

## RRHH 2.0



**Eugenio de Andrés**  
Socio Director de Tatum  
eandres@tatum.es  
www.tatum.es  
<http://es.linkedin.com/in/eugenio-deandres>  
Blogs: [www.aprenderdeldeporte.com/](http://www.aprenderdeldeporte.com/)  
[rrhhypersonas.blogspot.com/](http://rrhhypersonas.blogspot.com/)  
[www.blog-toptenhrs.com](http://www.blog-toptenhrs.com)  
Twitter: @rrhhypersonas

### ÉTICA 2.0: ¿QUÉ ES CORRECTO Y QUE NO LO ES?

A finales de agosto una sorprendente noticia saltó a la prensa: “Alemania prohíbe a los jefes buscar datos de sus empleados en Facebook. La canciller promulga una ley que impide a las empresas usar información personal disponible en redes sociales para sus procesos de selección”.

En el otro extremo, muchos equipos de Fútbol Americano (los Packers o los Lions), para preparar el draft del año pasado, crearon perfiles falsos de Facebook utilizando personalidades de chicas atractivas para hacerse amigas de las estrellas más prometedoras. Su objetivo: conocer la conducta personal de los jugadores en cuanto a drogas, alcohol, etc. Estos clubs pagan millones de dólares a chavales que no han terminado la universidad.

En la era de la transparencia abierta por las redes sociales, donde la cultura 2.0 exige a las organizaciones puertas de cristal con sus decisiones, ¿los profesionales deberíamos corresponder en la misma medida o tiene sentido la prohibición alemana? Engañar no es ético, pero aprovechar los descuidos en la privacidad de las redes sociales para conocer a los profesionales que vas a contratar lo es? ¿Y consultar la información personal pública? ¿Y tratar de conocer los hábitos de nuestro posible jefe? ¿Cómo lo veis? ¿Dónde os posicionáis? Abordé este asunto en mi blog y ha generado un debate muy interesante e intenso<sup>1</sup>, por eso quiero dar las gracias a todos los que han participado en él con sus reflexiones: José Luís del Campo Villares, Vero Chavez, Juan Martínez de Salinas, Ida Vega, José Miguel Bolivar, Pedro Rojas, Alberto Blanco, Jaime Cros, Uxío Malvido, Astrid Moix, Fernando Rivero, Judith Francisco Alcaide, Cecilia Denis, Nacho Muñoz y Amalio A. Rey.

El mundo 2.0 es como el antiguo Oeste, un nuevo territorio, con nuevas reglas, valores y, aunque la tecnología y las herramientas tienen un papel relevante, los protagonistas son las personas. Como bien apuntan Juan Martínez y Amalio A.

Rey, las personas somos muy nuestras a la hora de hablar de ética, porque hay acciones que si las realizan otros nos parecen incorrectas, pero si somos nosotros quien las ejecutamos, siempre tenemos argumentos para justificarnos.

En esta línea, uno de los principales temas de debate ha sido la transparencia. Un valor intrínseco a la filosofía 2.0, que exigimos a las organizaciones pero con el que no estamos tan dispuestos a corresponder. He observado que la experiencia y la madurez en el uso, pero sobre todo en la comprensión del mundo 2.0, provoca diferentes posturas. Los más experimentados tienen claro que en este territorio la extimidad (opuesto de la intimidad), como planteaba Nacho Muñoz, es un pilar fundamental, ya que las personas cuelgan en las redes sociales, de forma voluntaria, información personal y profesional para que otros puedan verla. Este hecho difumina el concepto de privacidad y del ámbito de la protección de datos ya que, como dicen Bolivar, Blanco o Rojas, es nuestra responsabilidad lo que hacemos público. Si hay algo que no queremos que se sepa, no lo gritemos en mitad de una plaza abarrotada de gente.

Creo que intentar cambiar la esencia del mundo 2.0 a golpe de legislación es antinatural, hay que comprender y aceptar en toda su globalidad las nuevas reglas, pero también creo que definir una norma es inviable ya que al final se crean ordenanzas artificiales de imposible cumplimiento. ¿Qué tendrían que hacer los profesionales de RR.HH.? ¿Navegar tapándose los ojos o se les va a prohibir el acceso a las redes sociales? El intervencionismo está obsoleto y es anti 2.0. La nueva generación de Internet rompe un paradigma, difícil de digerir por muchos, y obliga a pasar del control a la gestión. No se puede prohibir, se debe instruir. Las prohibiciones son los atajos fáciles de los políticos para no invertir en el verdadero reto que es la educación, el cambio de comportamientos e incorporación de nuevos valores.

Malvido incorpora una reflexión muy interesante que sirve de colofón, plantea que el acceso a la información de las personas no es en sí mismo ni bueno ni malo, sino que depende del uso que se haga. Y tiene razón. La televisión no es ni mala ni buena, yo puedo elegir ver un documental o un programa en el que cuatro descerebrados se insultan a gritos. De mí depende. La información de las redes sociales puede enriquecer los procesos de selección siempre y cuando se obtenga sin engaños y se use con ecuanimidad, no como los clubs de fútbol americano. Pero, como añade Uxio, estos datos no pueden sustituir ni empañar a los modelos de gestión del desempeño o de dirección por objetivos, y desde luego no deben convertirse en el “Salvame Diario” de los departamentos de RR.HH. ■

<sup>1</sup> Debate completo en <http://rrhhypersonas.blogspot.com/2010/09/etica-2-0.html>