

i Post-it amarillo fluorescente! Medios Sociales

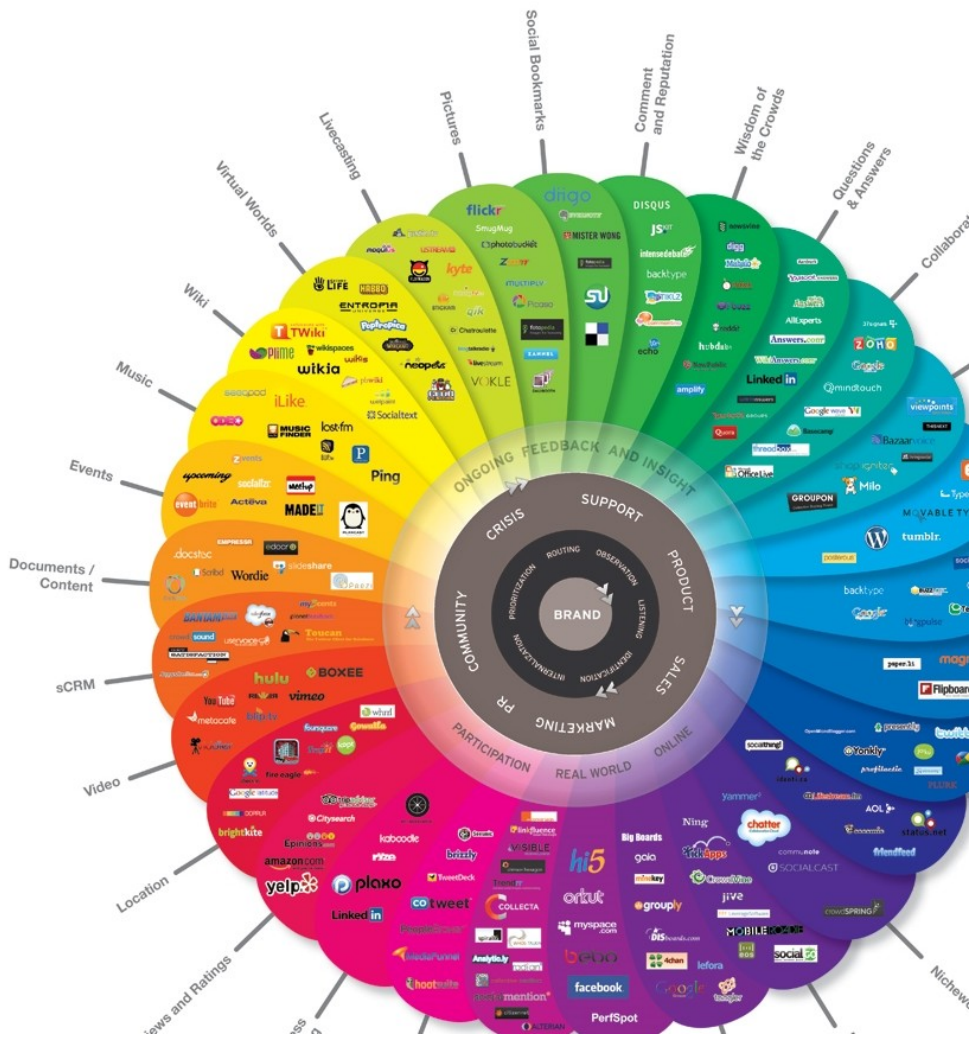
El fenómeno de las redes sociales lo tenemos tan bien integrado e interiorizado en nosotros que ya forma parte de nuestro día a día. Aquel chaval joven de Harvard al que le apeteció crear un portal web por puro ocio (como que no quiere la cosa) con una serie de caras de los estudiantes (predominantemente chicas) de dicha universidad, detonó una idea (con la desdicha de los hermanos Narendra y algún que otro detalle importante) que sin lugar a dudas dio sus frutos. Con **1650 millones** de usuarios activos por mes, y presente en **140 idiomas** distintos, ese “portal web”, es ahora conocido como Facebook, convertido por antonomasia la red social más conocida de la historia. Por supuesto, no todo gira en torno al “libro de caras”, también tenemos Twitter, Instagram, Google+, LinkedIn, MySpace, YouTube, páginas de citas online, enciclopedias online con una comunidad gigante tras ellas, así como los que en su día estuvieron activos también: Tuenti. Dado que no solo estamos hablando de redes sociales al uso, el espectro es tan amplio como uno quiera. Tanto los usuarios como las organizaciones pueden crear su propio contenido (y compartirlo) en cualquier sitio online ya sea para discusiones abiertas, streaming de video, microblogging, publicaciones de eventos, wikis, podcasts, etc.

Hoy más que nunca estamos expuestos a una rutina de red social nunca antes vista, evidentemente. Las empresas, las organizaciones, el pequeño comercio, “todo” el mundo quiere tener un hueco en la inmensidad de las redes sociales. Muchas veces, no por gusto, sino por necesidad. Aquella empresa, comercio o tienda que no contemple las TIC como una pata más de su sustentación, tiende a ser olvidada y perderse las oportunidades que le brinda estar “digitalizado”: una página con todos tus servicios, contactos, un muro que envía

notificaciones cada vez que publicas algo, llegar a mucha más gente, potenciar tus fortalezas (mediante imágenes, vídeos, comentarios de otra gente) y un largo etcétera. Accenture, AT&T, CocaCola y Hewlett-Packard son empresas que llevan el *social media* al pie de la letra y las que lo utilizan con fines de marketing.

Los **medios sociales** representan un cambio de cómo nos comunicamos, algo en lo que creo afirmativamente (para bien o para mal). Es fácil de usar, no requiere costes, prácticamente todo el contenido es creado por los propios usuarios, te permite subir contenido visual (multimedia) y además el medio social utiliza como herramienta principal la web, algo al alcance de mucha gente en el mundo hoy día.

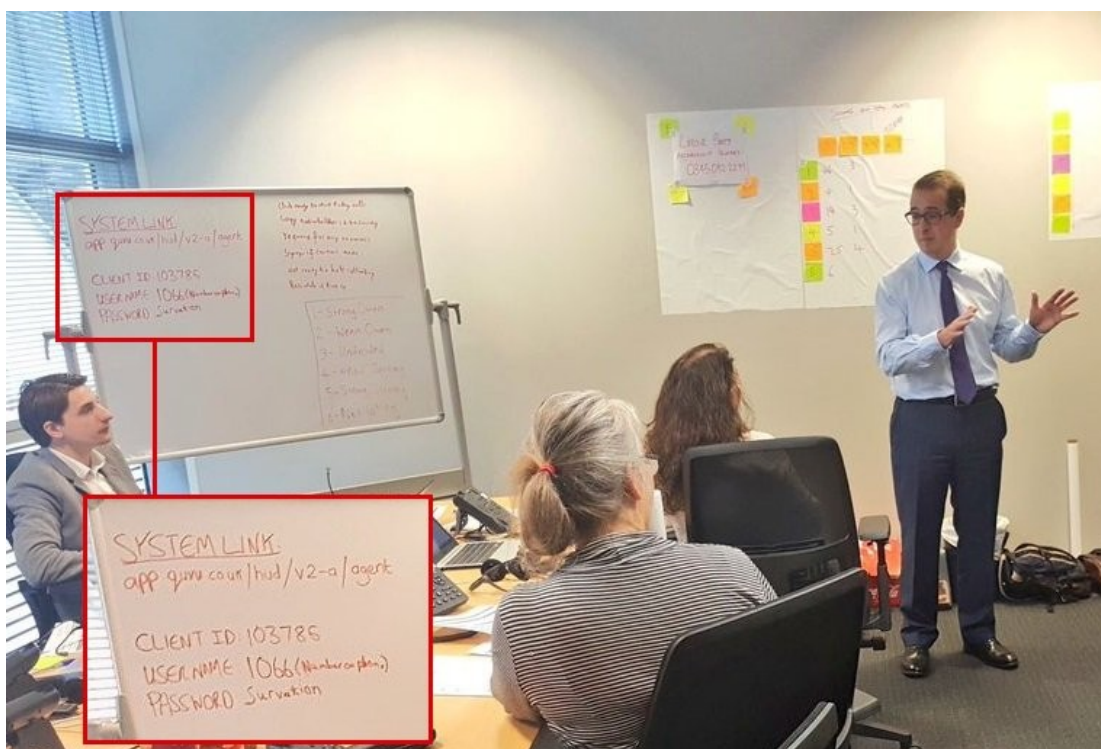
El escaparate mediático que existe en la nube, como hemos comentado, ofrece ventajas, pero también existen riesgos, inconvenientes, falsas creencias, el famoso postureo, filtraciones, robos de identidad, sabotajes y una lista que continúa y que bien conocen los que se sientan en la sombra del mal.



Quiero encarar este post de una manera que haga ver al lector que los medios sociales y las redes de contactos desde el punto de vista de la empresa es un capítulo en la vida de las organizaciones especialmente importante y a la que habría que prestar atención un poquito, solo un poquito.

Nunca viene mal un poco de humor, y me gustaría haceros llegar varios casos que podríamos catalogar como “epic fails” (desdichas desafortunadas). Lo introduzco como aperitivo porque en los siguientes artículos ahondaremos más en los riesgos identificados en esta temática, los posibles controles a llevar a cabo, sugerencias, pérdida o exposición de información personal etc. ¡Fotografiar lugares de trabajo donde los empleados pasan su día a día no es trabajo baladí! Si te descuidas tan solo un poquito, puedes pifiarla a lo grande y alzarte en la escala del campeón al mayor descuido. Hacerse con un post-it amarillo fluorescente y tener escrito

el usuario y contraseña de la red inalámbrica o de acceso a un determinado sistema no suele ser una práctica muy saludable. ¡Te puedes dar algún que otro susto! ¡Tuitear una foto tomada de una oficina con el **ID del cliente**, **usuario** y **contraseña** escritos en una pizarra no te deja exento de algún que otro atragantamiento a la hora de comer! De hecho, la auditoría interna no siempre ha tenido en cuenta los medios sociales dentro de su análisis desde el inicio de los tiempos. Muchas veces, porque se percibió que los medios sociales estaban fuera de las fronteras de la empresa



El concepto de identidad digital también es algo que poco a poco hemos de tener presentes como ciudadanos. Me gustaría estar frente a vosotros los lectores, y hacer una pregunta a mano alzada para ver cuántos de vosotros levantaríais el brazo: ¿cuántas identidades digitales consideras que tienes en Internet? Bueno ha sido corta y ha durado poco la intriga pero muchos os sorprenderías de que el número es alto e incluso en ciertos ejemplos en concreto, no recordaríais que os registrasteis en aquella página web “chungu” que te permitía simplemente poder hacer lo que querías hacer en ese momento y luego olvidaste que te habías hecho un hueco en los “asientos virtuales” de Internet. Desde el prisma de las organizaciones, limitar el acceso de los empleados a la generación de contenido de medios sociales, cortar de raíz el BYOD y/o dedicar un perfil específico como el de *Community Manager* o *Social Media Manager* son contramedidas que te evitarían esos sudores fríos y la ola invisible escalando por tu espalda cuando te llaman y te dicen aquello de “Houston, tenemos un problema” o simplemente cuando te das cuenta que acabas de meter tú mismo la “zarpa” en tu blog, facebook, etc.

Concienciar al empleado, aplicar buenas prácticas, reducir el área de exposición de una empresa, identificar brechas..., son los entrantes del menú que vamos a tratar con los medios sociales desde el punto de vista de la empresa en los siguientes artículos. ¿Os aventuráis a ver qué encontramos?!
????

Referencias:

“*Managing Privacy Risk in a Social Media-Driver Society*”, KnowledgeLeader, acceso el 10 de Octubre de 2016, <https://www.knowledgeleader.com/KnowledgeLeader/Content.nsf/Web+Content/GUManagingPrivacyRiskinaSocialMediaDrivenSociety!OpenDocument>

“*Social media*”, Wikipedia, acceso el 10 de Octubre de 2016, https://en.wikipedia.org/wiki/Social_media

“Cómo afrontar el uso de medios sociales en la empresa”, Con Tu Negocio (Movistar), acceso el 10 de Octubre de 2016, <http://www.contunegocio.es/redes-sociales/como-afrontar-el-uso-de-medios-sociales-en-la-empresa/>

“Politicians’ password accidentally tweeted to thousands”, Naked Security, acceso el 3 de Octubre de 2016, <https://nakedsecurity.sophos.com/2016/09/08/politicians-password-accidentally-tweeted-to-thousands/>