

TEMA 1

Nociones básicas: el perfil digital

- ▶ La identidad digital
- ▶ La reputación online
- ▶ Riesgos para la identidad digital y la reputación online
- ▶ Marco legal
- ▶ Recomendaciones

OBJETIVOS:

- Conocer el concepto de perfil digital y sus propiedades
- Aprender el concepto de reputación online y su gestión
- Descubrir los riesgos del perfil digital y la reputación online
- Conocer el marco legal y los principales derechos de los usuarios respecto al perfil digital
- Asimilar las recomendaciones preventivas y las reactivas para una mejor gestión del perfil digital

INTRODUCCIÓN

Para entender el concepto del perfil digital y sus principales componentes es importante conocer el desarrollo de Internet y de la Web 2.0 debido a que ha dado lugar a un nuevo papel del usuario a través de canales multidireccionales y abiertos permitiendo la interacción, la colaboración y la participación.

«El perfil digital es toda forma de interacción en el ciberespacio incluyendo tanto las actuaciones como la forma en que nos perciben los demás en la red», según Aparici, R. y Osuna Acedo, S. (2013).

El perfil digital está compuesto por la identidad digital y la reputación online.

Social	La proyección de la personalidad en la Red, sobre todo en las redes sociales, permite que otros nos caractericen y nos reconozcan de forma efectiva.
Subjetiva	La percepción del «yo» y del «nosotros» está basada en la experiencia que otros construyen y permiten reconocerse.
Valiosa	La información generada por la actividad permite establecer relaciones personalizadas y tomar decisiones respecto a otros con mayor grado de confianza.
Referencial	Una identidad no es una persona u objeto, sino una referencia a dicha persona u objeto.
Compuesta	Hay información facilitada de forma voluntaria y otra construida por terceros sin la participación del sujeto en cuestión.
Secuencial	La divulgación de la información puede generar efectos e, incluso, su no divulgación puede constituir una amenaza.
Dinámica	Como la Red, se encuentra en un proceso de cambio permanente.
Contextual	Dependiendo del contexto de la divulgación de la información, puede generar un impacto negativo o irrelevante.

Se utilizan diferentes **identidades parciales** dependiendo de los roles y las actividades que se desarrollan online, y todas ellas conforman la identidad digital del usuario: la imagen de la persona en Internet.

2. LA REPUTACIÓN ONLINE

La **reputación online** es la opinión o consideración social que otros usuarios tienen de la interacción online de una persona u organización.

La clave de la reputación online está en cómo construirla, mantenerla y defenderla. Es colaborativa y acumulativa porque se forma a partir de una enorme cantidad de información personal independientemente de cuándo fue generada, y la repercusión y el alcance están bien definidos por la máxima «si no estás en Google, no existes».

La correcta gestión de la reputación online implica actuar sobre el contenido que generamos nosotros mismos, el contenido que sobre nosotros generan terceros y el contenido generado en el ámbito relacional de las redes.

La **huella digital activa** es aquella que dejamos cuando somos nosotros mismos los que realizamos las acciones online, mientras que la **huella digital pasiva** es aquella que dejan otros cuando publican algo acerca de nosotros o nuestra empresa.

Es muy importante cuidar nuestra huella digital porque es una información cada vez más usada por los departamentos de Recursos Humanos en los procesos de selección de personal y por los clientes para conocer una empresa y los servicios que ofrece.

Una forma sencilla de comprobar qué se dice de nosotros en la red es poner nuestro nombre y apellidos en Google. También existen servicios especializados que ofrecen información de la reputación de una persona o empresa.

3. RIESGOS PARA LA IDENTIDAD DIGITAL Y LA REPUTACIÓN ONLINE

Los principales riesgos en la gestión de la identidad digital y la reputación online son:

Suplantación de la identidad digital	Una persona se apropia de la identidad digital de otra y actúa en su nombre con mala intención, principalmente para perjudicar su imagen y su reputación online, y robar información personal.
Amenazas para la privacidad	Configuración insuficiente, alteración de la privacidad por la sincronización entre plataformas, etiquetado de imágenes, <i>sexting</i> , uso de <i>cookies</i> sin conocimiento del usuario, privacidad de terceros.
Amenazas para la reputación online	Publicaciones que exceden la libertad de información, daño por publicaciones falsas, injurias y calumnias, información descontextualizada, uso inapropiado de los derechos de propiedad intelectual.

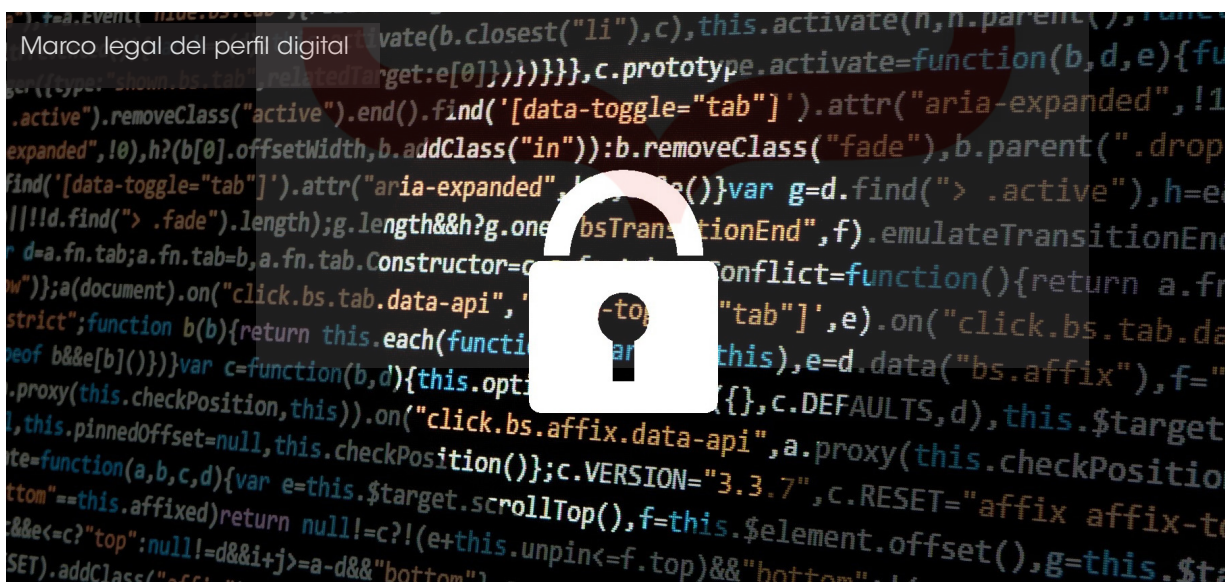


Riesgos de la identidad digital y la reputación online

4. MARCO LEGAL

El perfil digital se vincula de modo ineludible a los derechos de la personalidad dentro del marco de la Constitución Española. El Tribunal Constitucional articula la protección de estos elementos a través de los derechos del **artículo 18** y, singularmente, a través de la tutela de la imagen y el honor, y del derecho fundamental a la protección de datos. Son:

Derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen	Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen. Protegen la dimensión subjetiva de la personalidad que depende de la propia actuación y la dimensión social.
Derecho fundamental a la protección de datos	Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal (LOPD) y su reglamento de desarrollo (Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal, RDLOPD).
Derecho al olvido	Facultad que se atribuye al individuo de obtener la eliminación de una determinada información, particularmente en el contexto de Internet. No hay regulación específica.
La herencia digital	Artículo 4 de la Ley de Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen, y artículo 2.4 del RDLOPD
Suplantación de identidad	Artículo 401 del Código Penal
Responsabilidad de los prestadores de servicios	Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico (LSSI), según traspone la Directiva 2000/31/CE de Comercio Electrónico



La página web de la **Agencia Española de Protección de Datos** (<http://www.agpd.es>), en el apartado **Canal de documentación > Informes jurídicos**, contiene el reglamento relativo a la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD) que tiene por objeto garantizar y proteger en lo que concierne al tratamiento de los datos personales, las libertades públicas y los derechos fundamentales de las personas físicas, especialmente de su honor, intimidad y privacidad personal y familiar.

Su **objetivo principal** es regular el tratamiento de los datos y ficheros de carácter personal, independientemente del soporte en el cual sean tratados, los derechos de los ciudadanos sobre ellos y las obligaciones de aquellos que los crean o tratan.

A partir de esta ley se creó la Agencia Española de Protección de Datos, de ámbito estatal, que vela por el cumplimiento de esta ley.

5. RECOMENDACIONES

El mejor gestor de nuestro perfil digital es uno mismo, para ello hay que realizar una gestión segura y responsable de los diferentes perfiles o identidades parciales que usamos en la Red, especialmente, en las redes sociales.

Para una gestión eficiente del perfil digital se recomienda seguir una serie de pautas preventivas:



Logo Agencia Española de Protección de datos

TOMA NOTA

La legislación española establece que para ejercer el derecho al olvido es imprescindible que el ciudadano se dirija en primer lugar a la entidad que está tratando sus datos (en este caso el buscador). Si tras dirigirse al buscador, este no contesta o lo hace de forma que el ciudadano no considera adecuada, el ciudadano podrá recurrir a la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) para que tutele su derecho y a los Tribunales.



Recomendaciones preventivas:

<p>Creación responsable de perfiles</p>	<p>Para crear un perfil de usuario o identidad parcial en un servicio online hay que: valorar su utilidad, comprobar su finalidad y establecer perfiles separados personal y profesional.</p>
<p>Configuración adecuada de la privacidad y la seguridad</p>	<p>Aprender el funcionamiento y configurar las opciones de privacidad y seguridad de forma óptima.</p>
<p>Participación respetuosa en la Red</p>	<p>Hay que ser respetuoso con el resto de los usuarios.</p>
<p>Aplicación de medidas y hábitos de seguridad en la navegación</p>	<p>Utilizar software de seguridad, comprender el empleo de las <i>cookies</i> y revisar la concesión de permisos a servicios de búsqueda de información y publicidad.</p>
<p>Revisión periódica de la identidad</p>	<p>Realizar búsquedas periódicas sobre la información personal en la Red.</p>