

## Las huellas de nuestra vida (*online*) Como cuidar nuestra reputación digital

**La información que circula en las redes sociales y registros en Internet supera a la que cada persona puede generar, controlar o borrar. Causas y consecuencias de una red que acumula datos y nunca olvida**



Estoy aburrido en la oficina." Marcelo F. subió este post unas tres o cuatro veces en los últimos treinta días a su cuenta de Twitter. Fue su último mes en ese trabajo. **Entre sus seguidores estaba su jefe**, que decidió poner fin a tanto tedio, y no le renovó el contrato.

A Sandra, ejecutiva en un banco internacional, no le fue mejor cuando decidió unirse a un grupo de Facebook cuya consigna es Abajo el sistema financiero global. Sus empleadores le pidieron que renunciara si sus valores estaban en la línea opuesta de los de la compañía.

La justicia laboral de La Rioja avaló este año el despido de una empleada del departamento de Sistemas de una empresa por usar las redes sociales en horario de trabajo. El argumento no fue sólo el tiempo que dejaba de dedicarle a su tarea específica, sino los recursos (ancho de banda) que consumía al cargar y descargar continuamente videos e imágenes.

En tanto, varios casos de **ciberacoso laboral** han sido probados a partir de mensajes de los jefes en casillas de correo y perfiles de redes sociales de los empleados, con términos impropios o fuera del horario laboral. Y ni hablar de los pedidos de divorcio surgidos a partir de descubrir relaciones paralelas en foros, chats, casillas de correo y muros de Facebook, que hoy motivan, según

datos de un estudio de abogados especializado, hasta el 70% de las demandas.

**Hoy como nunca, los avances tecnológicos nos dejan expuestos.** Con la irrupción de la llamada Web 2.0 no hace falta ser una celebrity para que virtualmente todo lo que decimos u otros dicen de nosotros se encuentre a un clic de hacerse público, o al menos de llegar a ojos y oídos de quien menos quisiéramos.

Según un estudio de la consultora IDC patrocinado por la compañía tecnológica EMC, estamos asistiendo a un crecimiento explosivo de la información digital, y los individuos generan el 75% de los datos que circulan en Internet.



El estudio, titulado El diverso y explosivo universo digital, analiza el crecimiento mundial de la información al año 2011. **En él se destaca que "las personas dejan una huella digital como usuarias de Internet y las redes sociales, teléfonos celulares, cámaras digitales y transacciones con tarjeta de crédito."**

**Sin embargo, más de la mitad de la huella digital de una persona no es generada por ella misma, sino que corresponde a la llamada sombra digital.**

**Esto es, la información que figura en registros financieros, listas de mailings, búsquedas en la Web, imágenes obtenidas por cámaras de seguridad, más todos los tags y post que otras personas realizan a través de blogs, portales de imágenes y redes sociales.**

**Se trata de una ingente cantidad de datos acerca de uno mismo, sobre la que no tenemos muchas veces conocimiento ni control.**

## Reputacion online

**Al buscar en Google los antecedentes de un conferencista internacional, el primer sitio que aparece es el de una asociación que lo acusa de**

pedófilo; aunque unas páginas más adelante en el buscador, el profesional desmiente tal acusación en su blog.

En tanto, al buscar los trabajos de investigación de un profesor universitario, se leen primero los comentarios sobre sus constantes llegadas tarde, explicaciones inentendibles y clases soporíferas en un foro de alumnos.

### **Internet almacena y muestra todo:**

**información falsa y verdadera, neutral e interesada, superflua y relevante. Allí está todo mezclado, como la Biblia y el calefón.**

Y como le viene ocurriendo a muchas marcas, también las personas de carne y hueso pueden ver afectado su buen nombre y reputación online.

"El principal capital de una persona es la credibilidad y por eso hay que cuidarla", apunta la periodista y docente del Centro de Educación Virtual del Knight en la Universidad de Texas, Sandra Crucianelli. "Hoy, las audiencias no quieren hablar con empresas, sino con personas que trabajan en esas empresas. La reputación online forma parte de nuestro CV", destaca.

"Debemos empezar por no dañar nosotros mismos nuestra imagen, y tener en cuenta que nada de lo que se dice en Internet y las redes sociales es realmente privado -apunta Crucianelli-. Potenciales empleadores podrán leer en el futuro cada cosa que dijimos o se dijo de nosotros en Internet."

De hecho, en América latina, el 40% de las empresas usa las redes sociales como herramienta para ampliar la información de los candidatos, según un relevamiento del portal de empleos Bumeran. La red más usada es Facebook, seguida por LinkedIn, cuyo perfil es netamente profesional, y Twitter.

Según el mismo informe, un 30% de las compañías reconoció haber descartado a algún candidato por la información que encontró en las redes sociales.

Entre los principales motivos está el haber descubierto que mintieron en su CV, o que hablaron mal en la Web de sus empleadores, compañeros o clientes.

### **Internet perdona, pero no olvida**

La mayoría de las personas no piensa que un reclutador vaya a leer la información que vuelca en una red social. El problema no se limita que alguna vez hayamos puesto esa foto o comentario allí.

***El problema es que no podemos borrarlo.***

No basta con pulsar delete o mover el mensaje, comentario o imagen a la papelera de reciclaje. Siempre quedará una versión en el caché o la última captura que el sistema hizo de ese contenido.

***Si evitamos subir a nuestro perfil aquella foto en la que aparecemos en situación poco decorosa, no faltará el amigo? que lo haga por nosotros y además nos etiquete. Y por más que borremos de la casilla de enviados aquel mensaje injurioso o inapropiado a nuestra pareja, amigo o jefe, no podremos borrarlo de su casilla de recibidos.***

***"El hecho de que Internet no pueda olvidar es una amenaza a nuestra identidad y a la posibilidad de reinventarnos y empezar de nuevo, superando nuestro pasado",*** sostiene el profesor de Harvard, Viktor Mayer Schönberger. En su libro Delete: The Virtue of Forgetting in the Digital Age, destaca la importancia del olvido social. Para el especialista en seguridad y privacidad de la información, ***"una sociedad en la que todo queda registrado nos dejará anclados por siempre a nuestras acciones pasadas, volviendo imposible tomar una segunda oportunidad para enmendarlas."***

Retomando la idea de Schönberger, Alejandro Tortolini, periodista argentino y docente de herramientas digitales en el posgrado en Comunicación Científica de la Universidad Pompeu Fabra, inició hace tres años ***una campaña a favor del olvido en Internet.***

Junto con su colega rosarino Enrique Quagliano proponen que, salvo en los casos de información generada por entes y funcionarios públicos, ***"la información personal en Internet tenga fecha de vencimiento y que sea el usuario quien decida cuándo darla de baja."***

***Como Funes, el personaje de Borges que no podía olvidar, la sociedad digital necesita borrar algunos datos y recuerdos para poder proyectarse hacia el futuro.***

## **LOS SI Y LOS NO EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES**

### **SI**

***Contactar a las personas con las que tenemos afinidad laboral, para que nos referencien y nos ayuden en eventuales búsquedas.***

***Priorizar la calidad a la cantidad de contactos.***

***Utilizar en la descripción de nuestro perfil palabras clave que resalten la industria donde nos desempeñamos.***

***Mantener actualizado nuestro perfil.***

**NO**

*Emitir expresiones negativas acerca del trabajo y los jefes actuales o anteriores.*

*Discutir sobre temas polémicos como política o religión. Dejar estos temas para una charla cara a cara.*

*Subir fotos en las que se exponga una mala imagen personal.*

*Cometer faltas de ortografía.*

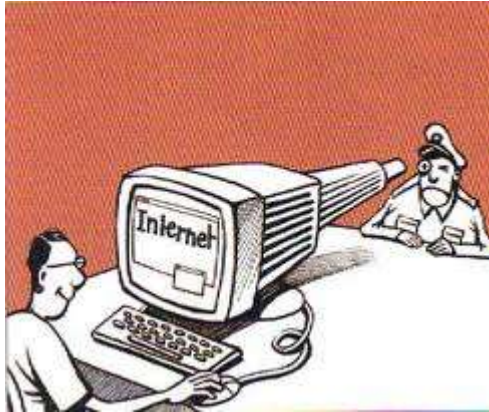
Fuente Pablo Molouny, director de [www.trabajando.com](http://www.trabajando.com)

## EL CASO FACEBOOK Y LA PRIVACIDAD



A fines de 2009, Facebook anunció una nueva configuración de privacidad que permitía que datos como el estado civil, las relaciones familiares y los amigos fueran accesibles a todos los usuarios del sitio. Lo que siguió fue una avalancha de críticas de los usuarios y defensores de la privacidad en todo el mundo, incluidos cuatro senadores norteamericanos. Finalmente, el fundador y CEO de la compañía, Mark Zuckerberg, tuvo que dar marcha atrás e introducir nuevas herramientas de control de la privacidad. No obstante, los detractores de esta red social sugieren, no sin razón, que la mayoría de los usuarios no utiliza las opciones de control y mucho menos lee la política de privacidad del sitio, que con 5000 palabras configura un texto más largo que la Constitución de los Estados Unidos.





## **COMO CUIDAR NUESTRA REPUTACION**

No incorporar personas que no conocemos al perfil en las redes sociales.

Configurar los perfiles de seguridad para que sólo puedan ver nuestros datos personas que previamente han sido aceptadas como amigos.

No responder anónimos que nos difaman en las redes sociales. Sí reportar el abuso (en los comentarios de Facebook, por ejemplo, está disponible la opción en el ángulo superior derecho).

Bloquear a los usuarios que nos atacan y reportarlos como spam. Invitar a amigos y colegas de nuestra confianza a que denuncien estas acciones (en Facebook hay una opción de denuncia "porque acosa a un amigo").

En el caso de blogs difamatorios, cuando el ataque es grave y persistente se debe recurrir a la justicia civil.

Utilizar herramientas de monitoreo social de nuestro nombre, marca, medio digital, etcétera, tales como:

<http://www.socialmention.com/>

<http://www.samepoint.com/>

<http://www.blogpulse.com/>

<http://www.icerocket.com/>

<http://www.twingly.com/search>

<http://www.twazzup.com>

Suscribirse a las alertas de Twitter y Google (para nuestro nombre propio, entre comillas, recibir reporte una vez a la semana).

Utilizar claves seguras (alfanuméricas y que no contengan datos personales) para ingresar al mail y las redes sociales.

Tener perfil en LinkedIn y mantenerlo actualizado: esta red posiciona nuestra URL personalizada en los primeros lugares de los resultados de Google.

Mantener lo más completo posible nuestro perfil en Google a través de [www.google.com/profiles](http://www.google.com/profiles)

Asesoró: **Sandra Crucianelli**, periodista especializada en nuevas tecnologías y capacitadora del Centro Knight de Periodismo de la Universidad de Texas



## COMO APOYAR EL OLVIDO EN INTERNET

### Historia de la campaña

<http://por-el-olvido.wikispaces.com/>

### Página oficial de la campaña Reinventando el olvido:

<http://privacidadeninternet.com/>

### Página en Facebook

<http://www.facebook.com/groups/222120426431/>.

Por **María Gabriela Ensinck** |

*Publicado en La Nación Revista, de Buenos Aires el 18 de diciembre de 2011*



Muchas de las ilustraciones han sido incorporadas por [www.psicoadolescencia.com.ar](http://www.psicoadolescencia.com.ar) únicamente con fines didácticos