

# REPUTACIÓN EN TIEMPOS DE LA IA

EURÍDICE CASTILLO MARTINEZ



**¿Y A QUÉ VIENE  
ESTA PREGUNTA  
SOBRE LA  
REPUTACIÓN?**

# REPUTACIÓN ES:

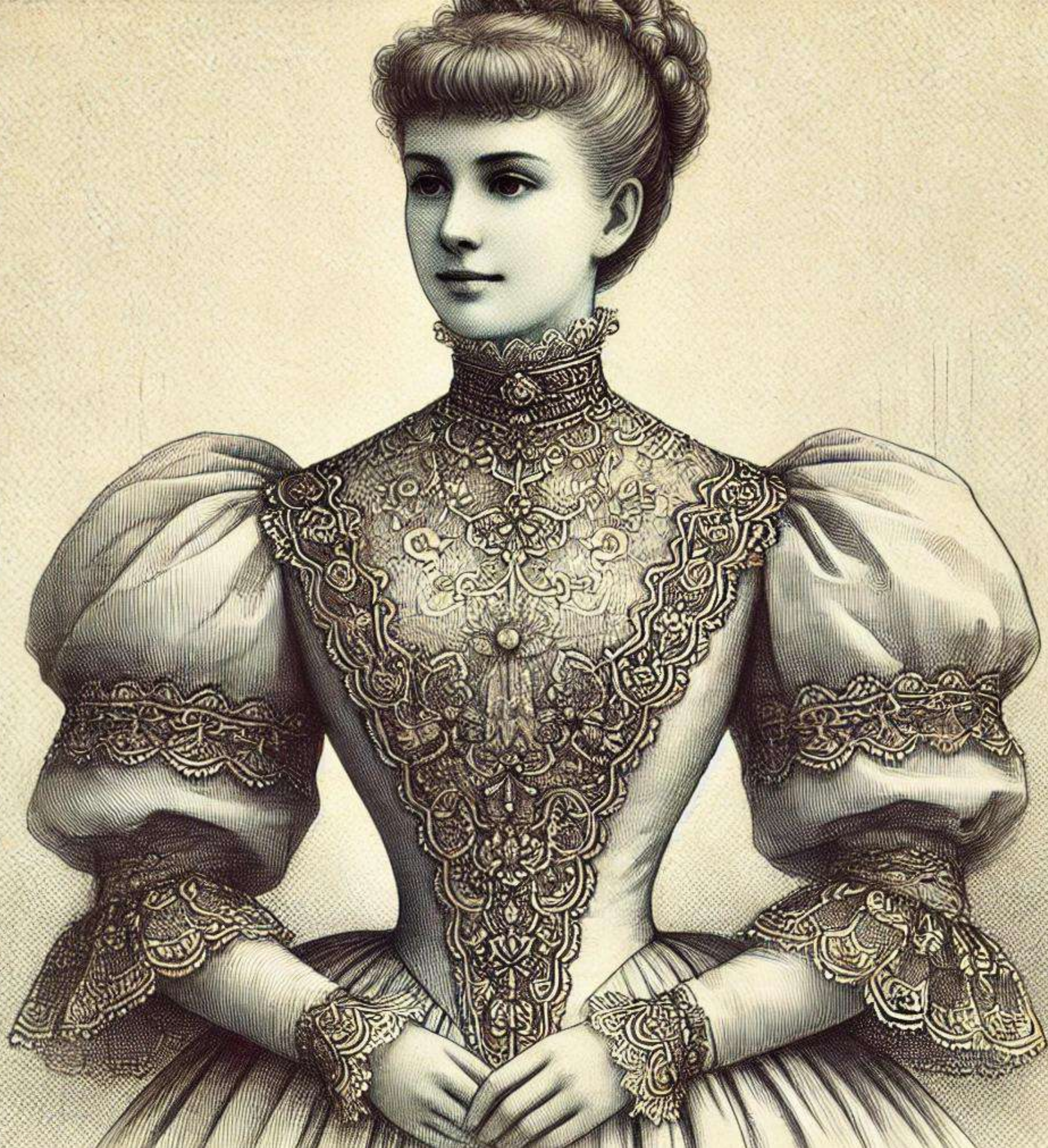
REPUTACIÓN ES LA PERCEPCIÓN QUE TIENEN LOS CONSUMIDORES DE UNA MARCA. NO TIENE QUE VER NECESARIAMENTE CON LO QUE TRANSMITE LA EMPRESA, SINO CON LO QUE PERCIBE EL PÚBLICO SOBRE LOS DISTINTOS MENSAJES QUE EMITE.



**¿QUÉ ERA  
LA BUENA  
REPUTACIÓN?**

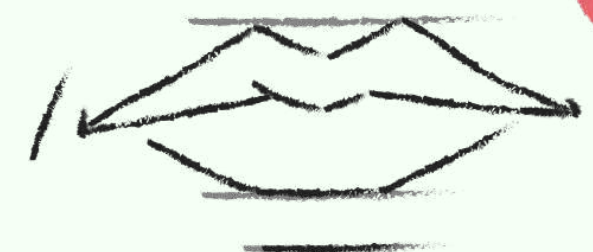
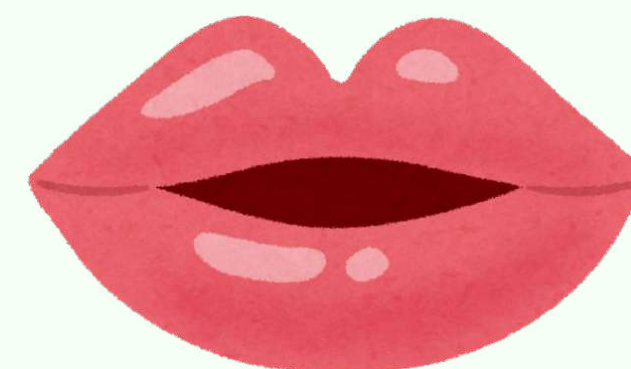
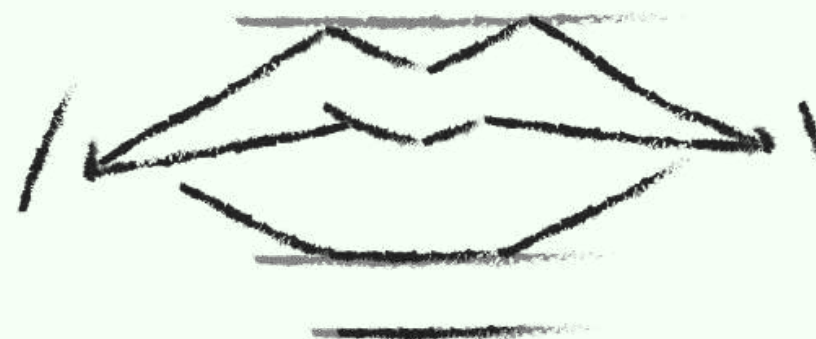






**ANTES ERA  
EL QUÉ  
DIRÁN**







# EN EL MUNDO MEGACONECTADO



**REPUTACIÓN SIGUE  
SIENDO EL QUÉ DIRÁN,  
SOLO QUE EN DIGITAL, A LO  
BESTIA Y CON DATOS**





**GESTIONAR LA  
REPUTACIÓN ON LINE, ES  
MONITORIZAR EN LAS  
REDES SOCIALES LA  
CONVERSACIÓN SOBRE  
ESA MARCA.**



**ENTONCES,  
¿POR QUÉ ME PREGUNTO  
ESTO SOBRE LA  
REPUTACIÓN EN TIEMPOS  
DE LA IA?**



**La IA ha venido a aumentar nuestras capacidades y a convertirnos en equipos completos en un mismo profesional.**



# **LA IA NOS SITÚA FRENTE A UN CAMBIO DE PARADIGMA**

- 1. AUTOMATIZACIÓN Y EFICIENCIA DE TAREAS COMPLEJAS**
- 2. VELOCIDAD DE PROCESAMIENTO DE DATOS**
- 3. INTERACCIÓN HUMANO-MÁQUINA CON SISTEMAS QUE  
COMPRENDEN Y REPLICAN EL COMPORTAMIENTO HUMANO.**
- 4. REDEFINICIÓN DE HABILIDADES DE TRABAJO**



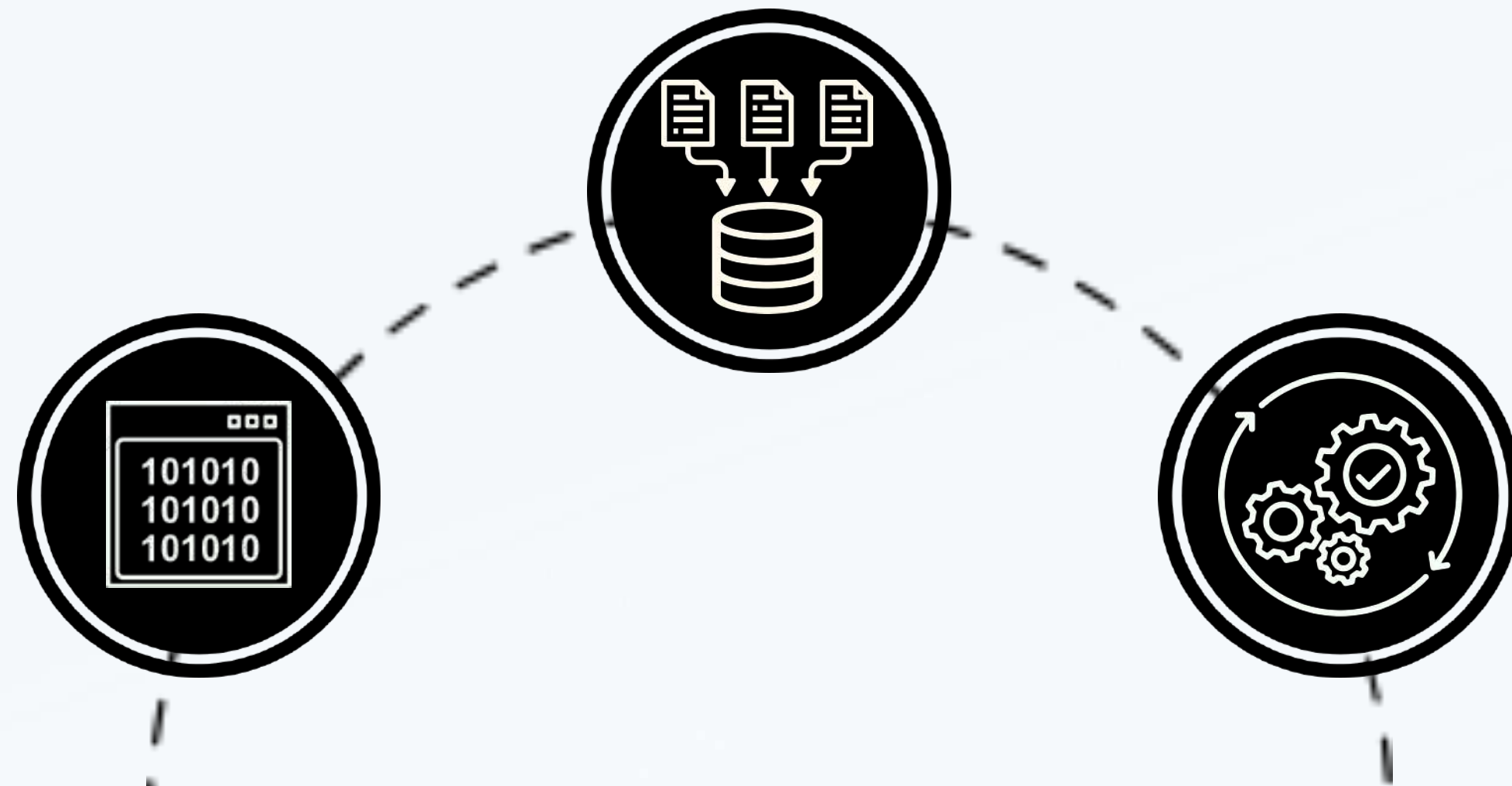
# ¿QUÉ HACE LA IA?

LENGUAJE  
NATURAL

PROCESAMIENTO  
DE DATOS

PENSAMIENTO  
CRÍTICO

PROGRAMACION  
Y GENERATIVA



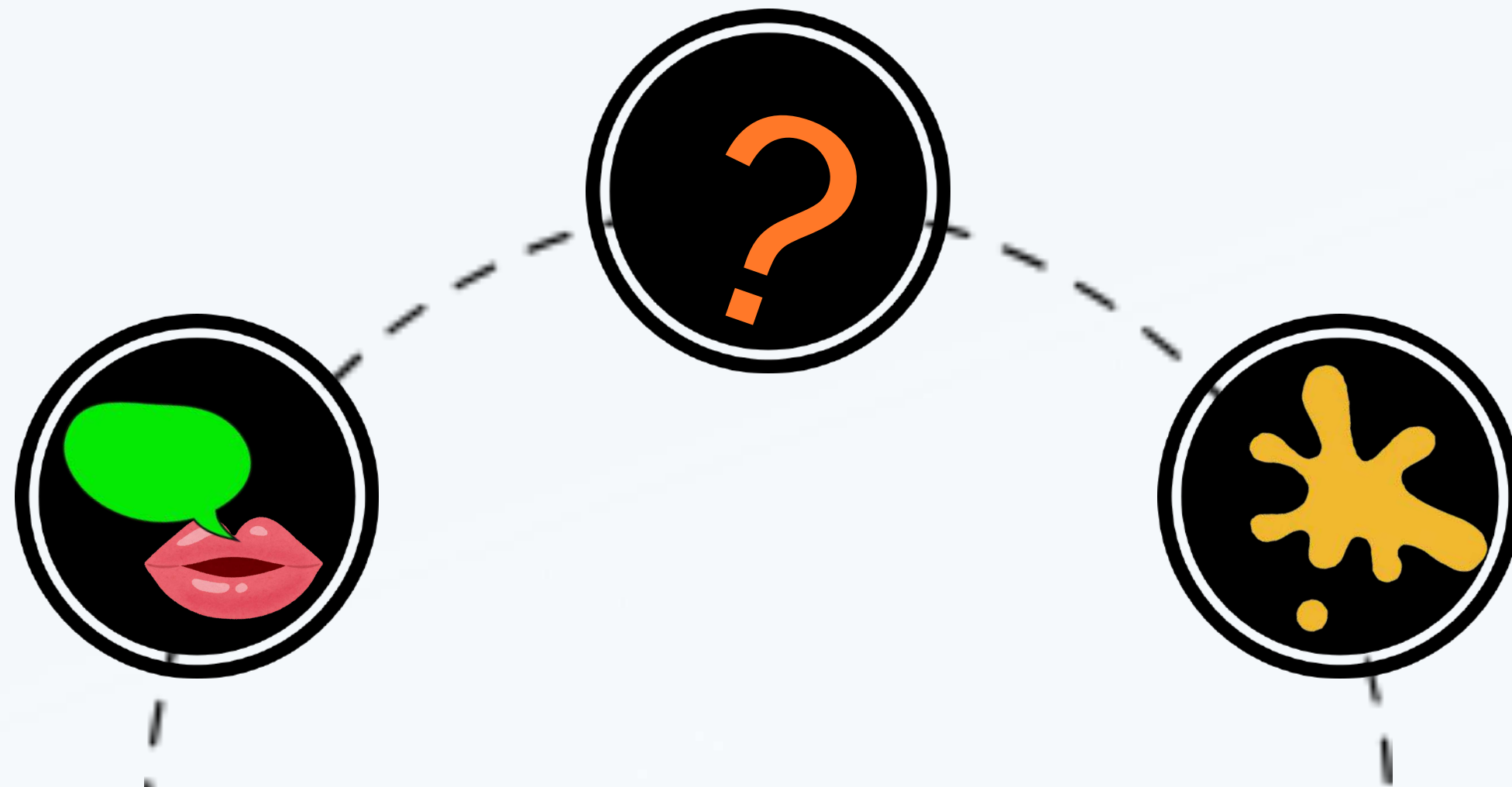
# ...¿Y LOS HUMANOS?

LENGUAJE  
NATURAL

PROCESAMIENTO  
DE DATOS

PENSAMIENTO  
CRÍTICO

PROGRAMACION  
Y GENERATIVA









# **CONSIDERAMOS EL TEMA DE LA REPUTACIÓN EN TÉRMINOS:**



**CUALITATIVOS**



**CUANTITATIVOS**





## **CUANTITATIVOS:**

**ES LA PRESENCIA EN TÉRMINOS DE NÚMERO DE MENCIONES Y EN NÚMERO DE MEDIOS QUE DETERMINA LA RECORDACIÓN Y EL POSICIONAMIENTO DE UNA MARCA.**



## **CUALITATIVOS:**

**ES EL CONTENIDO: QUÉ SE DICE, CÓN QUÉ CUALIDADES SE DOTA A ESA MARCA EN EL IMAGINARIO DEL PÚBLICO, SU GRADO DE CREDIBILIDAD Y AUTORIDAD.**





**CON LA GRAN CANTIDAD DE  
CONTENIDOS GENERADOS  
POR IA, ¿DÓNDE QUEDA LA  
CREDIBILIDAD?**



**LO PRIMERO ES SITUAR A LA IA COMO  
LO QUE ES,  
UNA HERRAMIENTA.**

**AHORA NOS DESLUMBRA, COMO LO  
HIZO EN SU MOMENTO EL PC,  
LA MAQUINA DE VAPOR, O LA RUEDA.**



**LA IA NO TIENE LA PLASTICIDAD DEL  
CEREBRO HUMANO, NI EL IMPULSO  
DE VIDA QUE LE LLEVA A PONER EN  
CONTACTO SOLUCIONES A  
PROBLEMAS.**



**ESTO SIGUE SIENDO UN DON DEL  
SER HUMANO, CON SU GRAN  
CAPACIDAD DE CREATIVIDAD,  
NEUROPLASTICIDAD Y SU  
VOCACIÓN DE SERVIR A LA  
HUMANIDAD**







# LA METODOLOGÍA DE LA CREDIBILIDAD



**VALIDACIÓN**



PRESENCIALIDAD

ORALIDAD

DEMOSTRACIÓN



**TRANSPARENCIA**



VERIFICABILIDAD

APERTURA

ACCESIBILIDAD



**COMPROMISO CON**

**VALORES**



ORIENTACIÓN

COHERENCIA

# LA METODOLOGÍA DE LA CREDIBILIDAD



**APORTACIÓN DE VALOR**



INNOVACIÓN  
SOLUCIÓN REAL  
PERSONALIZACIÓN



**NO FAKES**



CONTRASTABLE  
VERIFICABLE  
SOSPECHOSA



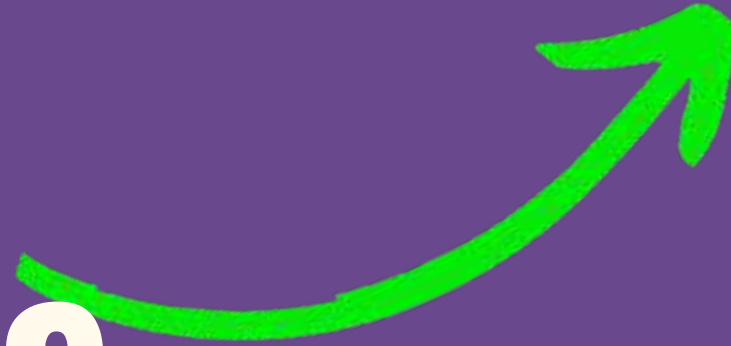
**FUENTES**



REVISIÓN FUENTE  
ACREDITACIÓN  
TRAZABILIDAD



**EN EL MUNDO DEL  
CÓDIGO ABIERTO,  
COMO ES  
WORDPRESS**



**EL VALOR  
ESTÁ EN LA  
COMUNIDAD**

# **LAS PERSONAS**

- ✓ **LAS CONTRIBUCIONES A LA COMUNIDAD**
- ✓ **LA COLABORACIÓN Y COOPERACIÓN**
- ✓ **LA PARTICIPACIÓN**
- ✓ **EL NÚMERO DE PROBLEMAS RESUELTOS**
- ✓ **LA VISIBILIDAD**
- ✓ **INCLUSIÓN**
- ✓ **COMPARTIR DE RECURSOS**
- ✓ **Y ¿POR QUÉ NO DECIRLO? AFECTO Y CAMARADERÍA**

**YO INVOCO EL BIEN COMPARTIDO EN LA COMUNIDAD WORDPRESS COMO  
UNA FORMA VIVA DE VALIDACIÓN DE REPUTACIÓN.**

**NO OLVIDEMOS QUE DETRÁS DE LAS HERRAMIENTAS  
ESTÁN LAS PERSONAS, CON SUS OBJETIVOS, SUS GANAS  
DE AYUDAR Y DE CONTINUAR SIENDO HUMANOS.**

**NO RENUNCIEMOS A NUESTRO PODER.**





# QUIÉN SOY



**SOY EURÍDICE CASTILLO, PERIODISTA ACTIVA EN MARCA PERSONAL.**

**busco perlititas de credibilidad en medio de tanta automatización.**

**CREO EN Promover reputación con sentido de humanismo al que no tenemos que renunciar.**

**El mundo WordPress, con su intensa comunidad nos aporta algunas claves y valores para continuar viviendo en un mundo centrado en las personas.**

**EURIDELCASTILLO@GMAIL.COM**



**@EUEDELCASTILLO**

**¡ GRACIAS !**