



¿SABIAS QUÉ...? IDENTIDAD DIGITAL Y REPUTACIÓN

Quando hables procura que tus palabras sean mejores que el silencio.
Proverbio hindú

Por definición, **identidad** es el conjunto de rasgos propios de un individuo o colectividad que los caracterizan frente a los demás. Es decir como somos, como actuamos, como nos comportamos. A través del comportamiento transmitimos nuestros valores, la ética, los conocimientos, como trabajamos y dónde, si cumplimos o no los propios compromisos y mil aspectos más. Todo ello se convierte en nuestra reputación.

Este concepto no es nuevo. Existió siempre, aunque muchas veces confundido entre conceptos parecidos, como reputación, experiencia y personalidad.

Todos, queramos o no, tenemos una identidad personal que se inicia en la escuela y va haciéndose más y más pública a medida que avanzamos en la carrera profesional. Pone de manifiesto nuestros valores, compromiso, competencias y habilidades y cómo nos perciben los demás, profesores, compañeros de estudios, compañeros de trabajo, jefes, directivos, , etc... Asimismo, hay que tener en cuenta que la línea divisoria entre la vida profesional se hace cada día más difusa, también como consecuencia de TIC's. Las redes sociales e incluso el uso de las tarjetas de crédito, reflejan el entorno familiar, los hábitos de compra, etc...

Las nuevas tecnologías han generado, entre otros, un concepto nuevo que es el de la reputación digital. Pero la reputación digital refleja no solo el comportamiento en la red sino en realidad todo y está al alcance de sólo una búsqueda en Internet

¿Somos conscientes de que todo lo que se dice en la Red (correo electrónico, redes sociales, chats, etc.) permanece para siempre? Ya se que se considera el correo electrónico y no solo el particular sino incluso el de la empresa como algo personal y privado, y es así hasta cierto punto.

Os invito a hacer la sencilla prueba de teclear vuestro nombre y apellidos en Google. Cuantas cosas salen ¿verdad?

¿Sabías que si te marchas de la empresa o te despiden todos tus correos son propiedad de ésta? ¿Sabías que una somera investigación en las redes puede facilitar que tus jefes conozcan las opiniones (o las tonterías) expuestas? ¿Te has planteado alguna vez que el anonimato aparente de un Chat puede no ser tan anónimo?

La identidad digital va más allá de la participación en cualquiera de las redes sociales y profesionales. Comienza por la dirección de correo electrónico. Esta dirección constituye en algunos casos la tarjeta de presentación y prácticamente la primera impresión que recibe un posible seleccionador, entre otros.

En ocasiones es difícil conseguir una dirección que se limite al nombre y apellido, tanto en Hotmail como en Gmail, por nombrar aquí los proveedores de correo más populares en nuestro entorno, resulta que no está disponible porque ya es propiedad de otra persona. El ideal es una dirección electrónica del tipo:

maria.gonzalez@[hotmail/gmail].com
o
francisco_lopez@[hotmail/gmail].com

Pero posiblemente no estén disponibles. Hay que tratar de jugar con el nombre y apellido o apellidos para conseguirlo. A lo mejor sí están disponibles:

maria.gonzalezvilla@[hotmail/gmail].com
y
francisco_lopez_carranza@[hotmail/gmail].com

En todo caso, hay que olvidar cosas como:

libelula@[hotmail/gmail].com
o
paquirrin@[hotmail/gmail].com

Y, ¿qué sucede si realmente no se existe en el mundo digital? Es posible que aparte de utilizar el correo electrónico no se tenga ninguna actividad en la red. Esta situación es mucho más favorable que encontrar cuestiones negativas respecto a la identidad digital.

En cuanto a la información de carácter negativo, lo más probable es que la haya generado el propio interesado por lo que lo primero que hay que hacer es borrarla. Posiblemente se trate de fotografías inconvenientes dentro del contexto de la identidad personal o conversaciones publicadas en una red social que, fuera de contexto, pueden resultar cuanto menos inadecuados, lo mismo sucede cuando se participa en un Chat o en una web de contactos, todo queda y no es fácil evitar que sea para siempre.

En el caso de que se trate de información que no se controle, conviene acudir a la Agencia de Protección de Datos.

Es imprescindible construir una identidad coherente y sobre todo, positiva.