



Ana Marzo Portera
Marzo & Abogados

Marzo & Abogados
OFICINA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Software social en el entorno empresarial, ¿qué hay que tener en cuenta?

¿Qué es el software social?, una pregunta muy habitual con múltiples respuestas según el escenario desde el cual se responda. Pero en el marco empresarial el software social está siendo cada vez más utilizado y más implementado en herramientas de trabajo, fundamentalmente cuando la empresa es grande y se encuentra en un grupo en ocasiones multinacional.

El software social empresarial es una de las variantes del software social y, con él, se amplían las posibilidades de conexión y comunicación entre los empleados de una empresa o de un grupo de empresas, comunicación que no se limita a los sistemas de mensajería sino que abarca foros, chats, grupos de trabajo, gestores documentales, sistemas de videoconferencia y muchos otros servicios.

Además, las empresas pueden utilizar el software social para gestionar sus departamentos, como sería el caso del software social profesional para la selección de personal o favorecer las relaciones institucionales de la empresa. En este ámbito la apertura de una página oficial en redes como LinkedIn o Facebook suponen las alternativas más frecuentes.

Qué se pretende con ello. Nada más lejos de lo habitual en el mundo de la empresa: conseguir la interacción de grupos de empleados unidos por criterios empresariales comunes como pertenecer a la misma empresa o grupo de empresas, compartir proyectos, organizar y compartir contenidos, gestionar personas. ¿Entonces, cuál es la novedad? Sencillamente explotar esas funcionalidades del software que tan buenos resultados ha dado en las relaciones sociales personales a través de las redes como Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube, MySpace, WhatsApp y otras tantas, y que han sabido “enganchar” a los usuarios por esa facilidad de uso, inmediatez, conectividad y accesibilidad.

Así, los empleados, ya fieles y enganchados a las redes sociales, serán buenos candidatos a utilizar estas mismas redes para el desarrollo de su actividad empresarial.

Pero ¿realmente las empresas emplean estas herramientas con las debidas medidas legales para la protección de los de-

rechos de los empleados? Esta cuestión seguramente no está tan clara.

El software social está al alcance de cualquier empresa que quiera integrarlo en su actividad y con su implantación se rompe el límite de la intimidad del trabajador en el marco de las relaciones laborales. Con el uso de estas herramientas, tanto la empresa como el resto de trabajadores acceden a un perfil de cada usuario más allá de quién es, qué puesto ocupa, qué trabajo desarrolla, cómo localizarlo. Con el software social integrado en los procesos empresariales, el empleador llega a conocer con quién se comunica, cuántos y quiénes son sus contactos, qué gustos tiene, cómo y dónde está etiquetado, en qué grupos está y todo un sinfín de informaciones que pueden llegar a conformar del empleado, un perfil público entre sus compañeros y un perfil privado para sus superiores, hasta ahora desconocido.

La Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) lo tiene muy claro. En un informe basado en el Dictamen 8/2001 del Grupo de Protección de Datos del Artículo 29 de la Directiva 95/43/CE, ya manifestó que, en cuanto a la legitimación del tratamiento, “por lo que respecta al “Consentimiento”, si un empresario debe tratar datos personales como consecuencia inevitable y necesaria de la relación laboral, no debería legitimar este tratamiento a través del consentimiento. Pero, por el contrario, el recurso al consentimiento deberá limitarse a los casos en los que el trabajador pueda expresarse de forma totalmente libre y tenga la posibilidad de rectificar posteriormente sin verse perjudicado por ello”.

En definitiva, según la AEPD, “*el consentimiento no debe constituir un fundamento jurídico válido para el tratamiento de datos de carácter personal cuando exista un desequilibrio claro entre el interesado y el responsable del tratamiento. Así sucede especialmente*



cuando el primero se encuentra en una situación de dependencia respecto del segundo, por ejemplo, cuando los datos personales de los trabajadores son tratados por el empresario en el contexto laboral.(...)"

De este modo, en cuanto que el consentimiento no vendría a legitimar una cesión de datos de los trabajadores en una red social, habría que examinar si, en cada caso, dicha comunicación forma parte del contrato de trabajo (por ser precisamente el objeto de dicho contrato como ocurriría, por ejemplo, en el supuesto del trabajador contratado para ser la imagen de la empresa), así como si se ajusta a los principios de protección de datos y en particular al de proporcionalidad, para determinar si la misma es conforme a la Ley Orgánica 15/1999, de protección de datos de carácter personal (LOPD). Así que, según la AEPD, la difusión de datos personales en una red social que no se ajuste a los principios señalados en la LOPD dará lugar a una infracción de la misma imputable en cada caso al responsable del tratamiento contrario a ella.

Con ello es preciso destacar que con el uso del software social las empresas deben tener un especial cuidado a la hora de establecer las políticas de configuración, registro y uso de cara a planificar cuáles serán los textos legales que tendrán que propor-

cionar tanto a los usuarios, los empleados, los permisos a obtener de éstos, y cuáles serán los textos legales a publicar en las propias herramientas. Esto es porque, en materia de protección de datos, no todo cabe en el marco del poder de dirección del empresario contemplado en el Estatuto de los Trabajadores.

Debe igualmente recordarse en materia de responsabilidad que, además de la protección otorgada por la LOPD, la publicación de vídeos o fotografías de terceros sin su consentimiento puede infringir su derecho al honor, a la intimidad o a la propia imagen, derechos cuya protección se rige por lo dispuesto en la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen.

No hay que olvidar además que, toda la información que se acumula en las herramientas sociales utilizadas en el desarrollo de las actividades laborales, está amparada por el ejercicio de los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición que puede ejercer el trabajador y, en estos casos, a mayor información acumulada de un trabajador y mayor diversidad de herramientas, más se complican los procedimientos para atender estos derechos.

En conclusión, herramientas sociales en la empresa, sí, pero con regulación.