

PODER DE DIRECCIÓN Y PERFILES EN LAS REDES SOCIALES: EN BUSCA DEL EQUILIBRIO DE LA BALANZA

Eva María Blázquez Agudo, Catedrática de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social en la UC3M y Socia de ASNALA.

Enrique Pedrero Blázquez, Graduado en Derecho, estudiante del Máster Universitario en Acceso a la Abogacía y a la Procura y del Título Propio de Especialización en Relaciones Laborales en la UAM y Socio de ASNALA.

Introducción

Cada vez es más habitual que las personas en el uso de las aplicaciones de comunicación, aquellas centradas en la publicación de imágenes y textos, muestren lo privado al exterior, provocando que haya pocas imágenes o noticias personales que sean de carácter realmente íntimo.

Trasladando esta situación al ámbito de las relaciones laborales, estos perfiles son consultados por las empresas con el objeto de obtener información sobre las personas trabajadoras o, incluso, antes de que lo sean, para tomar decisiones en los procesos selectivos. Así, pueden obtener información sobre su personalidad, sus gustos, su ideología, entre otros aspectos, y a través de ellos la empresa podrá decidir sobre la contratación, promoción y rescisión de los contratos, así como, en general, sobre otras formas de expresión de su poder de dirección.

En este post se tratará de poner en evidencia las conductas sancionables en este ámbito por la empresa, especialmente a través del despido, para luego concluir con la necesidad de privatizar las redes sociales como forma de evitar la injerencia de la empresa en el plano personal de las personas trabajadoras.

Conductas sancionables en el ámbito de las redes sociales

La tipología de los comportamientos reprobables de las personas trabajadoras en las redes sociales es diversa. No hay un tipo concreto de conducta que constituya una infracción, sino que puede presentarse en forma de difamación contra superiores o compañeros, de comentarios discriminatorios (por ejemplo, de contenido racista u homófobo) o de imágenes ridiculizantes, entre otras.

A su vez, un acto indebido se puede manifestar de diferentes formas dentro de un mismo supuesto, ya que no solo serán objeto de sanción las imágenes o textos publicados, sino que un “*me gusta*” o un “*compartir*” es susceptible de ser considerado igualmente como conducta sancionable.

En otro orden de cosas, se puede distinguir dentro de las redes sociales orientadas a la comunicación, aquellas calificadas como horizontales (por ejemplo, Facebook), que pretenden la creación de comunidades y conexiones por afinidades, las cuales en su concepción no están dirigidas a fines profesionales; y las consideradas mixtas (por ejemplo, Twitter, ahora X), que fusionan el uso personal de personas usuarias que actúan desde el anonimato y el uso profesional de personas públicas y notorias.

Esta diferenciación es trascendental en el ámbito de las relaciones laborales en cuanto a la tipología de conductas frecuentemente sancionables. Mientras que en Facebook estas suelen manifestarse como comentarios o vídeos ofensivos dirigidos contra personas propias del ámbito de la propia empresa; en el caso de X tienden a ser acciones que dañan la imagen empresarial, es decir, afectan directamente a su credibilidad externa.

La sanción ejemplificadora: la elección del despido

Sin importar cuál sea la conducta que llevó a la necesidad de sancionar a la persona trabajadora, a menudo se opta por el despido. Pese a que seguramente en otro contexto la misma acción conllevaría consecuencias menos perniciosas, en el ámbito de las redes sociales el daño que un comentario difamatorio o discriminatorio produce interna y externamente a la empresa, lleva a que esta se decante por la extinción de la relación laboral, en cierto modo, como acto simbólico frente a terceros. De hecho, en ocasiones, la empresa se ve obligada a publicar un comunicado disculpándose por lo sucedido y reiterando su postura frente a los colectivos afectados.

Dicho en otras palabras, la empresa elige la sanción máxima, por una parte, porque le interesa mantener una imagen externa impoluta que demuestre a sus clientes presentes o potenciales que no apoya el mensaje difundido; y, por otra, porque ante una situación de esta magnitud, se pretende disuadir al resto de las personas trabajadoras de repetir una conducta de estas características.

Ejemplos del reconocimiento del despido se encuentran en diversas sentencias: cuando la persona trabajadora publicó comentarios difamatorios graves contra directivos de la empresa [STSJ de Andalucía de 8 de junio de 2017 (Recurso 2273/2016)]; cuando escribió comentarios ofensivos en su perfil contra la empresa, por conceder a otra persona trabajadora un día de permiso tras el fallecimiento de un compañero [STSJ de Extremadura de 23 de marzo de 2017 (Recurso 66/2017)]; cuando una persona trabajadora criticó las elevadas retribuciones que percibían los directivos, calificándolos como “mafiosos” e instando a que se investigaran las contrataciones realizadas [STSJ Cataluña de 3 de marzo de 2016 (Recurso 191/2016)] o cuando un piloto que tras ser degradado de puesto de trabajo como represalia por avisar a los pasajeros de una avería en el avión, decide publicar comentarios difamatorios frente a la compañía en diferentes páginas web [STSJ Madrid de 16 de diciembre de 2013 (Recurso 1231/2013)].

O incluso, con el mismo resultado, se sancionan comentarios que ni siquiera tienen relación directa con la actividad de la empresa, pero que sí pueden tener consecuencias negativas para esta, valorando especialmente la repercusión y el engagement del causante de estos daños, pues, una publicación con 10 visualizaciones no provoca las mismas repercusiones que otra publicada en una cuenta con 100 mil seguidores. En España, son notorios los casos de uno de los principales directivos de la Marca España, que fue despedido tras publicar un tuit que profería un insulto hacia la población de una Comunidad Autónoma y de otro de New Media del Real Madrid, cuyo contrato extinguieron a raíz de la publicación de tuits donde incitaba al exterminio de los sindicalistas y abogaba por una tercera guerra mundial.

Sin embargo, estos comportamientos no son únicos de personas con un puesto o reputación de cierto estatus, sino que afecta igualmente a personas trabajadoras prácticamente anónimas como aquella que fue despedida precedentemente por su empresa, debido a las burlas que profirió en su cuenta de Facebook en relación a la guerra en Siria [SJSocial Palma de Mallorca, de 28 de febrero de 2018 (Recurso 531/2017)].

Asimismo, abundan los procedimientos de despido por motivo de burlas, humillaciones o comentarios hacia otros compañeros de trabajo o relativos a ellos. De esta manera, se estimaron como procedentes sendos despidos de una persona trabajadora que publicó en su perfil de Facebook comentarios fuera de lugar y de índole sexual referidos a una compañera de trabajo [STSJ Andalucía 23 de marzo de 2017 (Recurso 1309/2016)] y de otra que publicó en la misma red un vídeo recopilatorio de caídas de sus compañeros de trabajo [STSJ Castilla y León de 30 de abril de 2014 (Recurso 491/2014)].

La privatización de las redes sociales frente al poder de dirección

Como apunta la STC 27/2020 de 24 de febrero, *“aceptando que la aparición de las redes sociales ha cambiado el modo en el que las personas se socializan, hemos de advertir, sin embargo –por obvio que ello resulte– que los usuarios continúan siendo titulares de derechos fundamentales y que su contenido continúa siendo el mismo que en la era analógica”*.

En este contexto, es crucial delimitar la esfera privada o personal de la persona trabajadora de su faceta profesional, de modo que se garantice el respeto a su derecho a la intimidad por parte de la empresa respecto a la primera.

La empresa no podrá sancionar las conductas producidas en redes sociales, mientras se realicen bajo un perfil privado, desvinculado de su profesión, donde no se identifique como persona trabajadora de ella, donde quede al margen de la prestación de los servicios, sin que sus declaraciones supongan un obstáculo para la organización.

Por dicho motivo, los expertos en redes recomiendan abrir dos cuentas diferentes para separar las facetas de la vida de las personas trabajadoras. Una de ellas orientada a un perfil profesional, de acceso abierto, con el fin de poder captar clientes, encontrar nuevas oportunidades laborales o crear una red de contactos, y, otra, de carácter personal, privado, de acceso limitado, en el que pueda realizar comentarios personales.

En definitiva, si la persona no privatiza su perfil, no podrá impedir que la empresa consulte los contenidos que exhiba públicamente y que a raíz de dicha consulta pueda llegar a ser sancionado.

En todo caso, las medidas disciplinarias originadas por las conductas vertidas en las redes de las personas trabajadoras deberán siempre obedecer a la existencia de perjuicios y a la acreditación del daño causado, justificando la causalidad y la transgresión de la buena fe contractual o el abuso de confianza.