

REPORTAJE: vida&artes

Los arrepentidos de Facebook

http://www.elpais.com/articulo/sociedad/arrepentidos/Facebook/elpepisoc/20091111/elpepisoc_1/Tes

Las redes sociales se han convertido en peligrosas fuentes de información para despidos, fichajes o ascensos - La línea entre lo privado y lo público es imposible en la Red - Y empiezan las bajas

DAVID ALANDETE 11/11/2009

¿Comunicación social del futuro o forma de control permanente? ¿Medio de expresión libre o instrumento para coartar la libertad personal? ¿Espacio estrictamente personal o portal de imagen pública? En el imperio de las redes sociales en Internet quedan todavía muchas fronteras borrosas, fuente de graves problemas para los internautas. Con los beneficios de sitios como Facebook, MySpace, Twitter o Tuenti han llegado los efectos adversos: despidos, acosos, traspies y demás problemas en unas redes que, a veces, pueden llegar a convertirse en enredos de pesadilla.

La noticia en otros webs

- [webs en español](#)
- [en otros idiomas](#)

Facebook dispone de 300 millones de perfiles; la mitad se conecta a diario

Un teniente 'gay' borró a sus amigos al alistarse en el Ejército de EE UU

"Es imposible estar en esta red, ser 'gay' y ocultárselo a los demás soldados"

Un aspirante a juez perdió el puesto por datos logrados por su oponente

Al principio existía MySpace, que popularizó el uso de la página personal. Después de su comercialización, en 2003, cualquiera podía disponer de un foro *online* en el que dar rienda suelta a su vanidad y mezclar fotos, música e ideas. Todo aquello lo asumió y lo popularizó Facebook, que además unió la famosa línea de "¿Qué estás pensando?", que se convirtió en el centro del universo para Twitter.

Twitter, por su parte, se ha convertido en algo ubicuo, una red en la que expresarse con límite de 140 caracteres y que ha dado lugar al verbo *twittear*. Desde la pasada semana, además, opera en español. Hoy en día todos *twittean*, desde la presidenta madrileña, Esperanza Aguirre, al papa Benedicto XVI o la estrella televisiva Oprah Winfrey.

España dispone de su propia red. Se trata de Tuenti, creada en 2006 y a la que se accede exclusivamente por invitación. Según su director de comunicación, Ícaro Moyano "cuenta con 6,8 millones de usuarios y es la página con más tráfico de España seguida por Google".

El líder mundial en su terreno es Facebook. Dispone de 300 millones de perfiles, casi un 5% de la población mundial. La mitad se conecta a esa red a diario. El usuario medio tiene una lista de 130 amigos. Ese grado de interconexión y omnisciencia la ha hecho inmensamente popular.

Según BJ Fogg, director del Laboratorio de Tecnologías de la Persuasión de la Universidad de Stanford (California), identificado como uno de los gurús tecnológicos del momento por la revista *Forbes*, todo eso se debe a que es "la tecnología más persuasiva que ha existido". Según este psicólogo, los creadores de ese portal lograron una de las armas de convencimiento e incitación más perfectas del mundo *online*. "Facebook persuade porque te notifica qué novedades te aguardan si te conectas. Te dice que tienes un mensaje, que han etiquetado una foto con tu nombre, que te han invitado a un evento. Entonces quieres verlo, quieres experimentarlo. Y te conectas. A otro nivel distinto, tus amigos en Facebook crean una red de centenares de personas que está presente en Facebook, de la que eres parte, en la que te sientes integrado", explica.

A veces, sin embargo, puede ser un arma peligrosa. Para Curtis Smith, teniente en el cuerpo de Marines de EE UU, ha sido una fuente de preocupaciones y ansiedad creciente. Cuando se alistó, en 2008, borró a casi todos sus amigos de Facebook. Iba a conocer a muchos soldados, llegados de todos los rincones del país. Sabría casi todo de ellos, y ellos sabrían casi todo de él.

Como todo joven de 24 años, el teniente Smith, que ha preferido usar un pseudónimo, había tenido hasta entonces una ajetreada vida en Facebook. Exhibía fotos, vídeos e ideas. Había mucha información en su perfil. Demasiada, pues quedaba claro que era *gay*. Y en el ejército de EE UU impera una ley que prohíbe a los homosexuales reconocer que lo son cuando prestan servicio en las fuerzas armadas, bajo riesgo de expulsión.

Smith decidió prescindir de sus amigos de Facebook. Uno a uno, los fue borrando a todos. "A los que me importaban, a mis amigos de verdad, se lo dije. A los conocidos, simplemente los eliminé sin más", explica. "Era necesario. Es casi imposible estar en Facebook, ser *gay* y ocultárselo a los demás soldados. Ellos están también en la red. Te añaden. Y te preguntan por qué no les aceptas. Puede llegar a ser una pesadilla".

Las redes sociales suelen cumplir una buena función. Según el psicólogo clínico Michael Fenichel, las aplicaciones como Facebook "ofrecen muchas cosas valiosas en un solo paquete, por eso mucha gente acaba confiando en ellas como su *hogar* para toda la actividad *online* que no esté relacionada con el trabajo". "Facebook puede satisfacer necesidades muy variadas. Proporciona la demostración de que uno es popular con listas de amigos

largas. Permite recobrar el contacto con amigos", añade. "Individualmente, puede hacer cosas maravillosas, como permitir a un parapléjico que debe permanecer en casa hacer amigos y conocidos con otros que comparten el mismo tipo de discapacidades, o que ni siquiera imaginan que él pueda tener una discapacidad. Puede ser muy liberador".

Tanto, que uno puede escapar del lugar de trabajo en un solo clic, para comentar unas fotos del viaje de verano o para cultivar una granja *online* en aplicaciones lúdicas. De hecho, el uso de redes sociales en el trabajo se ha convertido en un dolor de cabeza para las empresas. Una encuesta reciente de la consultora Nucleus Research reveló que, cuando una empresa no prohíbe el acceso de sus ordenadores a Facebook, acaba perdiendo un 1,5% en productividad laboral de sus empleados.

En este mismo estudio, en el que se entrevistó a 237 empleados, se descubrió que un 77% de ellos tenía cuenta en Facebook, y que cada uno se pasaba, de media, unos 15 minutos diarios de horas de trabajo conectado a ese portal. Con un panorama semejante, no es de extrañar que, a día de hoy, un 54% de las empresas estadounidenses haya prohibido el acceso a las redes sociales a través de sus servidores, según una investigación de la consultora Robert Half Technology, que analizó unas 1.400 compañías.

Para aquellos a los que se les permite navegar por redes sociales, existe un riesgo, muy real, de ser despedido. No sólo por conectarse simplemente a Facebook o MySpace, sino también por colgar en la Red información sensible o comprometida. La consultora Proofpoint acometió un análisis sobre la filtración de información corporativa confidencial a través de redes sociales en 75 empresas de más de 1.000 empleados. Un 8% de ellas despidió, por lo menos, a uno de esos empleados por difusión de datos privados a través de esos sitios *web*.

En EE UU ha habido casos llamativos, bruscos finales de carreras brillantes a causa de enredos antológicos en una red social. Y si no, que se lo pregunten al jurista Jonathan MacArthur, que en 2007 perdió su puesto como juez sustituto en los Tribunales de Justicia del Norte de Las Vegas (Nevada) por la información publicada en su página personal de MySpace. En ese sitio *web*, MacArthur destacaba uno de sus intereses personales: "Romperme el pie estampándoselo a los fiscales en el culo... y mejorar mi capacidad de romperme el pie estampándoselo a los fiscales en el culo".

No hay evidencias ni acusaciones de que MacArthur haya agredido, jamás, a un fiscal. Su comentario, hecho en una página personal, suena a broma. Si se le pregunta, lo confirma: "Era, obviamente, un comentario jocoso". Este experto abogado criminalista, con un currículum impecable, había anunciado que se presentaría a las elecciones para juez en 2008. El campo de su probable oponente comenzó a investigar en su pasado. Otros compañeros de profesión le comentaron que corrían por la Red correos electrónicos con sus comentarios en una página de MySpace. Finalmente, el fiscal del distrito David Roger presentó en el juzgado aquel fragmento de la página personal de MacArthur, junto con otras muestras de su perfil de MySpace.

"Roger, envió un correo electrónico al tribunal explicando que si yo volvía a trabajar como juez sustituto, presentaría mociones para recusarme en todos los casos, y presentaría una demanda ética en mi contra", explica MacArthur, que sigue trabajando en Las Vegas como abogado, después de perder unas elecciones a juez hace un año. "Todo fue una sandez sin fundamento, pero suficiente para convencer al juez titular de que utilizarme como juez sustituto era un riesgo para su imagen innecesario".

MacArthur destaca lo obvio. Que el comentario lo había hecho desde el punto de vista de su anterior ocupación, como abogado defensor. Que se había sacado de contexto. Y que, además, las duras limitaciones de imagen pública que se aplican a los jueces titulares no sirven para los jueces sustitutos. "El 10 de agosto de 2007 se me informó de que no volvería a prestar servicio como juez sustituto. Nadie de la administración de justicia me pidió una explicación o el acceso a mi página completa de MySpace".

Aquel ascenso frustrado es una prueba de que los oponentes -en el trabajo, en unas elecciones, en la política- pueden buscar y buscarán en las redes sociales información dañina que usar a su antojo. "De momento no creo que regrese a la política. Todo aquel proceso me costó un alto precio", añade MacArthur.

Es normal que, para analizar el rendimiento laboral y las capacidades de los trabajadores, los jefes y responsables utilicen no ya buscadores como Google, sino también las nuevas redes sociales. Según un reciente estudio de la página web de información laboral CareerBuilder, participada, en parte, por Microsoft, un 29% de los empleadores usa Facebook para comprobar si un candidato a un puesto de trabajo es el adecuado o no. Un 21% prefiere MySpace y un 26%, la red profesional LinkedIn.

Llaman la atención las razones de las empresas para no contratar a candidatos, todo un manual de qué no hacer en Internet: "El candidato colgó fotos o información provocativas o inapropiadas en un 53% de los casos... El candidato colgó contenido en el que refería beber alcohol o tomar drogas en un 44% de los casos... El candidato hizo comentarios discriminatorios en un 26% de los casos... El candidato mintió sobre sus cualificaciones en un 24% de los casos".

Parecen cuestiones de sentido común, pero en Facebook o MySpace el límite entre lo estrictamente privado y personal y la imagen pública es extremadamente borroso. ¿Quién no tiene a un compañero de trabajo o a algún jefe en la lista de amigos de Facebook? ¿A quién no le han etiquetado en una imagen con una copa en la mano? ¿Quién controla a la perfección los ajustes de seguridad para evitar que información privada esté al alcance de cualquiera?

Hay gente a la que esa interconexión le supone más un problema que un activo. Eugene Jones, trabajador del sector inmobiliario de Washington, de 28 años, no tiene Facebook, ni Twitter, ni MySpace. Cree que no le aportan nada a su trabajo y confía en una forma de comunicación más directa y sencilla.

"Cuando tengo algo que decir, lo digo en persona o a través del teléfono o el correo electrónico".

Parece algo lógico. Generaciones enteras han vivido de ese modo. Pero hoy en día, en EE UU, es una tarea muy ardua encontrar a un solo joven de 15 a 30 años que no tenga Facebook. Cualquiera tiene una cuenta, aunque sea sólo testimonial. También están los actualizadores compulsivos, los que cuelgan fotos, cultivan granjas virtuales, difunden los vídeos que más les gustan y lanzan ovejas, zombies, corazones y bolsos de marca a sus amigos. Jones lo confirma: "Cuando la gente me dice que me va a añadir en Facebook y yo respondo que no tengo perfil, me miran como si estuviera loco, de verdad".

Según el doctor Fogg, de la Universidad de Stanford, la actitud de Jones es anacrónica. "No conozco a nadie que se haya dado de baja en Facebook. Esa actitud sería semejante a decidir abandonar la sociedad y vivir aislado en el desierto. Hay y ha habido, de siempre, gente que prefiere ese estilo de vida. Pero yo no lo veo como algo natural. Lo interpreto como una declaración de principios, como una voluntad de no estar conectado a una amplia red social".

El teniente Smith, de hecho, ha decidido regresar a Facebook. Va a dejar el cuerpo de Marines el próximo año. "Por divergencias entre cómo veo yo la vida y qué representan los marines", explica. De momento, ha añadido a algunos amigos. "A los de hace tiempo los tengo en un perfil limitado según el cual no pueden escribir mensajes en mi pizarra ni pueden etiquetar fotos con mi nombre. Es una medida preventiva hasta que logre la baja definitiva del ejército".

Hasta entonces, Smith seguirá sin estar plenamente en Facebook. Y eso le seguirá acarreado problemas con sus amigos, que pensarán que está limitando su libertad de expresión. Puede que las redes sociales llegaran hace poco más de cinco años, pero en el cambio de década son el campo en el que se juega la comunicación del futuro. Y para la inmensa mayoría no hay vuelta atrás.