Controlar el pasado

La información personal publicada en las redes sociales puede acabar poniendo al usuario en un aprieto. Pero ¿es posible controlarla? Por **Ana Fernández Parrilla.** Ilustración de **Labaribaruska.**

A Ernesto Alonso, un comentario en Facebook casi le deja sin cena de Nochebuena. Su madre, al otro lado del teléfono, fue clara: los parientes que ese año ejercían de anfitriones estaban muy disgustados con lo que había posteado sobre Mariano Rajoy. Hace tiempo que dejó de ser persona *non grata,* pero Alonso, que no tenía a sus tíos entre sus "amigos" de Facebook, aún se pregunta cómo se enteraron.

Consecuencias mucho peores esperan a los protagonistas del cortometraje *Fiesta.* Las mentiras que han contado a jefes, familiares y parejas se desmontan cuando, durante el jolgorio, uno de los presentes etiqueta al resto en unas imágenes comprometedoras. Desde aquello, para evitar tentaciones, cada vez que se reúnen guardan sus móviles dentro de un calcetín gigante. "Está basado en hechos reales, pero nunca ha existido la fiesta del calcetín como tal", aclara Roger Casas-Alatriste, productor de contenidos para redes sociales. "Sabíamos que en Berlín algunos bares prohibían el uso del móvil, y la idea del calcetín nos pareció una forma amable y divertida de concienciar a la gente de la importancia de la privacidad en el entorno 2.0".

Es natural (y sano) confiar en la discreción del círculo de amistades. Sin embargo, los amigos de sus amigos no tienen por qué ser sus amigos, y en España, donde el 91% de los internautas dispone de una o más cuentas activas en las redes sociales (según la investigadora de mercados Ipsos), las fronteras que acotan ese círculo son difusas. "La gente no es consciente de las consecuencias de lo que publica y del alcance de esa información. Es lógico que no nos comportemos igual tomando un *gin-tonic* que reunidos con un cliente. El problema es que la tecnología hace que imágenes de las tres de la madrugada sean visibles al día siguiente", dice Guillermo Vilarroig, cofundador de Overalia, empresa española dedicada a velar por la reputación *online* de sus clientes.

Aunque se quejan de lo complicado que les resulta gestionar la privacidad, Facebook sigue siendo la red con más usuarios. Según un estudio realizado por el Instituto de Innovación Digital de las Profesiones, el 55% de las empresas contrasta en esta red la información dada por los candidatos. Óscar del Santo, autor del libro *Reputación online para tod@s,* insiste en que será habitual: "Sobre todo si la empresa que contrata tiene un componente *online* importante; por ejemplo, una tienda electrónica. En los países anglosajones, lo primero que quieren ver no es el currículo, sino la huella digital".

Es muy difícil escapar del pasado cuando cada foto, estatus y tuit viven para siempre en la nube. En un sondeo publicado en 2011 en *The New York Times,* tres de cada cuatro europeos afirmaron querer tener la posibilidad de borrar sus datos personales de la Red en cualquier momento, mientras que el 90% esperaba que se diera luz verde a la ley de derecho al olvido. Si el Tribunal de Justicia de la Unión Europea la aprueba, Google y Facebook no serían los únicos que podrían verse obligados a retirar millones de datos. "Lo que se está debatiendo es: ¿qué prevalece: el derecho a la libertad de expresión y a la información o el derecho al honor?", dice Pedro Merry, abogado del bufete CMS Albiñana y Suárez de Lezo. Javier Celaya, codirector del Máster de Comunicación Corporativa e Institucional 2.0 de la Universidad de Alcalá, está a favor de que exista algún tipo de limitación a lo que estos gigantes de Internet pueden almacenar o mostrar. "Quienes se oponen a la ley de derecho al olvido buscan un negocio basado en agregar el máximo número de datos personales para revenderlos con fines comerciales. Están luchando ferozmente en Bruselas porque saben que entre los usuarios reina la *ley del vago* –"qué pereza entrar a la configuración y cambiarla"– y que si dejan los perfiles cerrados por defecto, habrá poca gente que los abra. Nos adentramos en una nueva era digital". ●

Cómo no conseguir un puesto de trabajo

"He tenido candidatos que, al pedirles el título, reconocieron no haber acabado la carrera, o que decían haber ocupado puestos de mayor relevancia. Si eso es sobre el papel, figúrate en una red social, donde puedes inventarte toda una vida", dice el cazatalentos Álvaro Garrido. En efecto, según un estudio elaborado por Reppler (un servicio gratuito que ayuda a sus usuarios a detectar el contenido potencialmente negativo), mentir sobre las cualificaciones es el principal motivo para apartar a un candidato del proceso de selección, seguido de las fotos, los comentarios inapropiados y las críticas al anterior jefe. Otras de las razones mencionadas fueron las declaraciones racistas o que el aspirante mostrara pocas dotes para la comunicación y que consumía drogas o abusaba del alcohol (ojo: por encima, inclusive, de que hubiera compartido información confidencial).