

CUANDO TU JEFE TE ESPIA EN FACEBOOK

LAS REDES SOCIALES FORMAN PARTE DE NUESTRA VIDA DIARIA, PERO ÉSTAS PUEDEN SER UN ARMA DE DOBLE FILO Y JUGAR EN NUESTRA CONTRA SI NO SABEMOS UTILIZARLAS CORRECTAMENTE

TEXTO ARGÍ GRAU

Welcome to Facebook - Microsoft Internet Explorer provided

File Edit View Favorites Tools Help



Back



Search



Favorites

Address



http://www.facebook.com/index.php?u=2961as21ca9e73c3d4740

facebook



Heading out? Stay connected.
Visit facebook.com on your mobile device.



A

lberto Franco Chávez, profesor de letras hispánicas en el bachillerato preparatorio de la Universidad del Valle de México (UVM), fue despedido tras publicar en su Facebook una fotografía en la que se besaba con un hombre. Kimberly Swann, trabajadora de una empresa logística inglesa, fue destituida por un comentario que puso en Facebook en el que reconocía que se aburría en su compañía. Dan Leona, el encargado de las relaciones públicas del estadio de los Philadelphia Eagles, no fue renovado tras publicar en su muro una crítica

contra este equipo de fútbol americano. Una camarera fue expulsada del restaurante donde trabajaba por cotillear sobre los clientes del mismo a través de Twitter. 27 trabajadores de un club del automóvil americano fueron despedidos por los comentarios que hicieron sobre algunos de sus compañeros en MySpace. 13 tripulantes de cabina de una conocida aerolínea británica perdieron su trabajo tras insultar a los pasajeros de la compañía en un intercambio de mensajes público en Facebook. Un trabajador de un call centre británico afirmó que no podía ir a trabajar porque estaba enfermo, aunque gracias a su página de Facebook, los responsables de recursos humanos (RRHH) de su empresa supieron que lo que realmente sucedía: tenía resaca y no quería ir a trabajar. Fue despedido al acto. Podríamos escribir

LEY FACEBOOK: EL CASO ALEMÁN

Alemania ha sido el primer país en redactar una ley para proteger la privacidad de los empleados en las redes sociales. Si bien la ya conocida como Ley Facebook debe ser aprobada en octubre, no deja de ser significativo que el país teutón se erija como pionero en defender a los usuarios de las redes sociales. Si miramos al pasado más reciente de este país, tal vez comprendamos el porqué de esta ley. En 2005, Deutsche Telekom vigiló las comunicaciones entre miembros del Consejo de Vigilancia y periodistas. El escándalo de espionaje cobró una nueva dimensión cuando el Financial Times Deutschland reveló que el gigante alemán había contratado en el año 2000 los servicios de la empresa DESA, fundada por antiguos miembros de la Stasi. En el 2008, la revista Stern reveló que la cadena de supermercados Lidl había espiado a sus empleados en al menos 219 sucursales. En el 2009 se descubrió que la empresa de ferrocarriles Deutsche Bahn había espiado hasta a 170.000 trabajadores. La Ley Facebook intenta proteger la privacidad de los empleados aunque, visto el cariz del asunto, será muy difícil controlar su aplicación. Está por ver qué país seguirá los pasos de Merkel.

ríos de tinta con un sinfín de ejemplos similares, todos ellos con el mismo común denominador: el despido de empleados de una empresa por lo que han publicado en el perfil privado -o deberíamos decir público- de sus respectivas redes sociales. Privado o público, la finalidad de las redes sociales es comunicarse con amigos, conocidos y gente con las mismas aficiones, así que hasta qué punto una empresa puede utilizar los comentarios para realizar un despido...¿improcedente?

STRIPTease EN LA RED

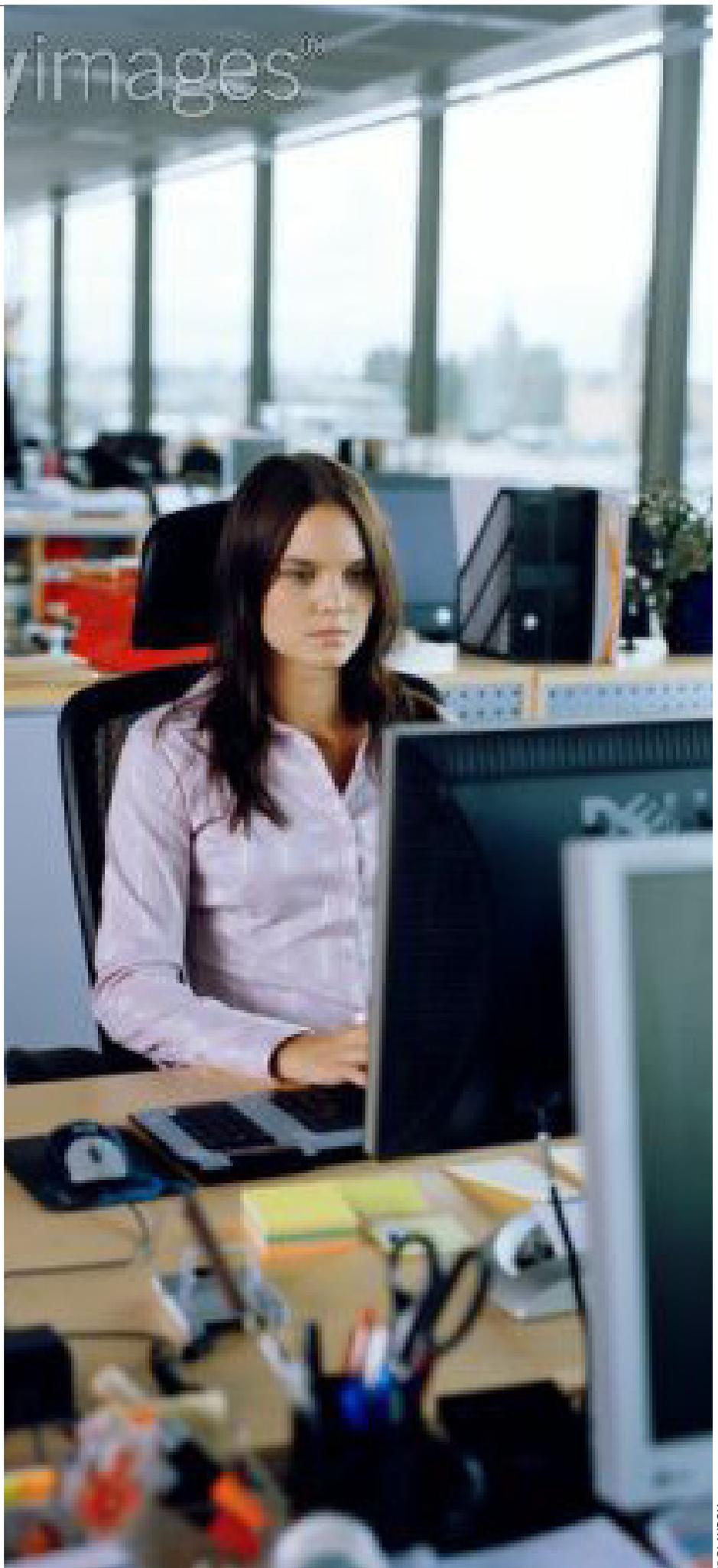
Orientación sexual, fotografías comprometidas, convicciones políticas, creencias religiosas, costumbres y hasta consumo de drogas. En una época de striptease informativo en la que es normal 'desnudarse' ante la web, las redes sociales se han convertido en un arma de doble filo. Pero, ¿dónde está realmente la frontera entre la temeridad de los usuarios y la privacidad de los mismos? Esta pregunta despierta controversia entre los profesionales del sector con opiniones divergentes y opuestas. Mientras el creador directivo de la empresa Digital

Orientación sexual, política o religiosa. Vivimos en una época de striptease informativo en la que es normal desnudarse ante la red

Seed Internet Natural Marketing, Jan Badosa, cree que los usuarios son los únicos responsables de su identidad digital y han de ser consecuentes con sus acciones, el director de comunicación de Randstad España, Ignacio Raich, opina que existen dos tipos de redes sociales: las destinadas al uso profesional y las del uso social, cuya finalidad debe respetarse.

PROTEGER LA PRIVACIDAD

Cada vez son más las empresas que utilizan las redes sociales como herramienta de selección, ya sea entre los mismos empleados o entre aquellos que postulan para trabajar en las mismas. Tal es el extremo que un país como Alemania, pionera en la iniciativa, quiere poner coto a esta práctica abusiva. Por ello ha redactado un proyecto ley que prohíbe a los responsables de personal de las empresas mirar las redes sociales de los empleados salvo aquellas que estén destinadas a fines laborales, como puede ser LinkedIn. "Para los datos guardados en las redes sociales, que sirven a la comunicación, prevalece el interés del usuario, digno de ser protegido", se lee en el texto de la ley que será aprobada en octubre. "Lo que un empleador no puede hacer es pedir amistad virtual a un solicitante de empleo y luego utilizar su condición de amigo para acceder a datos privados y utilizar las informaciones en contra del aspirante", ejemplificó el ministro de Interior alemán, Thomas de Maiziere. Mientras representantes del Gobierno teutón defienden la medida como progresista en el ámbito de la protección de datos, los expertos ad-





Cada vez hay más empresas que utilizan las redes sociales para hacer una selección, ya sea entre sus empleados o entre aquellos que postulan para trabajar en la misma

vierten que su aplicación será complicada. En ese sentido, Maiziere admitió que “podría ser difícil probar” que una respuesta negativa se haya basado en publicaciones en la red social, por no decir imposible. A pesar de ello, subrayó que un solicitante de empleo que pruebe que sea descartado con estos métodos podría demandar a la empresa, aunque falta saber cómo va a demostrarlo. Si bien es verdad que en algunos casos, como el de Kimberly Swann, su jefe redactó una carta explicando los motivos reales de su expulsión, es casi imposible probar que los despidos son motivados por lo dicho en las redes sociales, tal y como opina el abogado Javier Prenafeta, especialista en Tecnologías de la Información, pues la empresa puede alegar cualquier motivo para cesar a sus trabajadores.

Si bien la ya conocida como Ley Facebook surge tras una serie de escándalos relacionados con la privacidad que afectan a conocidas empresas alemanas como la operadora Deutsche Telekom o los supermercados Lidl, “en España también es muy habitual que los responsables de RRHH utilicen las redes sociales como complementación de la selección del personal”, reconoce el director de comunicación de Randstad España, Ignacio Raich. A pesar de ello afirma que la política de Randstad, una empresa encargada de seleccionar cientos de personas cada día,

no establece en sus parámetros de reclutamiento estas prácticas sino que se basan en aspectos más tradicionales, tales como la entrevista personal, el curriculum vitae y las referencias de los antiguos empleadores. A su vez, el director de restauración de Temporing ETT, Francisco Sáez Reche, también opina que las referencias de la antigua empresa son los mejores valores para la selección de personal y, aunque el trabajo de este director de restauración sea la selección de personal, no está de acuerdo con que los responsables de RRHH miren el perfil de los candidatos. “Lo que hagan o escriban en su perfil los candidatos a un trabajo forma parte de su privacidad y en ningún caso puede utilizarse en su contra”, opina Reche. No es del mismo parecer Jan Badosa. Según él, no se puede prohibir a un director de RRHH que mire el perfil de sus trabajadores en las redes sociales, pues es una herramienta más para la selección del personal que se complementa con los ya mencionados procesos de selección tradicionales. Badosa cree que “las redes sociales tienen una política de privacidad total que otorga a los internautas la capacidad de restringir la información y decidir quién puede ver o no sus comentarios e imágenes”. Según él, las redes sociales son una evolu-



ción natural de los avances tecnológicos enfocados a la comunicación social y responden a la necesidad del mundo globalizado en el que vivimos. Es una herramienta que debemos saber utilizar, por lo que “no se puede responsabilizar a los social media de la irresponsabilidad de los propios usuarios”, establece el creador de la empresa digital.

FRONTERAS DESDIBUJADAS

Así pues, es difícil establecer un límite exacto entre lo público y lo privado. La frontera que separa uno de otro es borrosa e inexacta. Si a esta dificultad le añadimos la creciente afición de los usuarios de desnudarse ante la mirada de los internautas y de publicar sin tapujos sus secretos más íntimos “sin tener ni tan siquiera la dignidad de pararse cinco minutos a leer las bases legales de las redes que están utilizando”, tal y como confiesa Badosa, es difícil determinar hasta dónde llega la temeridad de los usuarios y hasta dónde la privacidad de los mismos. Debemos ser consecuentes con todo aquello que colgamos en las redes sociales, si más no, saber dónde estamos publicando nuestra intimidad y, sobre todo, saber quién puede verla. Y si no que se lo digan al que perdió el trabajo por decir que estaba enfermo cuando en realidad estaba de resaca. 📌

