



Opinión Jurídica: La gestión de la reputación online

Que Internet es un fenómeno sin parangón es algo que hoy día no admite debate. Lo que sí quizás admita mayor discusión es qué hacer ante la situación de hallar en Internet la existencia de comentarios u opiniones que de manera grave menoscaban la fama o la reputación de una persona o empresa, conculcando con ello su derecho al honor.

La anterior no es una cuestión baladí. En el constante fluir de contenidos que supone Internet, al usuario le llega, con una simple búsqueda en Google, amplia información acerca de la compañía con la que desea contratar, información acerca de una determinada marca y, en ocasiones, hasta información de su propia persona. A esa masa crítica de información y opiniones que existe en Internet sobre algo o alguien es lo que se ha dado en llamar "reputación online", término tan de moda en los últimos tiempos.

De la enorme preocupación por conocer y, en su caso, controlar tal información es buena muestra el creciente interés de las empresas por contratar herramientas que permitan gestionar su reputación online. Y es que la gestión y control de la reputación online (ORM – Online Reputation Management, según sus siglas en inglés-) es fundamental de cara al posicionamiento de una compañía, marca o persona en el mercado. Conocer la opinión del usuario en la realidad 2.0 en la que nos desenvolvemos es tan fundamental para la evolución de una persona o ...