**La gestión de la imagen online: Los famosos se la juegan en las redes sociales**

La libertad de expresión, el derecho a la intimidad y la presencia en redes sociales puede llevar a cometer grandes errores.

**Madrid, 7 de julio de 2014.- La gestión de la presencia en Internet de personajes famosos es hoy tan importante como tener un buen asesor jurídico. La imagen, la reputación e incluso el puesto de trabajo pueden ponerse a prueba en las redes sociales. 140 caracteres son suficientes para convertirse en el blanco de todas las críticas, pero, ¿dónde está el límite? ¿Éste es el precio que se ha de pagar por ser famoso? María del Río, responsable de contenidos digitales de 3AWORLDWIDE analiza hasta qué punto deben exponer su vida los personajes públicos en las redes sociales y la libertad de expresión de los usuarios de las mismas.**

Desde que comenzó el auge de las redes sociales han sido muchos los casos de personas famosas que comparten su vida con sus seguidores. Algunos de ellos cuentan con profesionales de social media que les gestionan su marca e imagen en la red, pero la mayoría lo hacen personalmente, llegando a veces a cometer grandes errores o enfrentándose de mala manera a las críticas. María del Río, responsable de contenidos digitales de 3AWORLDWIDE, analiza hasta qué punto los comentarios, debates y críticas en redes sociales son responsabilidad de ellas mismas o de los famosos que exponen su vida.

Una de las “meteduras de pata” más sonadas fue la de Ashton Kutcher, quien tuiteó "¿Cómo pueden despedir a Jo Pa? Como fanático de los Hawkeyes me parece de mal gusto", refiriéndose al despido del entrenador de fútbol americano Joe Paterno. Sin embargo, lo que Kutcher no sabía es que Paterno había sido despedido por estar involucrado en un caso de abuso de menores. Tras recibir grandes críticas, el actor eliminó el mensaje y pidió disculpas bajo la promesa de no usar la red social "hasta conseguir una mejor manera de manejarla". Sus asesores se hicieron cargo de ello.

Ahora bien, ¿hasta dónde tienen que aguantar los famosos? La presentadora de TVE María Escario y los periodistas Juanma Castaño y Ana Pastor son algunos de los personajes que han recibido amenazas de muerte a través de sus perfiles sociales, motivo por el cual todos han denunciado. Pero, ¿cuál es la responsabilidad de Twitter en estos casos?

En España la libertad de expresión está definida en el artículo 20 de la Constitución, aunque ésta queda limitada por el derecho al honor, la intimidad, la propia imagen y la protección a los menores. Por tanto las calumnias, la publicación de datos e imágenes privadas obtenidas de forma ilícita, ya sea en la calle o en la Red, pueden constituir un delito. Además, Twitter prohíbe de forma expresa su uso para amenazar, acosar, o tener cualquier comportamiento que se considere delictivo localmente. Cuestión aparte es si la red social está cumpliendo su parte en esto, ya que hay usuarios que llevan a cabo a amenazas de forma continuada.

Cada vez más son los famosos que dejan sus cuentas sociales en manos de profesionales para que cuiden de su imagen personal, gestionen confrontaciones y en gran medida, generen nuevos ingresos. “*Lo que está claro es que todos los famosos que deciden exponerse en las redes sociales, han de tener en cuenta que durante las 24 horas del día estarán en una alfombra roja en la que serán muchas las alabanzas, pero también estarán expuestos a muchas críticas. En este sentido, deben ser conscientes de que si lo que quieren es informar a través de las redes, deben hacerlo de forma profesional y no personal, puesto que un millón de fans no es un millón de amigos*”, explica la responsable de contenidos digitales de 3AWORLDWIDE. Además, en esa comunidad, muchos de los supuestos fans seguirán al personaje con el único afán de criticar y cuestionar.

Llama la atención el caso de Iker Casillas quien en un principio fue muy reacio a sumarse a las redes sociales preocupado por la seguridad de sus perfiles. “*Se rumorea que el futbolista y su representante se reunieron varias veces con los responsables de Twitter en España para obtener asesoramiento y soporte*”, explica María del Río. Sin embargo, a día de hoy no está claro el objetivo del portero merengue en las redes sociales puesto que es muy común ver en sus perfiles oficiales información y fotografías personales expuestas de forma pública. Hace apenas unos días el jugador tuvo un enfrentamiento a través de Instagram por una desafortunada crítica sobre Martín Casillas. ¿Justifica su popularidad y su presencia en redes sociales que alguien pueda hacer un comentario tan poco acertado sobre su hijo? “*Por supuesto que no. Sin embargo, la confrontación directa no es la mejor forma de responder públicamente. Al fin y al cabo, el comentario cae por su propio peso*”, comenta la responsable de contenidos digitales de 3AWORLDWIDE.

Para evitar este tipo de situaciones, son muchos los famosos que pagan los a profesionales de social media para indicarles cómo deben gestionar y posicionar su marca en las redes sociales. Rafael Nadal, los hermanos Gasol, David Bisbal, Belén Esteban, Cristiano Ronaldo o Alejandro Sanz, pagan entre 1.800 y 3.000 euros al mes por externalizar la gestión de sus cuentas sociales. Otros como el futbolista Sergio Ramos o Gerad Piqué prefieren prescindir de esos servicios y no dudan en subir sus fotos más personales a las redes sociales, situándose en numerosas ocasiones en el punto de mira por protagonizar enfrentamientos, como el sonado caso de Piqué y Álvaro Arbeloa.

**Para más información, entrevistas o imágenes, contactar con   
3A Worldwide Europe:**

**Ana Román**

**Teléfono: 91 750 26 97 / 675 119 454**

**E-mail: aroman@3aworldwide.com**