analizar la marca personal en las redes sociales con el fin de tener un fundamento para diseñar el plan de medios.
Instrucciones	<ol style="list-style-type: none">1. Realiza un análisis de tu marca personal en las redes sociales. En caso de que no hayas trabajado en sí con una marca, revisa tus redes personales que has utilizado hasta el momento. Registra lo más relevante de tu análisis.2. Define el objetivo a lograr al posicionar tu marca personal en las redes sociales, respondiendo a las preguntas: ¿qué quiero comunicar?, ¿a quién se lo deseo transmitir?, ¿para qué utilizaré mis redes?3. Realiza un análisis de la competencia, es decir, de personas que estén en la misma posición o en el mismo giro de negocio. Registra oportunidades que puedas tener que hasta el momento no hayas considerado.4. Escoge dos redes sociales con las cuales te gustaría trabajar en tu marca personal, justifica cada una.5. Identifica quienes serán tu público objetivo en cada una de estas redes y descríbelo con las cuatro áreas: geográfico, demográfico, psicográfico y conductual.
Checklist	<p>Asegúrate de:</p> <ul style="list-style-type: none">• Presentar un registro escrito del análisis de su marca personal en las redes sociales.• Establecer un objetivo claro para posicionar su marca personal.

Cierre

El plan de social media será un mapa, una guía para lograr comunicar tu mensaje a través de las redes sociales. Toma el tiempo necesario para que te lleve hasta donde quieras llegar, si sigues paso a paso tu plan, podrás ver resultados y lograr visualizar y posicionar tu marca personal.



- Barlow, C. (2020). *MARKETING EN REDES SOCIALES*. Edicuster.
- Barlow, C. (2020). *Marketing para Instagram: Los secretos para usar esta plataforma de redes sociales en su marca personal, para el crecimiento de su negocio y conectar con influenciadores que harán crecer su marca*. Edicuster.

Tecmilenio no guarda relación alguna con las marcas mencionadas como ejemplo. Las marcas son propiedad de sus titulares conforme a la legislación aplicable, estas se utilizan con fines académicos y didácticos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o de patrocinio.

Todos los derechos reservados @ Universidad Tecmilenio

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor. El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO. Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.