

Tirada: 341.091	ABC EMPRESA	Superficie: 352,00 cm²	Ocupación: 51.29%
Difusión: 234.588			
(O.J.D)	Nacional	Semanal	Valor: 18.122,40
Audiencia: 821.058	Economía		Página: 56
(E.G.M)	2ª Edición	26/10/2008	
Ref: 2219029			1 / 1



Algunas imágenes tan comprometidas como ésta circulan por Internet

ALEXANDRA WINKLER

LA VULNERABILIDAD DE LOS PROFESIONALES EN LA RED

¿Y si aquella foto llegara al departamento de selección?

Privacidad

Con la proliferación de las redes sociales 'online', los 'blogs' y el éxito de Youtube, la información más íntima está al alcance de las empresas

Un seleccionador de personal también puede apoyarse en el buscador Google

Rosario Sepúlveda

Póngase en este supuesto: acaba de postularse para una vacante y el responsable de selección teclea su nombre en el buscador Google porque desea verificar sus datos o añadir información adicional a su currículum. En principio, nada hay en esta práctica que pueda preocuparle. Sin embargo, en esa búsqueda aparece aquel vídeo casero en el que usted bebía alcohol a discreción y que ahora se exhibe en Youtube, y también aquellas fotos que un amigo ha añadido a su *blog* personal y en las que luce un escaso bañador. ¿Acaso hay derecho a esto?, ¿espacios como Youtube o redes sociales como Facebook o MySpace han hecho de Internet un territorio al margen de la ley? Parece que no, para empezar el Parlamento Europeo ha aprobado recientemente una norma sobre el derecho a la intimidad en la Red. Aunque páginas como Facebook están sometidas a las legislaciones

nacionales, hasta ahora no existía claridad sobre la protección de datos en la Unión Europea.

Ofelia Tejerina, abogada de la Asociación de Internautas, hace hincapié en el uso que pueden hacer terceras personas de datos personales. «De hecho, podemos establecer acciones legales contra ellas si, por ejemplo, 'cuelgan' fotos humillantes en Internet. Podemos denunciarlas por injurias», aclara Tejerina, que ocupa el cargo de Defensora del Internauta en la asociación. La abogada alerta sobre la necesidad de educar a los usuarios, por eso advierte: «Si 'subes' información a Internet, pierdes el 60 o el 70% del poder que tienes sobre ella. Cuando estás dispuesto a compartir información, tienes que saber las consecuencias».

También el reputado *blogger* Enrique Dans cree que «el comportamiento de la gente en las redes sociales no está siendo juicioso». En este sentido, el profesor del Instituto

de Empresa diferencia entre el uso que hacen de ellas treintaeros y cuarentaeros, cuyas redes sociales tienen peor calidad, porque «no saben decir que no» y aceptan a gente a la que conocen muy poco, y el modo en que se comportan los usuarios de Tuenti, que tienen entre 14 y veintitantos años. «Ellos replican sus contactos de la calle en Internet y no aceptan a nadie que venga de fuera».

Además, Enrique Dans hace hincapié en los elementos de control de estas redes. «Por ejemplo, las personas que aparecen en una fotografía son avisadas y, si quieren, pueden eliminar la etiqueta de su nombre. Incluso pueden pedir a la propia red la retirada de la imagen en cuestión».

Por otro lado, Dans es un firme defensor del papel de Google en el mundo de los recursos humanos. «Se ha convertido en una red de reclutamiento. Sería el primero en recurrir a ella si tuviera que contratar a alguien», afirma este experto en nuevas tecnologías que asegura que no tendría prevenciones contra un profesional al que ha visto borracho en una instantánea. Además, advierte de que cada uno debe estar al quite de la información que circula sobre él en la Red. «El *ego search* [búsqueda para encontrar datos sobre uno mismo] es muy necesario».