

# Internet, la ventana indiscreta

**EUGENIO MARCHIORI**

PARA LA NACION

“A las palabras se las lleva el viento, mas lo escrito permanece”, dice un proverbio latino. La palabra hablada está viva. Su uso facilita la espontaneidad en la comunicación, ya que carece de la prudencia que el tiempo de reflexión le da a lo escrito. Pero en esa vivacidad residen sus riesgos: a veces nos apresuramos a decir cosas de las que luego nos arrepentimos. Como consuelo, lo hablado nos regala la esperanza de la fugacidad.

A esa fugacidad se refiere el proverbio latino. La palabra hablada será arrastrada a lo lejos por el viento (aunque, por cierto, no sin antes atravesar algunos oídos). La palabra escrita podrá permanecer incluso cuando ya no estemos, de ahí que recurramos a ella cuando deseamos que nuestros pensamientos perduren.

Cuando un joven, en medio de la

alegría desenfadada de una fiesta, *tweetea* o envía por Facebook su foto, acción sencillamente realizada con el mismo *smartphone*, lo hace con la única intención de compartir “en tiempo real” las sensaciones del instante. No es consciente de que esa imagen permanecerá grabada en el espacio virtual, quizá dañando su reputación indefinidamente. Tampoco imagina las dificultades que deberá enfrentar si pretendiera hacerla desaparecer, ni sospecha que algún extraño podría juzgarlo en el futuro.

Las redes sociales sintetizan la espontaneidad de lo hablado y la tenacidad de lo escrito, pero con alcance global. Además, ante un eventual descuido, no ofrecen la esperanza del viento reparador, sino que todo queda firmemente grabado y disponible para cualquiera en la Web.

A estos errores de percepción apunta una encuesta de la consultora Reppler, que encontró que 7 de cada

10 empleadores rechaza candidatos basándose en información obtenida en las redes sociales. Según la encuesta, el 91% de los empleadores usa las redes sociales para obtener información personal de sus candidatos y un 69% reconoce haber rechazado candidatos basándose en esa información. La red social más consultada fue Facebook (76% de los empleadores), seguida por Twitter (53%) y LinkedIn (48%). Los datos coinciden con otro estudio realizado por Cross-tab, que indica que 70% de los reclutadores rechazó candidatos por información obtenida en Internet.

Esta brecha entre la aplicación que les dan las empresas y la errada percepción de sus usuarios incentiva el uso de las redes sociales para recabar información sobre los empleados. Pero no todo son malas noticias para los usuarios: la misma encuesta de Reppler muestra que un 68% de los reclutadores empleó las redes sociales

para contratar candidatos.

En resumen, más allá de la edad, género o grupo social, la misma naturaleza de las redes sociales hace difícil tener presente la reputación cuando se interactúa en “tiempo real”. La comunicación *online* tiene la vivacidad y espontaneidad de la palabra hablada y, por ende, también sus riesgos. Pero, a diferencia del viento, la “nube de la Web” conserva persistentemente la información allí vertida, privándonos de la esperanza de la fugacidad.

Es de esperar que a medida que estos riesgos a la privacidad se difunden los usuarios adopten nuevas conductas. Mientras tanto, sería saludable que los reclutadores obtengan información sobre los candidatos en la Web con la misma prudencia y respeto que muestran al enfrentarse con ella o él personalmente.

El autor es profesor de IAE Business School