



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

# Identidad digital personal

Guía para docentes sobre cómo educar a sus estudiantes en tema de reputación en la web



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



## Contents

1. Identidad digital.....	3
1.1.    Cómo definir la identidad digital.....	4
2. Qué significa una reputación digital y cuáles son las reglas para crear una buena reputación.....	5
2.1.    Cómo proteger y mejorar tu reputación .....	6
2.2.    Participación activa.....	8
3. Herramientas para monitorizar la reputación digital .....	9
3.1.    Egosurfing.....	10
3.2.    Fingerprint.....	11
3.3.    Futuro .....	11
4. Crear .....	13
4.1.    Solomo (Social media).....	13
3.1.1    Web 2.0 - Tu nombre o marca (dominio, correo electrónico, blog, Forum, wikis) .....	13
3.1.2    Redes sociales (Twitter – Facebook - Google+).....	15
3.1.3    Portfolio Professional (LinkedIn - Slideshare) .....	17
4.2.    soLomo (Geolocalización).....	18
Multimedia (Pinterest - Instagram - Youtube) .....	19
4.3.    soloMo (Móvil).....	20
4.3.1.    Smartphones/tablets .....	20
4.3.2.    Wearables.....	20
5. Control.....	21
5.1.    Alerts .....	21
5.1.1.    Google alerts .....	21
5.1.2.    Youtube insight .....	21
5.1.3.    Facebook insight.....	22
5.2.    How sociable.....	22
5.3.    Tweetreach.....	22
6. Cómo mejorar .....	23
6.1.    Hootsuite.....	23
6.2.    Tweetdeck .....	23
7. Ejemplos .....	24
8. Resumir y planificar .....	25





## 1. Identidad digital

Al igual que la identidad humana, la identidad digital se compone de las siguientes características, datos y atributos:

- Nombre de usuario y contraseña
- Fecha de nacimiento
- Número de seguridad social
- Historial médico
- Actividades de búsqueda online, como transacciones electrónicas, ...
- Historial de las compras y del comportamiento online

Cualquier interacción que ocurra en el contexto digital proporciona datos sobre lo que hemos hecho y el ámbito en el que lo hemos hecho; esto es muy relevante a la hora de seleccionar a un candidato atendiendo a su comportamiento, personalización o marketing, dirigido a un público específico, y otras redes sociales servicios de gráficos. En otros términos, dejamos una huella digital tan grande como el número de individuos con los que interactuamos.

La identidad digital se puede definir como el conjunto de información y datos online sobre un individuo.

La identidad digital se compone de cuatro categorías de información/datos:

- Elementos de autenticación: dirección de correo electrónico, nombre de usuario, contraseña, apellido(s), nombre, pseudónimo, IP, dirección, etc.
- Datos: personales, administrativos, profesionales, bancarios, sociales, etc.
- Identificadores: fotografía, logo, imagen, avatar, etc.
- Trazas digitales: contribuciones a sistemas de gestión de contenidos públicos como Twitter, YouTube, Wikipedia, etc.

La identidad digital es la identidad online o de redes adoptada en el ciberespacio por una persona física, una organización o un dispositivo electrónico. En términos de gestión de la identidad digital, las cuestiones clave son la seguridad y la privacidad. Redes sociales como [Facebook](#) y Twitter permiten a las personas mantener una identidad online en la que algunos elementos del mundo real coinciden con algunos elementos del mundo virtual. A menudo estas identidades son creadas para reflejar un aspecto específico o una versión ideal de uno mismo. Las representaciones incluyen fotos, conversaciones con otros “amigos” y pertenencia a grupos y redes.

La identidad digital describe únicamente a una persona a través de la información sobre las relaciones e interacciones de este sujeto. Un problema importante es saber con quién se está interactuando en el ciberespacio. Actualmente no hay medios que puedan detectar la identidad de una persona en el espacio digital (la identidad se puede cambiar, ocultar, abandonar y reemplazar por una nueva).

Los usuarios digitales también pueden crear más de una identidad en las distintas comunidades a las que pertenecen. Aunque haya muchos sistemas de identificación digital que intenten abordar este problema, todavía se necesita un sistema de identificación que funcione y que sea único.



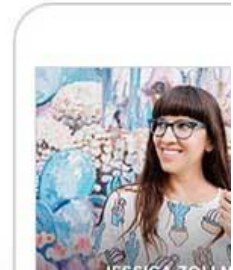
Desde sus comienzos, Internet se ha convertido en una entidad global para millones de personas que aportan cada día más y más información. “Internet permite que el flujo de información circule de una forma mucho más libre que antes” (Solove, 17). Vamos camino de una sociedad en la que toda la información sobre nosotros está grabada, queda registrada forma permanente (incluyendo delitos), está disponible en línea, y seguirá “persiguiéndonos” por lo que hemos hecho.”

about.me

## A Personal Page About You

Show people what matters the most to you.

Get My Personal Page



Por esta razón, cuando utilizamos Internet tenemos que entender su enorme poder.

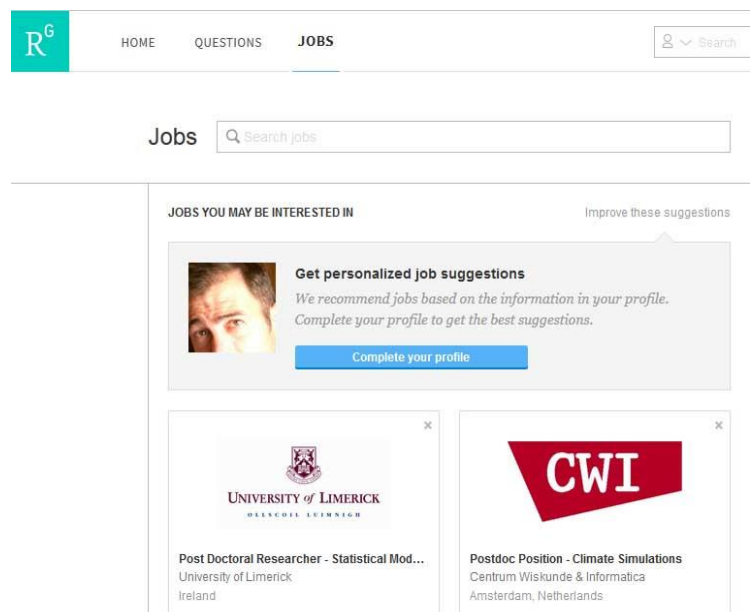
Una vez que una información ha sido colgada en Internet, ya no habrá manera de eliminarla. Por lo tanto, tenemos que ser prudentes a la hora de subir a la red información sobre nosotros, pues nuestra identidad digital es tan importante como nuestra identidad física. Por suerte, hay distintas maneras para gestionar la percepción que los demás pueden tener de nosotros en el contexto digital.

Te sugerimos decidir cuál de tus redes sociales quieres utilizar para objetivos personales y cuál a nivel profesional. Esto te llevará a publicar montones de post en Facebook de forma privada y a “limpiar” los contenidos que compartes en otras plataformas. Es prácticamente imposible esconder nuestras redes sociales a nuestros futuros jefes.

Para poder crear tu identidad digital profesional y enseñar al mundo quien eres, necesitas entender qué es lo que refleja tu personalidad.

### 1.1. Cómo definir la identidad digital.

2. Antes de todo, necesitas saber quién eres, cuál es tu historia y, lo más importante, quedarte con esta historia. Necesitas ser sincero contigo mismo. Una vez hayas entendido cuáles son tus puntos fuertes y tus debilidades, serás capaz de destacar aquellos aspectos que te diferencian de los demás sin tener que hacer un gran esfuerzo por ser lo que no eres. Tienes que ser coherente en lo que se refiere a tu persona, tanto físicamente como online.
3. Intenta reflejar quién eres realmente en todo lo que haces, o correrás el riesgo de no resultar creíble. Esto significa gestionar las distintas plataformas y redes sociales a las que ya perteneces. Intenta hacer un uso adecuado de las redes sociales para asegurarte de que



las plataformas digitales se ajusten a tu personalidad y a cómo quieres que los demás te perciban. No hagas tú esto sólo, y déjate aconsejar.

4. Crea tu marca personal eligiendo antes de todo las herramientas que vas a utilizar. Puedes usar herramientas horizontales: estas redes sociales no se identifican por temas específicos. Son generalistas y se basan en contactos. Las más conocidas son Facebook, Twitter, Google+, etc. También puedes elegir herramientas verticales: estas son sectoriales y se dedican a temas específicos. Por ejemplo LinkedIn o Researchgate, una red social para científicos e investigadores en la que los usuarios pueden compartir documentos, preguntar o contestar a preguntas y encontrar colaboradores. Es la red para científicos, profesionales de la investigación y otros apasionados por excelencia. Fue creada en 2008 por el virólogo y experto informático Ijad Madisch, encargado de redes profesionales como Flickr, Instagram o Youtube, siendo estas dos últimas de carácter \_\_\_\_\_???
5. Gracias a las nuevas aplicaciones que se crean cada día, tienes a tu disposición una cantidad infinita de opciones para presentar tu identidad digital al resto del mundo. Da igual que sea a través de una infografía, un video u otros medios. Lo importante es que seas tú mismo!

## 2. Qué significa una reputación digital y cuáles son las reglas para crear una buena reputación

Todos los padres lo saben: en la era de Secret y SnapChat, que los chicos lleguen a entender los peligros potenciales de Internet es muy difícil. Y es que los adultos también usan las redes sociales, porque para ellos es un modo de hacer negocios, o de poner en práctica estrategias de marketing. No olvidemos que también sirven para relacionarse con otras personas. Y mientras a los chicos se los regaña porque son poco cautos cuando navegan por internet, en realidad son los propios padres los que no saben cómo gestionar su reputación en la red.

“Internet es como un pequeño pueblo de dimensión global que nunca olvida nada”, explica Janine Warner autora de más de 25 libros, entre ellos *Social Media Design For Dummies*.

Esta memoria tan duradera es la causa principal de nuestras preocupaciones cuando hablamos de reputación online y de redes sociales. Sin embargo, otros elementos como los *spambots* que engañan a los usuarios de Twitter y les hace clicar enlaces de cuentas hackeadas, pueden afectar tu imagen digital.

Puede parecer una estupidez – ¿cómo es posible que una cuenta falsa de otra persona afecte nuestra reputación online? – pero simplemente pulsando un enlace de una cuenta spam puedes quedarte sin acceso a tu propia cuenta. O incluso puedes enviar inadvertidamente una gran cantidad de mensaje spam a tus amigos, a tu familia e incluso a tu jefe.

Para evitar los spams es importante que gesticiones tu reputación online y que prestes atención a tu comportamiento online.





Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

Hoy en día, tener una buena reputación digital es tan importante como tener un Curriculum Vitae bien redactado, o tanto como obtener una buena posición para conseguir un crédito. Además de ser un medio para poner en contacto a las personas, las redes sociales son también el medio a través del cual potenciales clientes y empleadores pueden conseguir más información sobre ti y no te extrañes si no les gusta lo que descubren.

Hay cuatro maneras principales para proteger tu buena reputación online:

1. Ser sincero
2. Ser exacto
3. Ser coherente
4. Mantener el perfil actualizado

Si puedes hacer esto, podrás conseguir una reputación digital intachable y válida. Esta es la respuesta a muchas preguntas que la gente hace sobre este tema.

Vigilar tu perfil en las redes sociales actualizándolo constantemente te ayudará a detectar incoherencias. Además, si eres sincero y coherente, tendrás más posibilidades de que la gente te perciba como una persona respetable y profesional.

En pocas palabras, tu objetivo es ser todo lo contrario de que lo que es un spammer. Ten una foto de perfil tuya, una biografía real, detallada y da una imagen de ti que sea positiva y verdadera.

Acuérdate de que gestionar tu reputación online es algo que tendrás que hacer siempre; incluso cuando empieces a notar resultados positivos, es importante que no dejes de estar activo en las redes sociales y que actualices tu sitio web con cierta regularidad

El último consejo es probablemente el más sencillo pero merece la pena repetirlo: no digas nada online que no dirías a un amigo, a tu madre o a tu jefe. Aunque se trate de un comentario que no lleve asociado tu nombre, rastrear su origen que quede ligado a tí es mucho más fácil de lo que piensas.

Muy pocas cosas son verdaderamente secretas o anónimas incluso cuando se supone que deberían serlo. Y cuando se ha dicho o hecho algo inapropiado, ya no se puede volver atrás.

“No se puede construir una buena reputación online de un día para otro, pero sí que se puede destruir rápidamente” avisa Janine.

<http://blog.creativelive.com/how-to-manage-your-online-reputation/>

## 2.1. Cómo proteger y mejorar tu reputación

Construir una buena reputación online requiere meses o años, sin embargo se puede destruir en sólo unos segundos. Las personas pueden tener una percepción equivocada de tí sólo porque alguien pueda querer manipular tu información personal y darte una mala imagen. Por eso es importante estar al tanto de tu reputación online y tomar medidas para protegerla y mejorarla.

La mejor manera de mantener y mejorar tu reputación digital es a través de las conversaciones. Por eso es necesario que participes y contestes.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

Puedes participar de dos maneras distintas:

- Creando contenidos y compartiéndolos en la web o apoyando la difusión de contenidos creados por otras personas utilizando las plataformas elegidas
- Participando en conversaciones de terceros, a través de comentarios

Es igual de importante empezar unas conversaciones y subir tu propio contenido a la web, como participar en conversaciones que hayan sido empezadas por otras personas, pues el conocimiento compartido y creado por los usuarios es uno de los elementos clave de la Web 2.0. Los principios de cooperación y del compartir son fundamentales en la cultura 2.0: para que puedas recibir, tienes que estar dispuesto a dar. Para crearte una buena reputación digital es importante aportar contenidos relevantes a la Web sobre los temas a los cuales queremos que se nos asocie.

Antes de mejorar tu reputación, es importante conocer lo que ya está escrito sobre ti, tu producto, tu empresa o tu página web. Lo puedes hacer utilizando las herramientas ya mencionadas (alertas, buscadores, etc.).

Para mantener y mejorar nuestra reputación digital es necesario:

- Construir relaciones con otras personas. Es importante que seas activo y participativo, que aportes contenidos que sean valiosos para los demás: comentarios, recursos, enlaces y cualquier otra cosa que consideres interesante. Tómate tu tiempo agradeciendo todos los comentarios que recibas online, la gente lo tendrá en cuenta y hará lo mismo con los tuyos. Cuanto más amplia sea tu red de contactos, más efectos positivos tendrás en lo que se refiere a tu reputación digital.
- Expón los contenidos con claridad, sinceridad, humildad, cortesía y tolerancia. Cultiva una buena relación con los demás, muestra sentido del humor y amabilidad. Perder el control puede dañar tu reputación; así que aunque te provoquen o alguien haya dicho algo que te haya hecho enfadar, piénsatelo dos veces antes de actuar.
- Edita los contenidos con mucho cuidado, evita los errores ortográficos y las expresiones que se pueden percibir como ofensivas.
- Acepta las críticas y tómatelas como una oportunidad para mejorar. Es necesario aprender a contestar haciendo ver que respetas las opiniones de los demás y que evitas los descalificativos.
- Intenta participar en las comunidades que son relevantes en tu trabajo. No solo adquirirás una increíble cantidad de información, sino que además mejorarás tu reputación digital.
- Evita ser impertinente y autoritario tanto si tienes éxito como si no. Tenemos que reconocer el buen trabajo desarrollado por otras personas. Tener demasiado orgullo perjudicará tu reputación. Tienes que actuar con humildad y reconocer que no eres perfecto, así los demás entenderán que no sólo estás interesado en ti mismo, sino en el bien de la comunidad.
- Fragmenta los contenidos sobre un tema específico en el mismo día.
- Presta atención a tu imagen y al ambiente en el que te mueves.
- Selecciona bien los contactos. No busques contactos a toda costa para hacerte notar. Esto puede ser autodestructivo para tu reputación.
- Establece normas claras de compromiso con los demás, evitando cambiar constantemente de criterio.





## 2.2. Participación activa.

En la mayoría de los casos, los empleadores buscan personas activas y evalúan tu participación en las redes sociales. Aquí encuentras algunas reglas muy valiosas:

- Las opiniones personales son fundamentales a la hora de publicar noticias flash u otros contenidos;
- Las preguntas generan interacción (es importante saber lo que opina el público);
- Los posts acompañados por imágenes consiguen muchos más **“Like”** que los textos sin imágenes;
- La frecuencia de los mensajes en las redes se define por el perfil del público al que te dirijas;
- Es importante conocer las “horas punta”;
- Educación, política y el *“jet set life”* son los temas más candentes;
- Para los usuarios que tienen una fan página en Facebook, es importante crear una **welcome page (página de bienvenida)**;
- Aprovecha al máximo las aplicaciones de plugins y de add-on.

Si quieres tener éxito en las redes sociales, tienes que establecer un programa de publicación, con fechas y temas, crear un plan y establecer una rutina que impida que abandones dichas redes.

Elige uno o más temas sobre los que tengas conocimiento y sobre los que puedas hablar sintiéndote cómodo y divídelos en categorías y subcategorías.

Haz un listado de semanas en la parte izquierda de la hoja y decide cuantas veces a la semana publicarás tus artículos.

Escribe los titulares y si ya has escrito artículos, utilízalos como apoyo cuando te quedes sin ideas.

	Category 1	Category 2	Category 3	Category 4
	Sub category	Sub category	Sub category	Sub category
Week 1	Title			
Week 2		Title		
Week 3			Title	

He aquí algunos ejemplos de temas sobre los que puedes escribir:

- Presentaciones del trabajo que desarrollas
- Reseñas de libros que pertenecen a una categoría específica



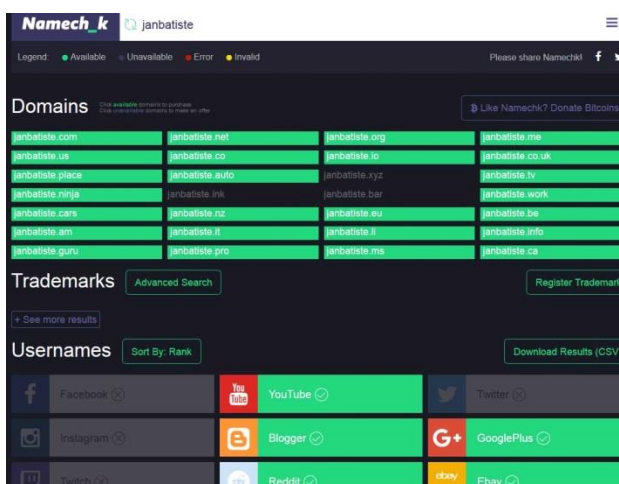
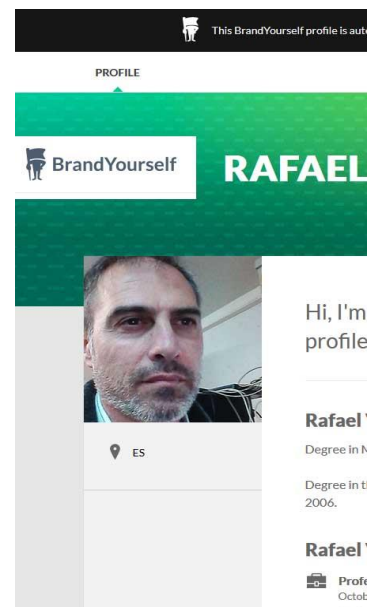


- Vídeos y sitios web que tratan sobre un tema
- Resúmenes de libros
- Fotos
- Respuestas y preguntas,
- etc.

### 3. Herramientas para monitorizar la reputación digital

Aquí encontrarás diez maneras distintas de monitorizar de tu reputación en línea:

- [BrandYourself](#) - Es una herramienta gratuita que te ayuda a ver dónde aparece tu nombre en los buscadores, incluso si tiene un nombre parecido a alguien famoso.
- [About Me](#) - Es un servicio muy sencillo (pero útil) que te permite crear una página web sobre ti. Una vez creada la pagina, puedes dirigir los contactos de Facebook y Twiter hacia tu página para que ellos sepan más sobre tí.
- [Social Mention](#) - Si quieres enterarte de los contenidos a los que haces referencia o quieres dejar tu marca en las redes sociales, esta es la herramienta que deberías utilizar, pues agrupa los comentarios más relevantes y los que no has visto todavía.
- [Who's Talkin?](#) - Para recibir alertas cuando alguien está hablando de ti o de tu empresa online, esta herramienta es muy sencilla y es gratuita y te puede resultar útil.



- [NameChk](#) - Con esta herramientas te aseguraras de que lo "squatters" no utilizan tu nombre en las redes sociales. Sólo tienes que rellenar la información requerida y esta herramienta verificará de forma automática que tu nombre no aparece en todas las redes sociales.

- [Google Alerts](#)–También Google facilita la creación de alertas sobre cualquier tipo de búsqueda relacionada con tu nombre o marca. Puedes personalizar el servicio estableciendo la frecuencia de la recepción de los correos de notificación y las fuentes en las que Google debe de verificar.



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

- [Yasni](#) -Si insertas tu nombre o tu marca en esta herramienta online, te quedarás sorprendido de lo que encontrarás. El sitio te facilita mucho a la hora de saber lo que las personas están diciendo sobre ti en el espacio virtual.
- [Spokeo](#), [Pipl](#) y [CVGadget](#) - Estas herramientas rastrean para agregar datos. Las búsquedas se realizan por nombre, correo electrónico, número de teléfono, nombre de usuario y dirección. Estos sitios permiten a los usuarios eliminar información sobre ellos mismos a través de un proceso de “opt-out”.

### 3.1. Egosurfing

Un estudio conjunto llevado a cabo por las empresas de gestión de la reputación de [BrandYourself](#) y [Harris Interactive](#) afirma que:

- El 86% de los adultos estadounidenses que navegan por Internet han utilizado un buscador como Google para encontrar información sobre otra persona
- El 75% de los adultos que navegan en Internet han buscado **su propio nombre** en un buscador. De estos, al menos la mitad (48%) afirma que los resultados de la búsqueda no eran positivos; al menos un tercio (30%) afirma que no han encontrado nada.
- Casi un tercio (31%) de los adultos estadounidenses que navegan por Internet y que han buscado a otra persona online, también han buscado información sobre un político. Del total de los usuarios que lo han hecho, más de la mitad afirman que esto ha influido en su voto.
- De los adultos estadounidenses que han buscado a alguien online, el 42% afirma haber buscado información sobre alguien antes de cerrar un negocio con esta persona. De estos, el 45% ha decidido no cerrar el negocio, por la información encontrada.
- Al menos la mitad (43%) de los adultos estadounidenses que han buscado a alguien online, han buscado también citas, ex parejas o encuentros románticos (una de las cosas más comunes entre los adultos de Estados Unidos).

**Egosurfing** (o dicho de otra forma, Googlearte a ti mismo, búsqueda presumida, egosearching, egoogoling, autogoogoling, self-googoling) es una acción que consiste en buscar el propio nombre, pseudónimo en un buscador para mirar los resultados. La palabra fue inventada por Sean Carton en el 1995 y apareció en la prensa por primera vez en la columna de Jargon Watch de Garetj Branwyn in *Wired*. Un **egosurfer** es una persona que navega en Internet para ver lo que dicen sobre él. Esto se ha convertido en algo muy popular con el aumento de los buscadores de Internet y de los servicios de bloggig libre y del web-hosting. Aunque Google es el buscador más mencionado cuando se trata de egosurfing, hay otros muy populares como Yahoo y Bing.

Los usuarios utilizan el egosurfing por muchas razones.

Algunos hacen egosurfing simplemente por entretenimiento, por ejemplo para descubrir personas famosas que tienen nombres similares a los suyos. Sin embargo, muchas personas hacen egosurfing para monitorizar su reputación online. Puede utilizarse para buscar información que no deseamos que esté en la red. Al Buscar nuestros propios nombres en el buscador online, actuamos como cualquier desconocido que intenta descubrir información personal sobre nosotros. Algunos hacen egosurfing para ocultar imágenes o información personal a clientes o empleadores potenciales, ladrones de identidad, etc. Otros lo usan para mantener una imagen pública positiva y auto promocionarse.

Muchas redes sociales, como Facebook, hacen que los perfiles de los usuarios sean “rastreadables” y que aparezcan en los resultados de búsqueda. Por consiguiente, los que quieren mantener su privacidad a menudo hacen egosurfing para asegurarse que su perfil no aparece en los resultados de los buscadores. Muchas personas crean personalidades digitales y, por eso, sienten la necesidad de monitorizar cuidadosamente su huella digital, incluso la información que no han decidido compartir, como su número de teléfono y otros documentos públicos.





Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

Aunque la información personal disponible online pueda ser difícil de eliminar, en 2009 Google introdujo una herramienta para que los usuarios pudieran crear un pequeño buzón donde tener un listado de datos personal como nombre, ocupación y lugar, para que aparezcan en la primera página de resultados. Este buzón está conectado con una página completa de perfil que es muy similar a la de Facebook. Este perfil de Google puede estar conectado con otras redes sociales, como blogs, sitios web o Twitter. Cuanta más información el usuario incluye en su perfil de Google, más visibilidad ganará su buzón, y más información aparecerá entre los primeros en los resultados de la búsqueda.



Esto fomenta a los usuarios a subir más información personal online y a seguir haciendo egosurfing.

### 3.2. Fingerprint

En un mundo cada vez más digitalizado, Internet y las redes sociales se han convertidos en una parte esencial de la vida diaria, y ambos están adquiriendo cada vez más importancia para empresarios y el público en general; desde sus inicios como fuente de noticias actualizadas para mantenerse al día de lo que pasa en el mundo, hasta su utilización para chatear con los amigos.

Hoy en día las personas perciben las redes sociales como una extensión digital de sí mismos; a menudo utilizan las plataformas para publicar algo sobre sus hobbies, problemas, para expresar puntos de vista personales sobre un tema específico, una persona concreta o un grupo.

El peligro consiste en que a menudo los usuarios no son conscientes de los impactos que el uso de Internet y de las redes sociales puede producir. Es importante saber si lo que publicamos en Internet puede afectar a nuestras futuras oportunidades de empleo.

A menudo los empleadores realizan búsquedas en las redes sociales (como LinkedIn o Twitter) antes de entrevistar a los candidatos: una simple búsqueda en Google puede dar lugar a cualquier tipo de información acerca de la cual nuestro jefe no debería saber.

Mucha gente piensa que es posible ocultarse detrás de un ordenador, que es posible mantener el anonimato y evitar que se los encuentre. En realidad, todo lo que publicamos en las redes sociales y la identidad de los usuarios que cuelgan los contenidos, está al alcance de cualquier persona en el mundo, ya que quedar registrada en Internet para siempre. Esa es tu huella digital de la red.

Este es un tema muy relevante para los jóvenes hoy en día, pues muchos de ellos publican cualquier tipo de mensaje en las redes sociales, sin pensar en el impacto que estas acciones pueden tener en su futuro profesional y en sus oportunidades laborales.

Básicamente, las redes sociales dejan una ciber-huella, así que reflexiona bien antes de colgar fotos o dejar comentarios, ya que nunca vas a saber quién acabará viéndolos y cómo esto puede afectar a tu futuro.

### 3.3. Futuro

#### ***¿Quién te va a defender? Proteger tus datos del control del Gobierno***

*Vivimos vidas digitales, desde los videos compartidos en las redes sociales hasta las aplicaciones de los teléfonos móviles que nos indican la ubicación, las claves de acceso para entrar a nuestros correos electrónicos, los documentos almacenados y nuestro historial de búsquedas. Todo lo personal, lo profundo e*





Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

*incluso lo absurdo, está transcrito en paquetes de datos (whizzing) a través de las arterias de fibra óptica de la red.*

*Mientras que nuestras vidas diarias han ascendido al siglo XXI, la ley no ha seguido ese ritmo. Hasta la fecha, el Congreso de Estados Unidos no ha conseguido reformar la Ley sobre la Privacidad de las Comunicaciones Electrónicas del 1986 para establecer que los correos de más de 6 meses tiene que tener la misma protección de los correos de menos de 6 meses. El Congreso también ha actuado con lentitud en lo referente a la vigilancia indiscriminada de las comunicaciones online por parte de la NSA y todavía no ha promulgado las reformas que merecemos. El Congreso incluso está a punto de empeorar la situación, al tomar en consideración propuestas que exigirían puertas traseras gubernamentales para introducirse en los medios tecnológicos que utilizamos para comunicarnos.*

*Dicho esto, recurrimos cada vez más a las empresas tecnológicas para que pongan en marcha normas que sean lo más estrictas posible en lo que concierne la protección de los derechos de los usuarios. ¿Qué corporaciones defenderán a los usuarios, y les exigirán transparencia y estándares legales en contra del acceso del gobierno a los datos personales? Y qué corporaciones harán públicas estas políticas, dejando que el mundo – y los usuarios – juzguen su postura en defensa de los derechos de la privacidad?*

Julio 2, 2015 | By [Parker Higgins](#)

<https://www.eff.org/wp/who-has-your-back-2015-protecting-your-data-government-requests>



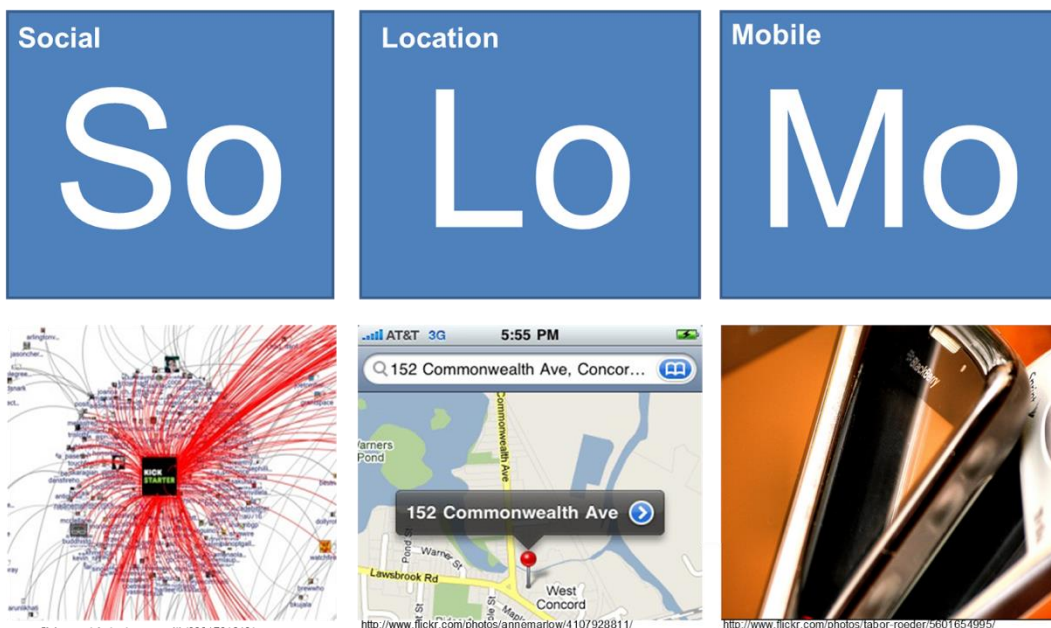
Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

## 4. Crear

### 4.1. Solomo (Social media)

En mayo de 2010, John Doerr se convirtió en la primera persona que predijo la importancia de SoLoMo: una asociación entre las palabras Social, Local y Móvil". Este paradigma se fundamenta en la popularización y sobrexplotación del uso del Smartphone, es decir, algo más que un ordenador portátil y mucho más poderos que cualquier otro dispositivos del siglo XX. Este potencial nos ha acercado a nuestros amigos a través de las redes sociales y las aplicaciones geoespaciales, haciendo posibl interacciones con la familia, los amigos e incluso los desconocidos.



15

Analicemos cómo esta primera definición social de SoLoMO nos afecta, personal y profesionalmente desde distintos puntos de vistas:

1. Primero, con respecto al sistema clásico Web 2.0
2. Segundo, en relación con las redes sociales más personales
3. Tercero, en lo relativo a las redes sociales profesionales.

Esta guía te ayudará a crear paso a paso, a proteger, comprobar y mejorar tu identidad profesional digital.

#### 3.1.1 Web 2.0 - Tu nombre o marca (dominio, correo electrónico, blog, Forum, wikis)

##### Correo electrónico y dominio

Nuestro nombre y nuestra marca personal se convierte cada día en algo más importante, a la hora de encontrar o mantener un trabajo, así como a la hora de mejorar las interacciones con otros usuarios en la red.



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

Personal  
Personal  
Personal  
Personal  
Personal  
Personal

Hoy en día, todos tenemos por lo menos una cuenta de correo electrónico. Si nos fijamos en el dominio al que pertenece esa cuenta, ya nos proporciona parte de la información del perfil: tanto si es personal (y se utiliza una cuenta gratuita) como si es para el trabajo (y se hace uso de dominios de compañías, o incluso personal, creados y adquiridos por nosotros).

Para tu perfil profesional, te aconsejamos que adquieras un dominio que represente tu nombre o tu marca personal (ya sea una combinación de tu nombre y apellido, o únicamente este último). De esta manera, todo cuanto publiques ahí estará siempre asociado a tu propiedad, incluso cuando los servidores de las compañías que te proporcionan sus servicios a lo largo de los años, cambiasen.

Esta opción es mucho más apropiada y ofrece un óptimo nivel de exposición en Internet, para que cualquiera pueda ponerse en contacto contigo.

## Blog

La estructura típica de un blog consiste en una serie de comentarios relacionados y una serie de publicaciones ordenadas cronológicamente (los últimos en la parte inicial de la página) para que los lectores puedan tener acceso fácilmente a la información más reciente. Los post se archivan de manera mensual, facilitando a los lectores localizar los post publicados en un periodo de tiempo concreto. Hay diferentes tipos de blog: personal, profesional, público, o el que tú elijas según lo que necesites. Hoy en día los blogs se usan cada vez más.

Te animamos a que crees un blog profesional en tu ámbito laboral; primero, los blog son muy fáciles de crear y utilizar y segundo, ayudan a desarrollar las siguientes competencias: Compartir (opiniones, conceptos, experiencias, conocimientos), Analizar, Reflexionar (pensamientos, conceptos y experiencias). Un blog te permite colaborar con tus pares o expertos de tu sector profesional. Además, tener un blog te proporcionará nuevas oportunidades para interactuar y lo podrás utilizar para llegar fácilmente a otras personas. Abre una nueva puerta para compartir y acceder a información procedente de todo el mundo. Es un espacio amplio donde compartir y donde cada uno puede publicar cualquier cosa.

Tu blog profesional mostrará tus habilidades, conocimientos, experiencias, intereses, maneras de trabajar y te ayudará a conseguir un buen trabajo.

Hay varios proveedores que ofrecen web para blog de forma gratuita: los más importantes son:



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

- <http://www.blogger.com>
- <http://www.wordpress>.
- <http://edublogs.org>

## Wiki

Wiki es una palabra hawaiana que significa "¡Date prisa!" Un wiki es una aplicación de servidor de red que le permite a una comunidad añadir, editar, estructurar y eliminar un contenido que esté en una ubicación central. El mejor ejemplo de un wiki es Wikipedia, la enciclopedia gratuita de la red. Al contenido de la Wikipedia contribuyen voluntarios, y éstos lo redactan y también lo editan.

La primera wiki fue creada por el programador informático Howard G. "Ward" Cunningham en 1995. Su objetivo era crear un lugar donde los programadores de software pudieran registrar y compartir fragmentos de códigos. Esto es lo que la wiki hace mejor: permite a personas colaborar y crear contenidos sobre una idea específica. Una Wikis te ayudará a tener una idea general a partir de varias perspectivas. Es una buena manera de mostrarles a los contratantes tus habilidades, tus métodos de trabajo y competencias, ya que te permite compartir tus proyectos, colaboraciones, anotaciones, ideas y recursos.

Para crear una wiki, te recomendamos seguir los siguientes pasos:

Paso1: Crea una necesidad

Paso 2: Redacta un código de conducta que regule las colaboraciones

Paso 3: Crea la wiki

Paso 4: Publica contenido e invita a gente para que colabore.

Paso 5: Invierte en formación y en difusión.

Paso 6: Mantén el wiki actualizado.

Tienes varias opciones a tu disposición a la hora de crear tu wiki. Proveedoras como Wikia® Tikiwiki ® y MediaWiki® te permitirán fundar un wiki de la nada. Hay algunos organismos que por un módico precio administran los proveedores de la wiki, el software y los modelos. Servicios de pago, como Central Desktop y Same Page, te proporcionan las herramientas y los modelos que necesitas para empezar. También pueden funcionar con tu empresa para distribuir y mantener el wiki.

Cuando eliges entre un servicio gratuito y uno de pago, piensa en porque necesitas esta wiki, en cuanto gente será involucrada potencialmente, en cuanto tiempo podrás dedicar a su creación y mantenimiento y cual es el nivel de seguridad que necesitas. Puedes utilizar un sitio como WikiMatrix® para comparar las opciones disponibles y encontrar la wiki que mejor satisface tus necesidades.

### 3.1.2 Redes sociales (Twitter – Facebook - Google+)

A finales del siglo XX, en 1997, Andrew Weinreich teorizó el paradigma de los Seis Grados de Separación, que se basa en la teoría según la cual cada ser humano está conectado con otro en el planeta a través de una serie de conocidos que no tiene más de 6 enlaces (aunque ahora, gracias a Internet, se supone que los enlaces son 5).





Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

Hoy en día las 3 redes sociales más influyentes y que cuentan con mayor número de usuarios son: Twitter, Facebook y Google +. La creación de una cuenta (asociada a tu dirección de correo electrónico) es un proceso muy sencillo. Lo que has de tener en cuenta a la hora de crear una cuenta es la importancia que ésta puede adquirir en futuro. Aunque en principio, puedas pensar que será sólo para uso personal, tarde o temprano, las compañías intentarán asociar el contenido y la información para construirte un perfil que seguramente será usado para determinar si eres un buen candidato. Hoy en día la mayor parte de los reclutadores utilizan la selección a través de las redes sociales como parte de su estrategia de búsqueda de personal, así que es fundamental para las personas que estén buscando trabajo adquirir nuevas habilidades.



<https://i.ytimg.com/vi/a1E7belr1U/maxresdefault.jpg>



## Facebook

Facebook es una red social de uso libre. Es el lugar en el que encontrar viejos amigos, seguir los pasos de tus estrellas preferidas, e involucrarse con marcas populares. Utilizando Facebook, podrás comunicarte en tiempo real a través de una chat, crear contenidos y ponerte al día sobre otros temas y contenidos creados por otros usuarios utilizando distintas funcionalidades y de forma bastante sencilla. Los usuarios pueden crear sus perfiles incluyendo fotos y un listado de intereses personales, pueden intercambiar mensajes de



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.





Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

forma pública o privada y participar en grupos de amigos. El acceso a la información detallada de los usuarios puede ser limitada a las amistades previamente aceptadas, a miembros de la misma red o a cualquier usuario.

Facebook es una Buena herramienta para enseñar tus habilidades y competencias. Ten en cuenta que los responsables de la selección del personal miran el perfil de Facebook antes de contratar a un nuevo empleado.

### **Twitter.**

Twitter es un servicio gratuito de microblogging que permite a los usuarios registrados emitir post cortos llamados tweets. Los miembros de Twitter puede emitir tweets y seguir los tweets de otros usuarios utilizando múltiples plataformas y aparatos. Los Tweets y las respuesta a los tweets pueden enviarse a través de mensaje de texto desde móvil, el desktop o escribiendo en la misma página web Twitter.com. En Twitter la información enviada es pública por defecto.

A diferencia de Facebook o LinkedIn, que piden a sus usuarios aceptar los contactos, en Twitter los usuarios pueden seguirse uno a otro sin previa aceptación. Para entrelazar tweets en una misma conversación o asociarlos a un tema general, los miembros de la red pueden añadir un hashtag a la palabra clave de sus post. El hashtag que funciona como un meta tag esta formado por #palabra clave. Twitter es una buena herramienta para mostrar al resto del mundo cuáles son tus competencias y para seguir a otros profesionales de tu mismo sector.

### **Google+**

Google\* (Google Plus) ha parecido en el escenario de las redes sociales relativamente tarde y todavía no ha logrado la popularidad o la misma posición en el mercado de otras redes sociales. Google+ es una combinación de Facebook (amigos, conocidos, grupos, etc.), Twitter (post cortos, hashtag, seguidores, etc.) y las redes profesionales como LinkedIn. Google+ conecta contenidos procedentes de distintas fuentes: Gmail, YouTube, Blogger.com, Google Maps, Google Translate, Google Flights, Google Play, Google News, Google Books, Google Scholar, Google Calendar, Waze y muchas más. Una de las razones por la que Google puede crear conexiones de una forma tan eficaz es que utiliza un perfil unificado.

Estas tres plataformas son utilizadas mucho más en los contextos sociales que en ámbitos profesionales así que es muy importante que sus usuarios sean conscientes de su presencia en la red y sobre todo del tipo de imagen que proyectan. Cada vez más empresas utilizan Facebook, Twitter y Google+ para la selección del personal.

#### **3.1.3 Portfolio Professional (LinkedIn - Slideshare)**

LinkedIn es la red más utilizada para la selección del personal. Reúne varios elementos como el CV, la carta de presentación, las referencias y una base de datos de experiencias y competencias del usuario. Un perfil de LinkedIn muy bien hecho es una buena herramienta para construirte una identidad profesional y darte publicidad.

LinkedIn es tu portfolio profesional. Es una combinación de tus experiencias profesionales, intereses y competencias, diseñado para llamara la atención de las personas que te están buscando online: empleadores potenciales, contactos de otras redes. Etc.

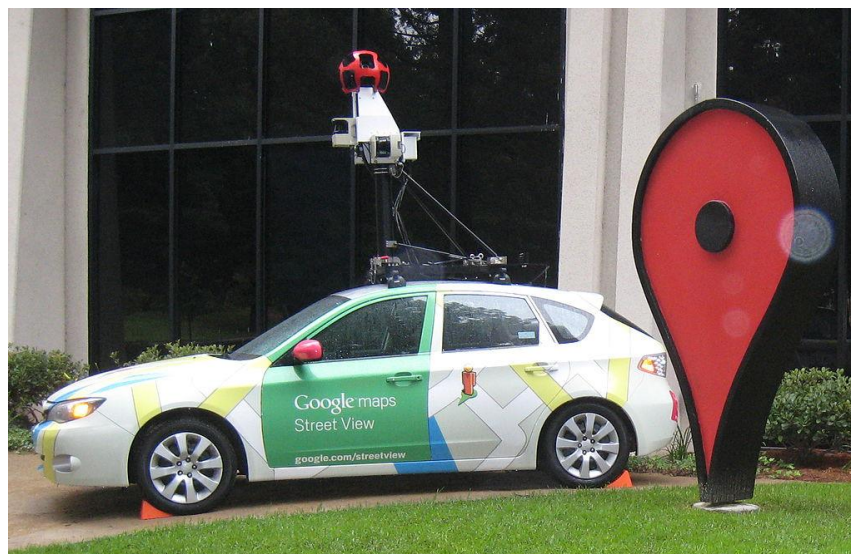


Un perfil valido es el elemento clave que marca la diferencia en el mercado laboral. Aquí encontrarás algunas sugerencias para aprovechar al máximo LinkedIn en la búsqueda de empleo:

- Utiliza titulares – Describe lo que te caracteriza utilizando palabras clave: cocinero, programador, presidente, director, etc.
- Usa el encabezado - descríbete a tí mismo y utiliza palabras clave como: "cocinero", "programador", "presidente", "director" ... Escribe un resumen de ti mismo con un amplio vocabulario que sea lo más conciso y específico posible: Soy programador en la empresa "\_\_\_" poseo conocimientos de Inglés e Italiano en niveles C1 y B2, respectivamente. Tengo experiencia en programación de páginas web, diseño web, gestión de proyectos, hablar en público y trabajo en grupo. Haz que resalten tu educación, tus matrículas de honor y tus actividades.
- Incluye detalles importantes como títulos. Cuelga en contenido en slideshare y crea una carpeta con tus proyectos profesionales. Es un modo de completar tu portfolio profesional. Pídele a tu supervisor de prácticas, a un profesor o a un asesor cartas de recomendación e inclúyelas.
- Crea contactos. Tu participación en LinkedIn será evaluada positivamente. Pide a otros usuarios que te agregue.
- Asegúrate de que formas parte de grupos que están relacionados con tus perfiles profesionales y también de otros que tengan intereses afines a los tuyos . Utiliza la herramienta de búsqueda que está en la esquina superior derecha de la página de inicio y encuentra organismos que te interesen.
- Entra en la pagina LinkedIn de la empresa y sigue a las personas que trabajan allí.

## 4.2 soLomo (Geolocalización)

La geolocalización es el proceso que determina y proporciona la ubicación exacta de un ordenador, de un dispositivo de red o un equipo. Permite la localización de un dispositivo a través de coordenadas y mediciones. Es un sistema comúnmente utilizado por el Global Positioning System (GPS) y otras tecnologías similares. Las coordenadas se identifican en un mapa para proporcionar direcciones completas y precisas que incluyen país, ciudad, pueblo y calle.



[https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/a/aa/GoogleStreetViewCar\\_Subaru\\_Impreza\\_at\\_Google\\_Campus.JPG/1024px-GoogleStreetViewCar\\_Subaru\\_Impreza\\_at\\_Google\\_Campus.JPG](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/a/aa/GoogleStreetViewCar_Subaru_Impreza_at_Google_Campus.JPG/1024px-GoogleStreetViewCar_Subaru_Impreza_at_Google_Campus.JPG)

### Multimedia (Pinterest - Instagram - Youtube)

EN Internet hay muchas páginas web que tienen una finalidad de combinar varios media, pero vamos a poner énfasis en "Pinterest", "Instagram" y "Youtube".



<https://i.ytimg.com/vi/sYOryshb5E0/maxresdefault.jpg>

Pinterest consiste en colocar nuestras imágenes en varias pizarras virtuales. Éstas se pueden ordenar según lo que necesitemos (ya sea hacer un informe de algún evento, algún pasatiempo...). Instagram fue comprado por Facebook en el momento exacto en el que se convirtió en el servicio líder para colgar y compartir fotos. Instagram está más orientado al individuo y a la moda del selfie y se ha convertido en un gran nicho de mercado que muestra fotos de nuestra vida cotidiana.

YouTube es la red social de difusión de videos online y de publicidad más importante; fue absorbida por Google en 2006. Te permite subir contenido audiovisual y visionarlo en cualquier parte del mundo. Con YouTube ha nacido el fenómeno de la transmisión live a través de un medio de transmisión streaming específico. Los Youtubers son personas que realizan videoblog con el objetivo de ser famosos en la red o que quieren influir en una parte de la población y que aspiran a ganarse la vida con la publicidad que generan a través de las visualizaciones. Es aconsejable que nuestro perfil profesional tenga un enlace a un video Currículum o un canal para mostrar nuestros trabajos más destacables.

### 4.3. soloMo (Móvil)

Nos hemos convertido en gente que quiere estar en todos sitios, que quiere estar conectada a todas horas desde cualquier parte del mundo. Los dispositivos móviles nos han permitido lograr este objetivo.

#### 4.3.1. Smartphones/tablets

Estos dispositivos han abierto las puertas a la conexión en todo momento. La gente que usa la tecnología híbrida SOMO comparte más rápido la información en la realidad virtual que aquellos que no la utilizan.

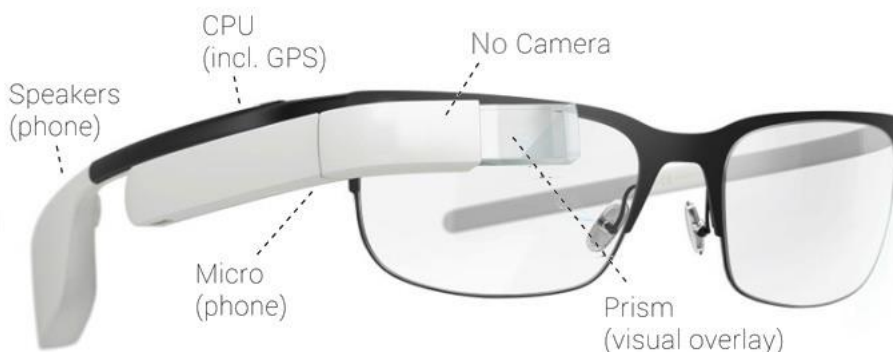
Con la llegada del iPhone de Apple en 2007, todo empezó a cambiar. Cambiamos el escritorio por ordenadores de bolsillo. Con el iPhone podemos llamar y también gestionar nuestra agenda, consultar el tiempo, instalar todo tipo de aplicaciones y tener acceso a nuestros contactos de las redes sociales.

Las Tablets son otros dispositivos que necesitamos y que están a medio camino entre los Smartphone y los ordenadores de sobremesa. Nos permiten interactuar en Internet utilizando una pantalla más grande (entre 8 y 13). Son dispositivos táctiles, que nos permiten redactar y usar elementos multimedia. Otras aplicaciones más personales como WhatsApp han emergido.



#### 4.3.2. Wearables

Otra novedad es la de grabar información adicional. Están empezando a salir al mercado un gran número de pequeñísimos aparatos que nos ayudan a registrar marcadores de salud, y también se están transformando otros dispositivos para que estén conectados a nuestros teléfonos móviles, relojes vinculados mediante bluetooth, u otros equipos. . La industria está expandiéndose con la llegada de los dispositivos micro o nano, que llevaremos en la ropa en casa o en el trabajo.



[https://c1.staticflickr.com/9/8782/17383574431\\_f9f1434704\\_b.jpg](https://c1.staticflickr.com/9/8782/17383574431_f9f1434704_b.jpg)



## 5. Control

Se refiere a un servicio de detección y notificación ofrecido por Google. Si queremos controlar nuestra identidad digital es fundamental saber lo que se está diciendo sobre nosotros. Existen algunos servicios en Internet que nos permiten controlar nuestra identidad digital.

Entre ellos:

### 5.1. Alerts

#### 5.1.1. Google alerts

Google alerts funciona a través de correos electrónicos que el usuario recibe cada vez que Google encuentra nuevos resultados (como páginas web, artículos de periódico o blog) de nuestra búsqueda. Lo puedes utilizar para verificar todo lo que está asociado a tu nombre en la red. Con este propósito, tendrás que crear una alerta con tu nombre para poder recibir todas las noticias relacionadas con tu persona en Internet.

Después de entrar en la página principal de Google Alerts, tendrás que:

- Redactar lo más relevante
- Establecer una frecuencia: En el momento en el que ocurre (si recibes demasiados correos, marca la opción “una vez al día”)
- Volumen: Todos los resultados - esta opción mostrará toda la información encontrada. Si con esta opción recibe demasiadas alertas, elige “solo los mejores resultados” y Google te enviará solo los resultados que considera de una cierta calidad.
- Enviar a Tu correo
- Siempre puedes volver atrás y cambiar tus alertas si alguna de ellas resulta ser demasiado “molesta” por el envío demasiado frecuente de resultados.

#### 5.1.2. Youtube insight

Youtube Insight es una herramienta de análisis e informes que ofrece la posibilidad a cualquier persona que tenga previamente una cuenta de YouTube, la posibilidad de tener acceso a estadísticas detalladas sobre la audiencia de sus videos. YouTube Insight proporciona información útil que ayuda a entender mejor a tu público: quiénes son, de dónde son, qué miran más y cuándo. Esta información te ayudará a analizar tu perfil y a sacar mejores resultados. La versión actual de YouTube Insight ofrece la siguiente información:

1. Número de visualizaciones/popularidad en un cronograma interactivo
2. Información sobre cómo los usuarios descubren tus videos
3. Información demográfica de las personas que miran tus videos
4. Cómo la comunidad de YouTube participan en tus videos
5. La atención prestada por el público mientras mira tus videos





### 5.1.3. Facebook insight

Facebook Insight es una herramienta muy potente de seguimiento de las interacciones de los usuarios en las Fan Pages de Facebook.

Facebook Insight es accesible a todos los administradores de tu página y ayuda a observar el número de usuarios activos para que puedas evaluar el nivel de rendimiento de tu página.

Con Facebook Insight identificarás el mejor momento del día para publicar contenidos, cuál es el mejor día de la semana para hacerlo y además sabrás qué tipo de contenido tiene más éxito.

Este es el panel de herramientas de análisis. Aquí podrás ver el número total de “Likes” y el número de amigos, cuántos usuarios están hablando de tu página y el número total de visitas semanales.

Gracias a Facebook Insight es posible ver tus posts más recientes y saber si se han difundido rápidamente.

Esto te servirá para saber qué posts han tenido más éxito y te permitirá trabajar para conseguir más popularidad.

## 5.2. How sociable

HowSociable es una manera sencilla de medir la visibilidad de tu marca en las redes sociales. No requiere configuración y en sólo unos segundos es capaz de analizar el impacto de un perfil calculando una puntuación.

HowSociable indica el nivel de actividad relacionado con una marca en una semana. La escala de evaluación es de 0 a 10. Una puntuación 0 significa que en tu perfil no ha habido ninguna o casi ninguna actividad. Una puntuación 10 significa que tu perfil tiene una presencia muy fuerte en las redes sociales y es altamente reconocible entre los usuarios.

Esta herramienta te permite identificar las fuerzas y las debilidades de tu marca, fijar objetivos y planificar mejoras.

## 5.3. Tweetreach

TweetReach mide el impacto de tus tweets: muestra el número de usuarios que han leído tus tweets sobre un tema concreto, y el número total de impresiones que han generado.

Proporciona también información adicional sobre los tweets y las personas que han twitteado.

Tweetreach ofrece una serie de parámetros que muestran el alcance que ha tenido tu idea en Twitter. Cuando hablamos de Twitter no tenemos que limitarnos al número de seguidores o a la frecuencia con lo que nos retwittean. Las herramientas de análisis nos ayudan a conocer la manera en la que los usuarios llegan a leer nuestros tweets y en concreto quien está hablando de ellos.



**TweetReach Pro makes Twitter analytics easy**  
Any Tweet, any topic  
Full coverage



## 6. Cómo mejorar

La creación de tu identidad y de tu reputación digital no es la parte más difícil ni la que requiere más esfuerzo de tu parte. Lo más exigente es seguir mejorando tu identidad y proteger tu reputación todos los días. Se trata de un proceso cíclico: cada día tendrás que esforzarte y hacerlo lo mejor que puedas para que tu marca (junto con tu CV y tu portfolio) aparezca como el perfil ideal de candidato que una cierta empresa pueda estar buscando para un puesto de trabajo.



[http://hotelperunews.com/wp-content/uploads/2015/08/HS\\_reputacion\\_online.jpg](http://hotelperunews.com/wp-content/uploads/2015/08/HS_reputacion_online.jpg)

Aquí mostraremos algunas herramientas para mejorar y controlar todas las cuentas que tienes en las distintas redes sociales. No merece la pena abrirse una cuenta para luego dejarla inactiva; es preferible darse de alta en una red social cuando sabemos exactamente el uso que vamos a hacer de ella y así rellenar el formulario de registro con información que puede resultar interesante y un valor añadido para toda la comunidad digital.

### 6.1. Hootsuite

Hootsuite (<https://hootsuite.com>) es un dashboard de gestión de las redes sociales. Puedes utilizarlo para gestionar todas tus redes sociales desde un único lugar.

Conectando tus cuentas Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn, Foursquare, WordPress con el HootSuite los usuarios ahorrarán mucho tiempo gracias al servicio de planificación ofrecido.

### 6.2. Tweetdeck

TweetDeck ha sido diseñado para que los usuarios de Twitter puedan realizar acciones que no están disponibles en la interfaz de Twitter, como, por ejemplo, enviar el mismo mensaje a distintas cuentas, hacer un seguimiento de tus hashtag mas recientes, gestionar varias cuentas de redes sociales, como Facebook, Foursquare y por supuesto, Twitter. TweetDeck es una herramienta excelente para las empresas. Sobre



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

todo es útil para gestionar y organizar las cuentas de Twitter. La posibilidad de programar los post con anterioridad es especialmente útil, pues las actualizaciones frecuentes ayudan a dar validez a nuestra marca en las redes sociales.

Hay algunas funcionalidades de TweetDeck que convierten Twitter en una herramienta más eficaz para las empresas:

6. Multiple messages to one message: es lo ideal para pequeñas y medianas empresas (PYMEs) porque les permite actualizar sus cuentas de manera constante (sin tener que hacer la actualización manualmente).
7. Tweet-shrinking: es útil para los usuarios que escriben comentarios largos. TweetDeck ayuda a no sobrepasar la limitación de 140 caracteres, reemplazando palabras con números, abreviando las palabras, etc.
8. TweetDeck Translation: especialmente útil en caso de que la empresas realicen transacciones con otros países.
9. Keyword Filtering: Las opciones de búsqueda de Twitter son mejores de las del Twitter. Puedes rastrear tweets utilizando palabras clave, fuentes, nombres y fechas.
5. Integrating Social Media: es una de las funcionalidades que Twitter debería ofrecer. Este servicio permite a los usuarios gestionar varias cuentas de redes sociales, como Facebook y LinkedIn, desde el mismo sitio web. Sin esta funcionalidad los usuarios tendrían quejas.
6. Desktop Client: Es una herramienta atractiva, organizada y clara.

## 7. Ejemplos

Exploraremos el perfil de 4 profesionales seleccionados del listado de las 30 Personas más Influyentes en Internet.

### Barack Obama

Es muy fácil citar hechos sobre la influencia virtual del Presidente, pues es el líder mundial más apreciado en Facebook, el más seguido en Twitter y porque, además, consiguió el "Ask me Anything" más visitado en la historia de Reddit. Aún más impactante es su capacidad de to meme himself to push an agenda. El mes pasado, por ejemplo, estuvo posando para las cámaras de BuzzFeed con un selfie stick para recordarles a los Millennials que se dieran de alta en el sistema sanitario introducido por el Affordable Care Act; en unos días el video fue visto más de 50 millones de veces. – Olivia B. Waxman

### Joy Cho

El blogger de 35 años se aprovechó de su conocimiento de diseño para convertir el "Oh Joy" en el estilo de vida por excelencia e invadiendo Pinterest (consiguiendo el record de 13 millones de seguidores), YouTube (donde ha colgado tutoriales de DIY design), Instagram, Facebook, Twitter e incluso los anticuados libros. Últimamente, ha empezado a producir productos con marcas como Land of Nod y Target; mientras tanto la venta de muchos artículos de la línea party décor se han agotado rápidamente. En mayo, se ha inaugurado la línea de tiritas Band\_Aids para Johnson & Johnson.—S.B.







Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

## Shakira

Tal vez no será la más activa de las redes sociales, pero nadie puede cuestionar la importancia de Shakira. La ganadora de 2 premios Grammy tiene 107 millones de faque en Facebook, más que cualquier otra persona en Facebook, incluso más que Obama o Taylor Swift. Facebook es una plataforma incomparable para promover su trabajo y sus causas. El post que publicó en 2013 y a través del que pedía donaciones para la campaña de UNICEF “World Baby Shower” logró 1.3 millones de likes, fue compartido casi 90,000 veces, y logró suficiente dinero para 80,000 vacunaciones de polio y cuatro toneladas de comida para los niños de todo el mundo. – S.G.

## Neil Gaiman

Neil Gaiman es autor de best seller, guionista galardonado y productor. Esta página es personal y profesional al mismo tiempo, y es lo más buscado por su público. Hace un llamamiento al deseo de no crecer y se burla de sí mismo diciendo que tal vez un día consiga un verdadero trabajo. Esto atrae mucho a su público que se siente identificado con él. Su foto de perfil parece ser una foto personal, pero en realidad es la que aparece en su última publicación ““Fortunately, the Milk.



## 8. Resumir y planificar

Las redes sociales revelan tu personalidad y tu actitud en ámbito laboral y pueden determinar al mismo tiempo el éxito de tu carrera profesional.

Esto requiere evitar de cometer errores colosales, como:

1. No tener un plan o estar en las redes sin un objetivo;
2. Aunque sean gratuitas, las redes sociales puede costar tiempo y dinero para quienes las utilizan a diario o para los empresarios que las utilizan de forma inadecuada. El primer paso es establecer cuál es tu objetivo y a quiénes quieres llegar con esa herramienta;
3. Conseguirlo todo a la vez. Después de establecer un plan estratégico, es normal que quieras implementar todas las acciones al mismo tiempo pero esto puede convertirse en una sobrecarga. Antes de todo, haz una búsqueda para determinar cuáles son las redes que mejor responden a tus objetivos;
4. No medir el retorno que tu inversión debería generar. Antes de empezar a utilizar las herramientas, decide cuáles son tus objetivos y cómo controlar el tráfico en las redes sociales. Muchas de ellas ofrecen funcionalidades que señalan el alcance por regiones demográficas y averiguan la procedencia de tus visitantes y cuantas visitas estás logrando;
5. No insertar información relevante en los perfiles. Es muy importante completar todos los campos del perfil porque la información que ponemos es la que parecerá a la hora de la búsqueda en Internet.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

Los perfiles en las redes sociales a menudo requieren varias información como foto, logo, etc. Algunos usuarios solamente rellenan los apartados que consideran los más importantes y acaban dejando el perfil incompleto.

Cuanto más completo es tu perfil, más oportunidades tendrás de que te encuentren en la red.

6. Descuidar las opiniones de los demás. Intenta interactuar con tus contactos. Si ya te has encontrado en al situación en la que sólo una persona habla y no deja a los demás expresarse, ya sabes lo molesto que puede ser no recibir la atención debida. En las redes sociales las dinámicas son las mismas: si un usuario sólo se dedica a la autopromoción y no interactúa con los demás puede acabar perdiendo seguidores. Así que si alguien deja un comentario en tu perfil o sube una contenido, no olvides que tienes que contestarle.
7. Eliminar comentarios negativos y criticas. Hay usuarios que utilizan las redes sociales para quejarse o criticar algunas acciones o actitudes. En la mayoría de los casos, la primera reacción es borrar el comentario para que los demás contactos no lo vean. Sin embargo, cuando borras un mensaje, los usuarios pueden pensar que estás ocultando algo o que pretendes enseñar siempre una imagen positiva de ti mismo. En lugar de quitar los posts, intenta contestar cortésmente y estate a la espera de que alguno de tus contactos te defienda.
8. Se utilizadas de forma equivocada, las redes sociales puede destruir tu carrera profesional. No borres las criticas. Intenta entender quien ha podido ser y por qué te está criticando. Orienta la conversación de manera que acaben subiendo comentarios contradictorios con sus mismas críticas.
9. No darle importancia a perfiles ya existentes. Investiga siempre Internet para averiguar dónde aparece información asociada a tu nombre. ¿Sabes ya que mucha de la información sobre ti ya está en Internet sin que tu lo sepas? Una simple búsqueda te mostrará perfiles de Google Places, número de empresas y sitios web con información de tu contacto. Lo importante es actualizar estos perfiles, pues aunque no tengas una pagina web o un perfil en las redes sociales, tus jefes siempre pueden encontrar información sobre ti.
10. No tener tiempo para actualizar los perfiles. Crear una marca en Internet necesita tiempo y dedicación. Para ampliar tu red de contactos online, tienes que estar listo a dedicar un par de minutos al día a actualizar todos tus perfiles. Si piensas que no tendrás tiempo para hacerlo de forma constante, es mejor que no empieces.

