



Código de ética para el manejo de comunidades online.

**Para community managers y
emprendedores.**



Este código nació en Australia, lo creo la comunidad de Sídney y tomo popularidad en muchos países porque contempla los principios indispensables para manejar una comunidad online.

Es tan completo que es considerado como el código de ética de los community managers.

Si eres community manager o si eres emprendedor y manejas tus redes sociales, debes conocer este código y ver que se cumpla al pie de la letra con tu marca.



- Crea buenas relaciones, mantén la cortesía y excelencia en la atención, incluso con los medios que hablen mal de ti. Tener un buen entorno es vital para tu marca.
- No compartas contenido ofensivo que haga referencia al aspecto de una persona, eso incluye raza, condición social, preferencias o género.
- Evita tendencias de persecución racial o de género, aunque otros lo hagan y genere engagement, nunca compartas contenido que pueda ser ofensivo para una persona o comunidad.
- Denuncia y censura toda forma de acoso o bullying hacía ti, tu marca u otros miembros de la comunidad.
- Infórmate sobre las legislaciones, creencias religiosas predominantes y formas de expresarse de la comunidad, país o región al que diriges tu contenido, esto te permitirá crear espacios más agradables donde muchas personas quieran participar.



- Conoce las reglas de comportamiento de cada red social que estés administrando.
- Respeta las leyes de derecho de autor. Usar un contenido sin mencionar al autor es igual que robar.
- Rechaza cualquier propuesta de compra de bots o seguidores. No lo hagas. Cuida a tu comunidad.
- Evita conductas o comentarios que afecten a tu marca, incluso si alguien habla mal de ti, escúchalo e ignóralo, tú eres un profesional.
- No difundas noticias falsas. Aunque sea un tema en tendencia, siempre verifica primero su veracidad con sus fuentes. Así cuidas tu credibilidad.

Si te equivocaste y publicaste algo incorrecto, elimínalo de inmediato y discúlpate con tu audiencia.



Hasta aquí el código de ética, pero en este punto
yo te agrego:

Define los valores de tu marca.
Conoce los valores de la marca que representas ya
que tu contenido no puede ser contrario a esos
valores y debes ir siempre en la misma línea para
tener coherencia y ser autentico.

Sígueme para mantenerte informado
del mundo del marketing y aprender
más sobre redes sociales.



  @soycelycruz
Community Manager