
RESEÑA

LEIVA-AGUILERA, JAVIER. *Gestión de la reputación online.* Barcelona: UOC, 2012. 100 págs. ISBN 978-84-9788-990-2.

Se trata del séptimo libro de la joven pero activa y exitosa colección de libros de bolsillo de El Profesional de la Información que publica desde noviembre de 2011 a casi un ritmo de un libro por mes.

El autor Javier Leiva, es suficientemente conocido en nuestro entorno profesional: un emprendedor que apostó en su día por el autoempleo: consultor y formador con espíritu explorador (más bien aventurero) que comparte su experiencia y conocimiento de modo altruista en las redes sociales. El contenido del libro se basa precisamente en esta experiencia y conocimiento de Javier en el mundo de la reputación de las personas, de las empresas y de las organizaciones en Internet.

Para contextualizar el tema, nada mejor que la propia experiencia, y así empieza este libro: con el “calvario” que pasó Javier al contratar un servicio de ADSL y que naturalmente compartió con todo aquel que le quiso oír (o leer) y del que podemos concluir que no debemos descuidarnos de nuestra reputación e imagen en la red y que la presencia precisamente en la red implica ciertos riesgos que debemos afrontar y monitorizar.

A partir de ahí la obra se mueve en tres ejes: conceptualización, monitorización y planificación de la estrategia.

Sobre la conceptualización, nos introduce en aspectos como reputación y marca, la capacidad de influencia como resultado de la reputación, sobre los clientes y sus toma de decisión, sin olvidar la reputación personal así como cuál debe ser la estrategia para obtener una buena reputación.

Reflexiona sobre el impacto online de nuestra imagen en la red que a diferencia de otros entornos se extiende como una mancha de aceite: mucho más rápida, contagiosa y persistente, considerando que dicha reputación no es un valor único sino que está en función de la percepción que pueden tener los otros de nosotros o de nuestra organización que puede variar en función del rol que ejerzamos y el entorno en donde nos encontremos: por ejemplo podemos tener una gran reputación en el entorno familiar y todo lo contrario en el profesional.

Nos recomienda unas breves pautas para obtener una buena reputación: por un lado con la participación activa en dicha reputación: creando contenidos respecto a nosotros, la empresa y/o la organización basándonos en los principios de honestidad y transparencia y por otro monitorizando lo que se cuenta en la red respecto a nosotros, de la empresa y/o la organización.

En el segundo eje, nos anima a ponernos manos a la obra empezando por realizar una auditoría que nos

permita identificar el punto de partida y detectar las necesidades y las prioridades que permitan diseñar una estrategia de nuestra presencia en la red. Por un lado una monitorización de lo que hay en la red seguida de un análisis y detección de actuaciones consideradas urgentes y la elaboración de unas conclusiones que nos permitan planificar una estrategia, sugiriendo unas plantillas para la recolección de la información y de las conclusiones así cómo se debe elaborar la estrategia.

La tercera parte sobre estrategia, nos invita a reflexionar sobre lo que somos y/o queremos llegar a ser, además de cómo queremos ser vistos y a partir de aquí como elaborar un documento de intenciones en donde se recojan todos los aspectos vinculados con nuestra presencia en la red incluyendo una relación de posibles recursos disponibles en la red en función de lo definido en la estrategia (portal web, blog, redes sociales etc.) recordando que no hay que estar en todas partes, sino en aquellas que son relevantes para nuestro entorno, nuestros usuarios y clientes, además de estar alerta a las posibles interacciones que se puedan producir en dichos entornos en donde hemos decidido difundir la información que generamos.

Además de las interacciones, es necesario gestionar la información que circule sobre nosotros, la empresa y/o la organización, sin olvidar lo que sucede en nuestro entorno o sector. Esta monitorización, nos permite identificar nuevas oportunidades, riesgos y evitar posibles crisis en la reputación. En la obra encontramos pautas para poder gestionar dicha información, lo que se debe monitorizar y una propuesta metodológica incluyendo sugerencias de

diferentes utilidades disponibles en la red que nos sugiere utilizar.

Para la gestión de posibles crisis en la red respecto a la reputación, nos ofrece todo un protocolo de actuación a seguir a partir de un conjunto de preguntas. De la respuesta a dichas preguntas descubrimos el método ASAP: disculparse, ponerse en lugar del otro, asumir las responsabilidades y actuar.

Y como expresa Javier al final del libro y que es necesario que tengamos presente: *“la gente no quiere hablar con empresas sino con personas. Entremos en la conversación y seamos humanos”*:

En resumen y al estilo de las otras obras de colección EPI-UOC: un libro práctico, con un lenguaje claro que facilita su comprensión incluso para quien desconozca completamente el tema y de lectura recomendada (que no obligada) para cualquier persona, empresa u organización aunque no tenga una inquietud en el tema. Seguro que todos aunque no sean activos en la red tienen algún rincón en donde se nos menciona de modo positivo o negativo y que va a estar allí de modo permanente y del quizás no seremos conscientes de ello hasta que entramos en crisis de reputación.

Finalmente, apuntar que dichas actuaciones deben ser revisadas y actualizadas periódicamente y qué deberíamos preocuparnos por esa reputación que construimos y transmitimos ¿pero como? con honestidad y transparencia y como dice Javier de Vodafone: *“solo tenían que haber hecho [bien] su trabajo”* Respecto a Javier poca cosa más:

precisamente una persona honesta y creo que la más indicada para una obra como esta. Como complemento, sugerir el espacio que Javier ha habilitado en su portal web <<http://www.javierleiva.info/>> en donde va complementando la obra y

que está abierto a la participación de los lectores.

Jordi Serrano Muñoz
Universitat Politècnica de Catalunya