

Recibido: 17/07/2024 --- Aceptado: 09/08/2024 --- Publicado: 02/09/2024

ÉTICA, IDENTIDAD Y EMPLEABILIDAD EN LA REVISIÓN DE LAS REDES SOCIALES DE LOS CANDIDATOS POR PARTE DE LOS EMPLEADORES

ETHICS, IDENTITY AND EMPLOYABILITY IN THE REVIEW OF CANDIDATES' SOCIAL MEDIA BY EMPLOYERS

 **Marto Egidio Piqueras:** Cedeu, España
m.egidopiqueras@cedeu.es

Cómo citar el artículo:

Egidio Piqueras, Marto (2024). Ética, identidad y empleabilidad en la revisión de las redes sociales de los candidatos por parte de los empleadores [Ethics, identity and employability in the review of candidates' social networks by employers]. *Revista de Comunicación de la SECCI*, 57, 1-20. <https://doi.org/10.15198/seeci.2024.57.e889>

RESUMEN

Introducción: Este artículo explora la intersección entre ética, identidad digital y empleabilidad en la revisión de redes sociales por empleadores. Se analiza cómo los perfiles en línea influyen en la contratación y los desafíos en la gestión de la identidad digital. **Metodología:** Se realizó una revisión bibliográfica de estudios y literatura relevante de la última década para identificar tendencias, beneficios, riesgos y estrategias relacionadas con la revisión de redes sociales en la contratación. **Resultados:** La revisión muestra que, aunque los empleadores obtienen una visión más completa de los candidatos, también enfrentan riesgos de sesgos y problemas legales. Para los candidatos, una buena gestión de la presencia digital ofrece ventajas, pero también riesgos de privacidad y discriminación. Se identificaron estrategias clave para una gestión efectiva de la identidad digital. **Discusión:** Los hallazgos destacan que la identidad digital es crucial en el mercado laboral moderno, presentando tanto oportunidades como desafíos. Es necesario un enfoque equilibrado que respete la privacidad y promueva la equidad en el proceso de contratación. **Conclusiones:** Es imperativo adoptar un enfoque ético en la revisión de redes sociales. Futuras investigaciones deberían explorar el impacto a largo plazo de estas prácticas y desarrollar herramientas para una revisión más ética de redes sociales.

Palabras clave: ética laboral, identidad digital, privacidad, reclutamiento, redes sociales.

ABSTRACT

Introduction: This article explores the relationship between ethics, digital identity, and employability in the context of employers reviewing candidates' social media profiles. It discusses how online profiles influence hiring decisions and the challenges in managing digital identity. **Methodology:** A literature review was conducted by selecting relevant studies and articles from the past decade to identify trends, benefits, risks, and strategies related to social media review in hiring. **Results:** The review shows that while employers gain a more comprehensive view of candidates, they also face risks of bias and legal issues. For candidates, well-managed digital presence offers advantages but also poses risks of privacy and discrimination. Key strategies for effective digital identity management were identified. **Discussion:** The findings highlight that digital identity is crucial in the modern labor market, presenting both opportunities and challenges. Therefore, efforts should be made to ensure a balanced approach that respects privacy and promotes fairness in the hiring process. **Conclusions:** It is imperative to adopt an ethical approach to social media review. Given this circumstance, future research should explore the long-term impact of these practices and develop tools for more ethical social media review.

Keywords: workplace ethics, digital identity, privacy, recruitment, social media.

1. INTRODUCCIÓN

En la era digital contemporánea, la identidad digital se ha convertido en un aspecto intrínseco de las relaciones humanas, por lo que han moldeado tanto la percepción personal como la profesional de los individuos. Esta nueva realidad plantea cuestiones significativas en términos de ética, identidad digital y empleabilidad, como sucede en el contexto de la revisión de perfiles en Redes Sociales (en adelante, RR. SS.) por parte de los empleadores (Hazelton y Terhorst, 2015). A medida que las fronteras entre lo personal y lo profesional se difuminan en el mundo virtual, se hace cada vez más relevante entender cómo estos elementos interactúan y afectan las decisiones de contratación (Roth *et al.*, 2016).

La ética en la exploración de RR. SS. por empleadores abarca una gama de consideraciones, desde la privacidad y el consentimiento hasta la equidad y la discriminación (Vroman *et al.*, 2015). Esta práctica, cada vez más común, pone de manifiesto la importancia de gestionar adecuadamente la identidad digital, no solo para salvaguardar la privacidad personal, sino también para potenciar las oportunidades de empleo. En este contexto, la identidad digital no es solo una representación de uno mismo en el mundo virtual, sino también una faceta clave de la marca personal que puede influir significativamente en las oportunidades laborales (Ruparel *et al.*, 2020). Por ello, este artículo busca explorar la intersección de estos tres pilares —ética, identidad digital y empleabilidad— y cómo influyen en las prácticas de contratación en el ámbito laboral moderno. Al hacerlo, se pretende ofrecer una visión equilibrada que resalte tanto los desafíos y riesgos asociados, como las

oportunidades y beneficios que estas dinámicas digitales presentan para empleadores y candidatos.

El creciente interés de los empleadores en las RR. SS. personales de los candidatos, como X (antes Twitter) o Instagram, en lugar de plataformas profesionalmente orientadas como LinkedIn, abre un debate significativo sobre las prácticas de contratación. Tales plataformas, que originalmente fueron diseñadas para compartir experiencias personales, momentos de ocio y opiniones, ahora se encuentran bajo el escrutinio de posibles empleadores, abriendo interrogantes sobre la privacidad y la ética profesional (Hazelton y Terhorst, 2015). A diferencia de LinkedIn, donde los usuarios típicamente curan su contenido con un enfoque profesional, redes como X e Instagram ofrecen una visión más personal y menos filtrada. Por ello, pueden revelar aspectos de la personalidad y de los valores del individuo que no son evidentes en un perfil de LinkedIn o en un currículum tradicional (Van-Iddekinge *et al.*, 2016).

No obstante, el uso de esta información en el contexto de la contratación levanta preocupaciones éticas sobre la justicia y la privacidad: ¿hasta qué punto es apropiado para un empleador considerar las opiniones personales, las actividades de ocio o los aspectos de la vida privada de un candidato compartidos en estas plataformas? (Williams y Almand, 2014). Además, esta práctica puede dar lugar a sesgos inconscientes o discriminación, al evaluar a los candidatos basándose en aspectos de su vida personal que pueden ser irrelevantes para su desempeño laboral (Vroman *et al.*, 2015). Por lo tanto, la creciente tendencia de revisar las RR. SS. personales en los procesos de selección plantea preguntas sobre la ética de tales prácticas, pero también desafía a las organizaciones a reconsiderar sus estrategias de evaluación de candidatos, equilibrando la necesidad de información relevante con el respeto a la privacidad y la individualidad de los aspirantes (Davison *et al.*, 2016).

Puede inferirse que, si bien la revisión de los perfiles en estas redes puede ofrecer a los empleadores una perspectiva más holística de los candidatos, también pone en duda la ética en el uso de información personal, evidenciando la delgada línea entre la evaluación profesional y la intrusión en la privacidad (Hazelton y Terhorst, 2015). A partir de ello, es posible limitar los objetivos del presente estudio. Principalmente, se enfoca en analizar cómo los perfiles en línea de los candidatos influyen en las decisiones de contratación de los empleadores, considerando la intersección de la ética, la identidad digital y la empleabilidad (Roth *et al.*, 2016). Se trata, en otras palabras, de evaluar las implicaciones éticas y los retos de la gestión de la identidad digital en el mercado laboral (Giones y Serrat, 2010; Van-Iddekinge *et al.*, 2016).

Para abordar la complejidad y las dimensiones multifacéticas de este tema, este artículo se basa en una metodología de revisión bibliográfica (Hernández-Sampieri *et al.*, 2014). El enfoque principal ha sido recopilar y analizar una amplia gama de fuentes académicas y profesionales, incluyendo estudios de caso, investigaciones empíricas, artículos de revistas especializadas y literatura académica relevante. Esta selección se ha centrado en obras publicadas en la última década, para asegurar la relevancia y actualidad de la información en el contexto de las rápidas evoluciones tecnológicas y sociales (Hernández-Sampieri *et al.*, 2014).

Esta indagación se ha estructurado en varias etapas. Primero, se realizó una búsqueda de palabras clave relacionadas con la ética en la contratación, la identidad digital y la revisión de RR. SS. en bases de datos académicas y bibliotecas digitales. Las palabras clave incluyeron, pero no se limitaron a, términos como "revisión de RR. SS. en contratación", "ética en la selección de personal", "identidad digital y empleabilidad", entre otros. Tras identificar un corpus inicial de fuentes, se procedió a una evaluación crítica de su relevancia y calidad. Se priorizaron aquellos trabajos que ofrecían *insights* significativos sobre las prácticas de verificación de RR. SS. por parte de los empleadores, las implicaciones éticas asociadas y la gestión de la identidad digital en el contexto laboral. Además, se prestó especial atención a estudios que presentaran un análisis equilibrado de los beneficios y desafíos de estas prácticas. La información recopilada se ha analizado y sintetizado para construir una narrativa coherente que aborda los objetivos propuestos en este estudio. Este enfoque metodológico permite no solo presentar un panorama amplio de la investigación existente, sino también identificar lagunas en el conocimiento actual, sugerir direcciones para futuras investigaciones y plantear recomendaciones para prácticas más éticas que respeten la privacidad de las personas (Hernández-Sampieri *et al.*, 2014).

2. OBJETIVOS

El presente estudio se centra en analizar cómo la revisión de los perfiles en redes sociales de los candidatos afecta las decisiones de contratación por parte de los empleadores, destacando la intersección entre ética, identidad digital y empleabilidad. En primer lugar, se evalúa el impacto de los perfiles digitales en las decisiones de contratación, analizando cómo la información obtenida de las redes sociales puede influir en la percepción y evaluación de los candidatos por parte de los empleadores. Se han identificado beneficios y riesgos asociados con esta práctica en el contexto de la contratación laboral. Por ejemplo, un estudio encontró que más del 60% de las empresas consulta las redes sociales en sus procesos de selección y que en uno de cada tres procesos de selección se descartó al candidato por su actividad en las redes sociales, consultando principalmente Facebook o Twitter.

Además, se exploran las implicaciones éticas de la revisión de redes sociales en los procesos de selección, examinando preocupaciones éticas relacionadas con la privacidad, el consentimiento y la equidad en el uso de información personal obtenida de las redes sociales. La revisión de perfiles puede conducir a sesgos y discriminación, y las consecuencias legales asociadas no deben ser ignoradas. Por ejemplo, Hazelton y Terhorst (2015) señalan que la revisión de perfiles en redes sociales por empleadores puede llevar a sesgos inconscientes y discriminación al evaluar a los candidatos basándose en aspectos de su vida personal que pueden ser irrelevantes para su desempeño laboral.

Por otro lado, se identifican estrategias clave para la gestión efectiva de la identidad digital, proponiendo recomendaciones tanto para empleadores como para candidatos sobre cómo manejar de manera ética y efectiva la información obtenida de las redes sociales. Destaca la importancia de la alfabetización digital, la conciencia sobre la privacidad y la construcción de una marca personal sólida en el entorno digital. Roth *et al.* (2016) sugieren que una identidad digital bien gestionada puede ser un activo invaluable en la búsqueda de empleo y el avance profesional, especialmente en

campos relacionados con la creatividad o la innovación, donde un portafolio en línea puede demostrar directamente habilidades y la calidad del trabajo.

También se investigan las tendencias actuales y futuras en la revisión de redes sociales por parte de los empleadores, evaluando cómo esta práctica ha evolucionado y las expectativas futuras en términos de ética y tecnología. Se identifican las mejores prácticas y herramientas para una revisión más ética y efectiva de los perfiles en redes sociales. Hernández *et al.* (2014) destacan que la verificación de la información presentada en los currículos mediante redes sociales se ha convertido en una tendencia significativa en el uso de las RR. SS. para el reclutamiento.

Finalmente, se contribuye al desarrollo de un enfoque equilibrado y ético en la contratación, promoviendo la adopción de políticas y prácticas que respeten la privacidad y promuevan la equidad en el proceso de selección. Se fomenta un diálogo continuo sobre las implicaciones a largo plazo de la revisión de redes sociales en el mercado laboral y el desarrollo profesional de los individuos. Kenneally (2021) subraya la importancia de la ética en la revisión de redes sociales, destacando que un enfoque ético no solo protege la privacidad de los candidatos, sino que también mejora la percepción pública de la empresa.

En resumen, este estudio ofrece una visión integral y equilibrada de los desafíos y riesgos, así como de las oportunidades y beneficios que presentan las dinámicas digitales para empleadores y candidatos, sugiriendo un enfoque que respete la privacidad y promueva la equidad en los procesos de contratación.

3. METODOLOGÍA

Para abordar la complejidad y las múltiples dimensiones del tema sobre la revisión de redes sociales en los procesos de selección de personal, este estudio se basa en una metodología de revisión bibliográfica detallada. A continuación, se describen los pasos seguidos en esta metodología:

1. Selección de Fuentes:

- Se realizó una búsqueda exhaustiva de literatura académica y profesional relevante, incluyendo estudios de caso, investigaciones empíricas, artículos de revistas especializadas y otros textos académicos pertinentes.
- La selección se centró en trabajos publicados en la última década para asegurar la relevancia y actualidad de la información en el contexto de las rápidas evoluciones tecnológicas y sociales (Hernández-Sampieri *et al.*, 2014).

2. Búsqueda de Palabras Clave:

- Se identificaron y utilizaron palabras clave relacionadas con la ética en la contratación, la identidad digital y la revisión de redes sociales en bases de datos académicas y bibliotecas digitales.

- Entre las palabras clave empleadas se incluyeron términos como “revisión de RR. SS. en contratación”, “ética en la selección de personal” e “identidad digital y empleabilidad” (Hernández-Sampieri *et al.*, 2014).

3. Evaluación Crítica de Fuentes:

- Tras identificar un corpus inicial de fuentes, se procedió a una evaluación crítica de su relevancia y calidad.
- Se priorizaron aquellos trabajos que ofrecían *insights* significativos sobre las prácticas de verificación de RR. SS. por parte de los empleadores, las implicaciones éticas asociadas y la gestión de la identidad digital en el contexto laboral (Giones y Serrat, 2010; Van-Iddekinge *et al.*, 2016).

4. Análisis y Síntesis de Información:

- La información recopilada fue analizada y sintetizada para construir una narrativa coherente que abordara los objetivos propuestos en este estudio.
- Se estructuró la revisión en varias etapas para facilitar el análisis: búsqueda inicial, evaluación de relevancia y calidad, y síntesis de hallazgos clave (Hernández-Sampieri *et al.*, 2014).

5. Identificación de Tendencias y Estrategias:

- Se identificaron tendencias, beneficios, riesgos y estrategias relacionadas con la revisión de RR. SS. en el proceso de contratación.
- Esta revisión reveló que mientras los empleadores obtienen una perspectiva más completa de los candidatos, también enfrentan riesgos de sesgos y cuestiones legales (Hazelton y Terhorst, 2015).

6. Revisión Ética y Legal:

- Se evaluaron las implicaciones éticas y los retos de la gestión de la identidad digital en el mercado laboral.
- Se consideraron las preocupaciones sobre la privacidad, el consentimiento y la equidad en el uso de información personal obtenida de RR. SS. (Vroman *et al.*, 2015).

7. Construcción de una Narrativa Coherente:

- La información recopilada se organizó para proporcionar una visión equilibrada que resalte tanto los desafíos y riesgos asociados como las oportunidades y beneficios que estas dinámicas digitales presentan para empleadores y candidatos.
- Esta narrativa también sugiere direcciones para futuras investigaciones y plantea recomendaciones para prácticas más éticas que respeten la privacidad de las personas (Giones y Serrat, 2010).

Ejemplo de Aplicación:

Durante la revisión, se encontró que el uso de RR. SS. como X (antes Twitter) o Instagram por parte de empleadores para evaluar candidatos abre un debate significativo sobre la privacidad y la ética profesional. Estas plataformas, que originalmente se diseñaron para compartir experiencias personales, ahora se encuentran bajo el escrutinio de posibles empleadores, evidenciando la delgada línea entre la evaluación profesional y la intrusión en la privacidad (Hazelton y Terhorst, 2015).

Asimismo, la gestión efectiva y coherente de la presencia digital se destaca como una habilidad crucial en el mundo laboral actual. Por ejemplo, la consistencia entre la información presentada en diferentes plataformas, como LinkedIn y otras redes, es vital para mantener una imagen profesional coherente y evitar discrepancias que puedan generar dudas sobre la honestidad del candidato (Roth *et al.*, 2016).

Esta metodología permite presentar un panorama amplio de la investigación existente, identificar lagunas en el conocimiento actual, y sugerir direcciones para futuras investigaciones que promuevan un enfoque equilibrado y ético en la revisión de redes sociales en los procesos de contratación (Hernández-Sampieri *et al.*, 2014).

4. RESULTADOS

4.1. La influencia de los perfiles digitales para la contratación

En este mundo, cada vez más interconectado y digitalizado, los perfiles que se crean en el espacio virtual de las RR. SS. se han convertido en un componente esencial en la configuración de las identidades profesionales y en la dinámica de contratación. Por ello, este apartado explora cómo la representación digital de los individuos afecta su empleabilidad, destacando la relevancia de una gestión de la privacidad por su parte, y un manejo ético de esta información por parte de los empleadores. Se pretende ofrecer una comprensión más profunda de la relación entre la identidad digital y las oportunidades laborales, así como del papel crítico que juega la ética en la revisión de perfiles en RR. SS.

4.1.1. Identidad digital: concepto y evolución

La identidad digital puede definirse como la representación de un individuo en el espacio virtual. Se trata de una construcción compleja, formada por la información personal compartida, las interacciones y las huellas digitales que los usuarios dejan en línea. En palabras de Liceda (2011):

En la actualidad, las nuevas tecnologías relacionadas con la información y las comunicaciones están ampliando el concepto de identidad complementándolo con el de identidad digital. Entre los datos que ayudan a configurar este nuevo concepto se encuentran los de identidad individual, los de comportamiento, los derivados o calculados por terceros y los que el propio usuario va creando para identificarse en el mundo digital. Como puede apreciarse, la construcción de esta identidad digital distingue entre la información que se revela expresamente por la persona, la identidad que es revelada por las acciones que esta realiza y la que es calculada o inferida según el análisis de las acciones que la persona lleva a cabo. (p. 7)

En este sentido, a diferencia de la identidad física, que es relativamente estable y definida por atributos tangibles, la digital es dinámica y multifacética. Puede cambiar con el tiempo y variar según el contexto, reflejando diferentes facetas de la personalidad y los intereses de un individuo en distintos entornos virtuales. Esta flexibilidad permite a los usuarios adaptar su imagen digital según las audiencias y los propósitos específicos, como la creación de una marca personal para fines profesionales o la expresión de aspectos más personales y casuales en otros espacios virtuales (Liceda, 2011). No obstante, esta maleabilidad también plantea desafíos únicos, ya que la gestión de esta novedosa identidad requiere un equilibrio entre la autenticidad y la privacidad, entre mostrar una imagen personal auténtica y proteger información privada o sensible. Al mismo tiempo, la permanencia de la información en línea significa que las representaciones digitales pueden tener un impacto duradero y, con ello, afectar la percepción pública de una persona mucho más allá del momento en que se comparte una publicación o se realiza una interacción (Sáinz-Peña, 2013).

La evolución de la identidad digital ha seguido de cerca el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación que se fue dando a partir de la década de los noventa. En sus inicios, esta identidad era una extensión relativamente rudimentaria del yo físico, limitada por la tecnología de la época. En esta fase inicial, predominaban plataformas como foros de Internet y salas de chat, espacios donde los usuarios podían adoptar pseudónimos que les permitían explorar diferentes aspectos de su personalidad en un entorno que ofrecía una sensación de anonimato y libertad (Mababu, 2016). Así, funcionaban como espacios segregados del mundo *offline* que ofrecían un terreno para la experimentación y la expresión personal, pero con poca o ninguna conexión con la identidad física de una persona. Esta separación reflejaba las limitaciones tecnológicas de la época y una comprensión emergente de lo que significaba tener una presencia en línea. En este contexto, la identidad digital era menos una representación fiel del individuo y más una proyección de deseos, intereses o aspectos de la personalidad que podían permanecer ocultos o no expresados en la vida cotidiana (Sáinz-Peña, 2013).

Con la llegada de las RR. SS. en la primera década del siglo XXI, la naturaleza de la identidad digital experimentó una transformación notable, volviéndose más compleja y entrelazada con la identidad real de las personas. Plataformas emergentes como Facebook, lanzada en 2004, Twitter en 2006¹ e Instagram en 2010, revolucionaron la forma en que los individuos se presentaban y conectaban en el ámbito digital (Mababu, 2016). A diferencia de los foros y salas de chat de la década anterior, estas nuevas plataformas permitían a los usuarios crear perfiles detallados que reflejaban sus identidades personales y profesionales de manera más directa y visible. En ellas, la presentación del yo se convirtió en una actividad más deliberada y consciente. Los usuarios comenzaron a compartir no solo actualizaciones textuales, sino también fotografías, enlaces a otros sitios web y, posteriormente, videos, configurando un mosaico digital que representaba sus vidas, gustos, opiniones y relaciones. (Hernández *et al.*, 2014). Fue una transición que marcó un cambio significativo: mientras que antes la identidad digital era una faceta paralela o alternativa de la identidad física, en la era de las RR. SS. se convirtió en un reflejo más integrado y coherente del individuo (Mababu, 2016).

Además de estas plataformas, LinkedIn, lanzada en 2003, jugó un papel crucial en la evolución de la identidad digital en el ámbito profesional. A diferencia de las otras redes que se centraron en la vida personal y social, LinkedIn se estableció como una red dedicada a la vida profesional y los negocios. Aquí, se crean perfiles que destacan la experiencia laboral, educación, habilidades y logros académicos, formativos y profesionales, por lo que se convirtió en un espacio vital para el *networking*, la búsqueda de empleo y la construcción de una marca personal en el contexto laboral (Ruparel *et al.*, 2020). De esta manera, la presencia en LinkedIn ofreció una dimensión adicional a la identidad digital: una faceta enfocada en la carrera y las aspiraciones profesionales. En dicha red, la autopresentación se alinea con otros objetivos, puesto que los usuarios buscan conectarse con colegas, empleadores y profesionales de la industria. LinkedIn también proporcionó una herramienta para que los reclutadores y empleadores buscaran y evaluaran candidatos potenciales, destacando la importancia de una identidad digital bien gestionada en el ámbito profesional (Van-Iddekinge *et al.*, 2016).

Esta evolución de la identidad digital, con la creciente interconexión entre la vida personal y la presencia en línea, introdujo una serie de nuevas consideraciones y desafíos que transformaron la forma en que las personas gestionan su presencia en los espacios virtuales. La delgada línea entre lo personal y lo profesional se hizo más difusa, y con ello, la gestión de la identidad se convirtió en una tarea más compleja y crítica. Los usuarios se vieron enfrentados a cuestiones vinculadas a cómo mantener un equilibrio entre la autenticidad y la privacidad (Giones y Serrat, 2010; Lam, 2016). Por un lado, había un deseo de ser genuinos y transparentes en su expresión en línea; por otro, surgía la necesidad de proteger la información personal y mantener ciertos aspectos de la vida privada fuera del alcance público (Davison *et al.*, 2016). Esta dualidad se convirtió en un acto de equilibrio constante, donde la sobreexposición podía llevar a vulnerabilidades y la reserva excesiva a oportunidades perdidas,

¹ En el 2023, cambió su nombre a X, luego de ser adquirido por Elon Musk.

especialmente en contextos profesionales (Giones y Serrat, 2010). Además, la gestión de la impresión digital se convirtió en una habilidad clave: los usuarios debían ser conscientes de cómo sus publicaciones, comentarios e interacciones en línea podían ser percibidas por otros (Liceda, 2011). De acuerdo con Giones y Serrat (2010),

la visibilidad, la reputación y la privacidad en Internet se convierten en aspectos clave para la gestión eficaz de una identidad digital; [esta habilidad] no es algo instrumental, sino que está relacionada con un aprendizaje a lo largo de la vida y una inmersión en la cultura digital necesaria para el ciudadano que vive en la sociedad red. (párr. 1)

En un mundo donde una búsqueda rápida en Google puede revelar una gran cantidad de información, cada acción digital podía tener repercusiones en la reputación y la imagen profesional. Las huellas digitales dejadas en estas plataformas comenzaron a tener un impacto más tangible y directo en la vida fuera de la red (Nores, 2016). En el marco de la empleabilidad, los perfiles y actividades en línea de los candidatos se convirtieron en factores a considerar en el proceso de contratación por parte de empleadores y reclutadores (Lanusse, 2019).

Es así que, en el panorama actual, la identidad digital se considera una entidad compleja y multidimensional, compuesta por una variedad de datos personales, registros de interacción y huellas digitales. Cada acción, búsqueda y comunicación en estos espacios contribuye a la construcción de un perfil digital detallado y a menudo revelador de un individuo. En última instancia, la evolución continua de la identidad digital es un reflejo de la interacción dinámica entre la tecnología, la sociedad y el yo individual, un proceso que probablemente seguirá redefiniendo cómo nos vemos a nosotros mismos y a los demás en el mundo digital.

4.1.2. Empleabilidad y presencia digital

La presencia digital, entonces, va mucho más allá de ser un reflejo de la identidad personal y profesional de un sujeto, puesto que, actualmente, funciona como un portfolio dinámico que exhibe habilidades, experiencias y logros, y se convierte en una plataforma crucial para el *networking*, la exploración de oportunidades laborales, y la construcción de relaciones interpersonales y profesionales. Es preciso reiterar que en este mundo donde la primera impresión es a menudo digital, la presencia en línea puede influir significativamente en la percepción de los empleadores y reclutadores (Ruparel *et al.*, 2020). Pero, más allá de las redes profesionales como LinkedIn, las plataformas como X, Instagram o Facebook también pueden jugar un papel de notoria relevancia porque proporcionan información valiosa sobre la personalidad del individuo, sus intereses y su capacidad para interactuar y comunicarse en un contexto social (Lanusse, 2019). De acuerdo con Nores (2016):

Más de un 60% de las empresas consulta las redes sociales en sus procesos de selección; asimismo, que un 23% efectúa sus contrataciones por dicha vía y un 62% mediante otros canales online; en fin, igualmente, evidenció que en uno de cada tres procesos de selección se descartó al candidato por su actividad en las redes sociales, consultando principalmente Facebook o Twitter. (p. 6)

En este sentido, la capacidad de una persona para gestionar su privacidad o su presencia digital (manteniendo una imagen profesional mientras comparte aspectos de su vida personal) puede ser un indicativo de su habilidad para interactuar en los entornos profesionales contemporáneos (Van-Iddekinge *et al.*, 2016). Esta identidad generada en los espacios virtuales se ha convertido en un elemento crítico de la marca personal y la reputación profesional en el siglo XXI. En este contexto, saber gestionarla y optimizarla es clave para maximizar las oportunidades en el competitivo mercado laboral actual (Liceda, 2011). En el mercado laboral de hoy, que se encuentra sumamente digitalizado, los reclutadores y empleadores utilizan Internet y las RR. SS. para verificar la información proporcionada por los candidatos y obtener una comprensión más holística de sus perfiles. Asimismo, en campos relacionados con la creatividad o la innovación, los perfiles en línea pueden ser un escaparate del pensamiento y la creatividad del candidato. Por ejemplo, un portafolio en línea en plataformas como Behance o Dribbble para diseñadores, o GitHub para desarrolladores y programadores, son de gran utilidad para demostrar directamente sus habilidades y la calidad de su trabajo. Incluso en RR. SS. como Instagram, un candidato puede exhibir su creatividad y utilizarla como un portafolio de sus diseños. Por lo tanto, una presencia digital estratégicamente gestionada es un activo invaluable en la búsqueda de empleo y el avance profesional (Lanusse, 2019).

Pero la otra cara de la moneda en la relación entre la presencia digital y la empleabilidad es el impacto potencialmente negativo de una presencia en línea mal gestionada o descuidada. Las publicaciones inapropiadas o controvertidas en RR. SS. son una de las trampas más comunes, que pueden ir desde comentarios ofensivos o discriminatorios hasta publicaciones que exhiben comportamientos de riesgo. Tales contenidos pueden generar una impresión negativa en los reclutadores o empleadores, llevándolos a cuestionar la idoneidad del candidato para el rol o la cultura de la empresa (Vroman *et al.*, 2015). Asimismo, la inconsistencia en la información presentada en diferentes plataformas también puede ser problemática, como, por ejemplo, discrepancias entre la experiencia laboral listada en un currículum y en un perfil de LinkedIn. Esto puede generar dudas sobre la honestidad y la precisión de la información proporcionada por el candidato, y la falta de coherencia puede ser un factor decisivo en procesos de selección, más competitivos (Roth *et al.*, 2016). La gestión efectiva y coherente de la presencia digital, por lo tanto, es una habilidad crucial en el mundo laboral actual. La autenticidad es importante, pero debe equilibrarse con un sentido de privacidad y profesionalismo.

4.1.3. Ética en la Revisión de Redes Sociales

La ética, en su sentido más amplio, es una rama de la filosofía que se ocupa del estudio de los principios morales y las normas de conducta que rigen las interacciones y comportamientos humanos. Al adherirse a principios éticos compartidos, las personas pueden promover interacciones sustentadas en la confianza, el respeto y la cooperación, elementos fundamentales para cualquier tipo de relación, ya sea personal o profesional (Kenneally, 2021). Con ello, se fomenta un entorno donde las personas se sienten valoradas y respetadas, lo que, a su vez, facilita la comunicación efectiva, la resolución de conflictos y el fortalecimiento de los lazos comunitarios y personales.

Se comprende, entonces, que la falta de consideración ética en estas relaciones puede llevar a conflictos, malentendidos y daño emocional (Van-Iddekinge *et al.*, 2016).

Particularmente, en el ámbito laboral, la ética hace referencia al conjunto de valores y principios que guían el comportamiento y las prácticas que se desarrollan dentro de dicho entorno. Por ello mismo, es esencial para el funcionamiento eficiente y justo de cualquier organización y para establecer un entorno de trabajo positivo y productivo (Kenneally, 2021). Uno de los componentes clave para ello es la integridad, que implica adherirse a los estándares morales en las actividades profesionales, como ser honesto en las comunicaciones, confiable en el cumplimiento de las obligaciones y coherente en la aplicación de políticas y procedimientos. También incluye la transparencia en la toma de decisiones y la gestión, que fomenta la confianza tanto dentro de la organización como con clientes y socios externos (Roth *et al.*, 2016). Asimismo, la responsabilidad y el respeto son otros aspectos de gran relevancia, pues implica tanto asumir la responsabilidad de las propias acciones y decisiones, y entender cómo estas pueden afectar a los demás dentro y fuera de la organización, como brindar un trato digno y considerado a los demás, independientemente de su posición o relación con la empresa. Un ambiente de trabajo responsable y respetuoso no solo mejora la moral y la satisfacción laboral, sino que también puede aumentar la productividad y la colaboración (Kenneally, 2021).

Con relación a la revisión de RR. SS. por parte de los empleadores, la ética puede verse como el conjunto de principios y normas que rigen la conducta justa y apropiada en el uso de información obtenida a través de estos medios (Davison *et al.*, 2016). Esta ética abarca varias dimensiones clave, incluyendo la privacidad, el respeto por la autonomía individual, la no discriminación y la transparencia. Hay quienes:

[...] hacen hincapié en los riesgos que se corren cuando los empresarios utilizan las redes sociales no profesionales en los procesos de selección de personal. [...] Hay ciertas implicancias, tanto éticas como legales, relacionadas con la intromisión en la privacidad de un individuo que han de tenerse en cuenta. Además, los empresarios pueden inferir cuál puede ser la personalidad del candidato basándose en la información que encuentran en las redes que puede haber sido publicada por el mismo postulante o por sus conocidos. Dicha información es fácilmente manipulable y podría llevar a evaluaciones desacertadas a partir de la percepción que se tiene de la personalidad del individuo. (Lanusse, 2019, p. 10)

La privacidad, en este marco, se refiere al derecho de los individuos a mantener control sobre su información personal, especialmente aquella que se comparte en un contexto que originalmente no estaba destinado a la evaluación laboral (Kenneally, 2021). Así, el respeto por la autonomía individual implica el reconocimiento de esta privacidad con el fin de honrar la capacidad de los sujetos para presentarse en diferentes contextos (personal versus profesional) y la importancia de no utilizar la información obtenida de manera que infrinja esa autonomía. Es por ello que se precisa que el proceso de contratación sea completamente transparente, incluyendo la claridad y comunicación abierta por parte de los empleadores o reclutadores sobre sí y cómo se utilizará la información de RR. SS (Hazelton y Terhorst, 2015).

Pero, a medida que las fronteras entre la vida personal y profesional se vuelven cada vez más borrosas en el entorno digital, surgen cuestiones éticas que atentan contra la privacidad, el consentimiento y la justicia en el uso de la información obtenida a través de dichos medios para tomar las decisiones de contratación (Roth *et al.*, 2016). Uno de los principales dilemas radica, entonces, en el equilibrio entre el derecho a la privacidad de los candidatos y el interés legítimo de los empleadores por conocer a sus futuros empleados. Mientras que las RR. SS. pueden proporcionar información valiosa sobre la personalidad, las habilidades sociales y los valores de un candidato, también revelan aspectos de su vida privada que no son pertinentes para su desempeño profesional (Lam, 2016). Esto plantea la pregunta de hasta qué punto es ético para un empleador basar sus decisiones de contratación en información obtenida de fuentes que no se diseñaron con fines profesionales (Davison *et al.*, 2016). Asimismo, existe el riesgo de que la revisión de perfiles en RR. SS. conduzca a sesgos y discriminación, consciente o inconscientemente (Williams y Almand, 2014). Los reclutadores o empleadores pueden formarse juicios basados en aspectos como la apariencia física, la edad, la orientación sexual, la religión, las opiniones políticas o el estatus socioeconómico, que pueden ser evidentes en las RR. SS. cuando la privacidad no se gestiona correctamente o cuando se les solicita a los candidatos que permitan el acceso a sus perfiles. Esto no solo es éticamente cuestionable, sino que también puede llevar a prácticas de contratación injustas (Lam, 2016). En este sentido, es preciso considerar el consentimiento. Aunque gran parte de la información en RR. SS. es pública, los candidatos pueden no anticipar ni consentir que esta información se utilice con fines de evaluación laboral, acción que atentaría contra sus posibilidades de contratación (Hazelton y Terhorst, 2015).

4.2. Privacidad vs. Exigencias profesionales: desafíos éticos

A partir de lo expuesto puede observarse que la intersección entre la privacidad personal y las exigencias profesionales representa un campo minado de desafíos éticos, particularmente en el contexto de la revisión de las RR. SS. por parte de los empleadores. Este apartado se adentra en las tendencias actuales de esta práctica, evaluando tanto los beneficios como los riesgos que conlleva para empleadores o reclutadores y los posibles candidatos. Al mismo tiempo, se examina el delicado equilibrio entre mantener la privacidad personal de los individuos y satisfacer las necesidades y expectativas profesionales en el mundo laboral moderno. Además, se discutirán estrategias efectivas para la gestión de la identidad digital, resaltando cómo los individuos pueden armonizar estas dos esferas aparentemente opuestas de su vida con el fin de proponer vías para una convivencia más ética y equilibrada.

4.2.1. Tendencias actuales en la revisión de Redes Sociales por empleadores

La práctica de revisar las RR. SS. por parte de los empleadores ha ganado un lugar prominente en el panorama del reclutamiento y la selección:

El reclutamiento y selección son aspectos estrechamente relacionados con la estrategia de la empresa en la medida en que permiten la entrada de personas que deben aportar valor añadido a la empresa. Evidentemente, la tendencia empieza a cambiar ya que están combinando las fuentes basadas en las

tecnologías (reclutamiento 3.0, *e-recruitment*, etc.) y las fuentes tradicionales: anuncios en prensa, *e-recruitment* (InfoJobs, Monster...), servicios de consultorías de selección tipo head-hunters, redes sociales (amigos, familiares y conocidos de trabajadores...), asociaciones o corporaciones profesionales, etc. Además, las empresas están aprovechando las posibilidades que ofrece Internet para obtener más información sobre los candidatos que se presentan a sus ofertas por un lado. (Mababu, 2016, p. 148)

Este enfoque moderno se aleja de los métodos convencionales basados exclusivamente en el currículum y las entrevistas, proporcionando a las organizaciones un medio más amplio y diverso para evaluar a los potenciales empleados. Las RR. SS., en este contexto, se han convertido en una fuente rica y dinámica de información, revelando aspectos de los candidatos que de otra manera podrían permanecer ocultos en los procesos tradicionales (Kenneally, 2021). Esta tendencia refleja un reconocimiento creciente de que las habilidades y experiencias listadas en un currículum no son los únicos indicadores del potencial de un candidato. A través de las redes, reclutadores y empleadores pueden obtener una visión más integral de la personalidad del candidato, sus pasiones e intereses, y cómo estos aspectos de su vida personal pueden influir en su desempeño profesional (Ruparel *et al.*, 2020). También, como se expuso, dan pistas sobre el estilo de vida del candidato, sus habilidades de comunicación y cómo interactúa en un entorno social. Además de ello, una tendencia significativa en el uso de las RR. SS. para el reclutamiento es la verificación de la información presentada en los currículos de los candidatos, con el fin de asegurar la autenticidad de dicha información y detectar posibles discrepancias o exageraciones.

También se utilizan para evaluar la cultura de ajuste del individuo, la cual refiere a la medida en que las creencias, comportamientos, valores y actitudes de un candidato coinciden o se alinean con la cultura organizacional de una empresa, es decir, con las normas, prácticas, valores y creencias que definen el ambiente y la forma de trabajar en ese espacio. Cuando se habla de cultura de ajuste en el proceso de contratación, se está evaluando cómo el estilo personal de un candidato se complementará o integrará con la cultura existente en la organización (Kenneally, 2021). Por ejemplo, si una empresa valora la innovación y la toma de riesgos, un candidato que demuestra creatividad y una disposición a desafiar el *statu quo* puede ser considerado un buen ajuste cultural. Por otro lado, si una empresa tiene una estructura más tradicional y jerárquica, podría buscar candidatos que se sientan cómodos en ese tipo de entorno y que valoren la estabilidad y la estructura (Nores, 2016). Así, otra tendencia notable en el uso de RR. SS. para fines de reclutamiento es el análisis detallado de las habilidades de comunicación y las redes de contactos de los candidatos. En LinkedIn es posible revisar las conexiones y recomendaciones para evaluar el alcance y la calidad de la red profesional del candidato, a la vez que observa su actividad en grupos y foros relacionados con la industria (Hernández *et al.*, 2014). Más allá de esta plataforma, las interacciones digitales en general ofrecen una aproximación a las habilidades de comunicación de la persona: la forma en que articula sus pensamientos, responde a los comentarios y se involucra en conversaciones, deja entrever su capacidad para expresarse, argumentar de manera constructiva y manejar discusiones (Lanusse, 2019).

Igualmente, la creciente práctica de revisar las RR. SS. de los candidatos por parte de los empleadores ha generado un intenso debate sobre la ética y la privacidad (Hazelton y Terhorst, 2015). Esta práctica desdibuja la línea tradicionalmente clara entre lo profesional y lo personal, llevando a cuestionamientos importantes sobre los límites de la información que se considera justa y relevante para la evaluación de un candidato (Davison *et al.*, 2016). Es fundamental establecer directrices claras sobre qué información es pertinente y cómo debe utilizarse, con el fin de asegurar que el proceso de selección de personal sea justo, imparcial y respetuoso de los derechos de privacidad de los candidatos.

4.2.2. Beneficios y riesgos para empleadores y candidatos

Más allá de lo que se puede aprender a través de un currículum o una entrevista, los perfiles digitales revelan aspectos clave de la personalidad del candidato y sus modos de interacción, tal y como se expuso anteriormente. Esta información puede ser de utilidad para evaluar si un candidato se alineará bien con la cultura de la empresa y el equipo o si, por el contrario, presenta interacciones descuidadas, violentas, desmedidas, entre otras (Aguado *et al.*, 2016). En otras palabras, ciertos comportamientos o publicaciones en estas plataformas pueden ser importantes para la evaluación de un candidato, especialmente si reflejan conductas contrarias a los valores fundamentales de la empresa o la sociedad en general, como pueden ser casos donde un candidato exhibe comportamientos claramente inapropiados, como racismo, violencia, discriminación o actividades ilegales (Kenneally, 2021). Con ello, los empleadores pueden tener razones justificadas para considerar estos aspectos como factores sumamente relevantes para su decisión de contratación (Roth *et al.*, 2016).

Las RR. SS. también son de suma importancia para la identificación de candidatos pasivos, es decir, aquellos que no están buscando activamente un nuevo empleo, pero que podrían ser una buena adición al equipo. Aunque a menudo se ve este proceso de revisión y verificación por parte de los empleadores como una táctica de evaluación unilateral, también puede ofrecer varios beneficios para los candidatos (Lanusse, 2019). Mientras que un currículum se limita a la experiencia profesional y la educación, las RR. SS. permiten a los candidatos mostrar una gama más amplia de habilidades, intereses y aspectos de su personalidad. Esto es beneficioso, siempre y cuando la persona tenga la capacidad de controlar su privacidad o su propia imagen en línea, es decir, mediante una marca personal sólida que muestre sus logros, proyectos y contribuciones profesionales (Kenneally, 2021).

A pesar de los beneficios que la comprobación de RR. SS. puede aportar al proceso de contratación, existen riesgos significativos que deben ser considerados. Uno de los principales es la posibilidad de incurrir en sesgos por factores personales del candidato (género, edad, orientación sexual o creencia) que puede llevar a decisiones de contratación que no solo son éticamente cuestionables, sino que también podrían violar leyes de igualdad de oportunidades laborales (Vroman *et al.*, 2015). Esta actividad puede exponer a los empleadores a riesgos legales relacionados con la privacidad y la discriminación, ya que, en algunas jurisdicciones, hay regulaciones estrictas sobre cómo y cuándo se puede utilizar la información de RR. SS. en el proceso de contratación. La violación de las mismas puede implicar consecuencias legales,

incluyendo demandas por invasión de la privacidad o discriminación. Por lo tanto, si los candidatos se enteran de que su vida privada está siendo escrutada de manera que consideran intrusiva o inapropiada, esto puede generar una percepción sumamente negativa de la empresa y afectar su capacidad para atraer talento en el futuro (Aguado *et al.*, 2016). También existe el riesgo de que los candidatos se sientan obligados a censurar su presencia en línea de manera que refleje lo que creen que los empleadores quieren ver, lo que puede llevar a una presentación falsa de sí mismos o a un posible desajuste entre sus verdaderos intereses y valores y los de la organización que, a la larga, pueden traer problemas laborales. Por otro lado, los candidatos con una presencia digital limitada o inexistente también enfrentan riesgos, ya que dicha presencia se considera un reflejo de la conectividad y la relevancia en el mundo moderno. La falta de un perfil digital puede ser interpretada erróneamente como una falta de conocimientos tecnológicos, de compromiso profesional o de habilidades sociales y de interacción (Hazelton y Terhorst, 2015).

Reflexionando sobre los beneficios y riesgos que la revisión de RR. SS. conlleva tanto para empleadores como para candidatos, emerge una imagen compleja y matizada. Para los empleadores, esta práctica puede enriquecer el proceso de contratación, sin embargo, debe equilibrarse con la conciencia de los riesgos potenciales, incluyendo sesgos no intencionados y cuestiones legales relacionadas con la privacidad y la discriminación (Williams y Almand, 2014). Por el lado de los candidatos, la posibilidad de presentar una imagen más completa de sus habilidades y personalidad es una ventaja innegable. Pero esto se ve contrarrestado por preocupaciones legítimas sobre la privacidad y el riesgo de ser evaluados por aspectos de su vida personal que no tienen relevancia para su desempeño laboral. La presión para gestionar una presencia en línea que sea atractiva para los empleadores potenciales también puede ser una fuente de estrés y ansiedad. La clave para enfrentar estos beneficios y riesgos yace en un enfoque equilibrado y ético. Para los empleadores, esto significa establecer directrices claras sobre qué información es pertinente y cómo debe ser utilizada, siempre respetando los límites de la privacidad y la legalidad (Aguado *et al.*, 2016). Para los candidatos, implica ser conscientes de cómo se presentan en línea, mientras se esfuerzan por mantener una representación auténtica de sí mismos y por proteger su privacidad. En última instancia, la revisión de RR. SS. en el proceso de contratación no es ni intrínsecamente buena ni mala. Su valor y sus peligros dependen de cómo se maneje, con un enfoque consciente de las implicaciones éticas y legales. Cabe destacar que las personas tienen derecho a una esfera privada que no debería influir en sus oportunidades laborales (Ruparel *et al.*, 2020).

4.2.3. Estrategias para la gestión de la identidad digital en el mercado laboral

Para los profesionales y los candidatos a empleo, desarrollar y mantener una presencia en línea positiva y auténtica puede ser un factor decisivo en la búsqueda de empleo y el desarrollo de carrera (Roth *et al.*, 2016). En este sentido, la revisión de la literatura ha arrojado algunas estrategias de gran utilidad para que la gestión de esta identidad y la presencia en las RR. SS. sea efectiva para la empleabilidad. Entre estas, se destacan (Davison *et al.*, 2016; Kenneally, 2021; Ruparel *et al.*, 2020):

- Curación consciente de contenido: los profesionales deben ser conscientes del contenido que publican y comparten en línea, sobre todo en sus perfiles públicos. Esto incluye evitar publicaciones potencialmente controvertidas o inapropiadas, y centrarse en compartir contenido que refleje positivamente sus habilidades, conocimientos y valores profesionales.
- Consistencia y autenticidad: es importante mantener una consistencia entre los diferentes perfiles. La información como la experiencia laboral, la educación y las habilidades debe ser coherente en todas las plataformas. Al mismo tiempo, es vital mantener un nivel de autenticidad, presentando una imagen que sea fiel a sus valores y personalidad reales.
- Privacidad y configuración de seguridad: los usuarios deben ser proactivos en la gestión de la configuración de privacidad de sus cuentas en RR. SS. para controlar qué información está disponible públicamente. Regular, revisar y ajustar la configuración de privacidad puede ayudar a proteger la información que consideran privada para limitar lo que los empleadores potenciales pueden ver.
- Construcción de una marca personal: desarrollar una marca personal sólida en línea que destaque áreas de especialización, logros y proyectos es notoriamente relevante. Los blogs, portafolios digitales y la participación activa en redes profesionales pueden ser componentes clave de esta estrategia.
- Monitoreo y revisión regular: es aconsejable que los individuos verifiquen periódicamente su presencia en línea para asegurarse de que su imagen digital siga siendo positiva y se mantenga actualizada.
- Educación y conocimiento digital: es preciso mantenerse informado sobre las tendencias actuales en RR. SS. y las mejores prácticas en línea. La alfabetización digital no solo ayuda en la gestión efectiva de la identidad digital, sino que también es una habilidad valiosa en sí misma en el mercado laboral moderno.

Implementando estas estrategias, los profesionales y los candidatos a empleo pueden asegurarse de que su identidad digital sirva como un activo en su desarrollo profesional, ayudándoles a abrir puertas y crear oportunidades en el mercado laboral actual (Davison *et al.*, 2016).

5. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

En el transcurso de esta investigación, se ha logrado analizar cómo la ética, la identidad digital y la empleabilidad se entrecruzan en el contexto de la revisión de las RR. SS. por parte de los empleadores. Se han alcanzado los objetivos planteados al principio del estudio, ofreciendo una perspectiva detallada de las implicaciones de la identidad digital en las decisiones de contratación y los desafíos éticos que enfrentan tanto empleadores como candidatos en la gestión de la identidad digital. La investigación ha subrayado la importancia creciente de la identidad digital en el mercado laboral y ha destacado tanto los beneficios como los riesgos asociados con la comprobación de perfiles en línea por parte de los empleadores. Si bien proporcionan a los empleadores herramientas adicionales para evaluar a los candidatos, también plantean desafíos éticos y preocupaciones sobre la privacidad. Los beneficios para los empleadores incluyen una evaluación más completa de los candidatos, mientras que, para los

candidatos, una presencia en línea bien gestionada puede destacar sus habilidades y experiencia. No obstante, los riesgos asociados con esta actividad no pueden ser ignorados, pues incluyen sesgos y cuestiones legales vinculadas a la privacidad y la discriminación.

Sin embargo, esta investigación no está exenta de limitaciones. Una de ellas es la rápida evolución de las tecnologías y plataformas digitales, que puede hacer que algunas de las observaciones y conclusiones se vuelvan obsoletas en un corto período de tiempo. Asimismo, la variabilidad en las normativas legales y culturales entre diferentes países y regiones puede afectar la generalización de algunos hallazgos.

En cuanto a la perspectiva futura del tema, es claro que la importancia de la identidad digital continuará creciendo y evolucionando junto con los avances tecnológicos. Será crucial mantener una vigilancia continua sobre cómo las prácticas de revisión de redes sociales por parte de los empleadores se adaptan y cambian en respuesta a estos avances. Además, se necesitarán más investigaciones para explorar en profundidad las implicaciones a largo plazo de estas prácticas en la carrera profesional de los individuos y para desarrollar estrategias y herramientas que promuevan un equilibrio ético y efectivo entre la privacidad personal y las exigencias profesionales. Se anticipa que tanto empleadores como candidatos tendrán que ser cada vez más conscientes y estratégicos en la forma en que utilizan la información de las RR. SS. Por último, la educación y el desarrollo de habilidades en la gestión de la identidad digital se convertirán en aspectos considerables para el ámbito profesional. La alfabetización digital, la conciencia de la privacidad y las habilidades de marca personal serán cada vez más importantes en un mercado laboral que continúa integrándose con el mundo digital. Para cerrar este artículo, se sintetizan algunas recomendaciones para que, tanto empleadores como candidatos, pueden navegar con mayor efectividad en el complejo entorno de la identidad digital en el mercado laboral, maximizando los beneficios mientras se minimizan los riesgos asociados (Davison *et al.*, 2016; Giones y Serrat, 2010; Mababu, 2016; Williams y Almand, 2014; entre otros):

- Recomendaciones para empleadores: desarrollar y comunicar políticas claras sobre cómo se revisarán y utilizarán las redes sociales en el proceso de contratación; implementar programas de capacitación para los reclutadores y gerentes de contratación en sesgo inconsciente, asegurando que las decisiones se basen en habilidades y calificaciones, no en prejuicios personales; ser transparentes con los candidatos sobre el uso de sus redes sociales en el proceso de selección y, cuando sea posible, obtener su consentimiento; asegurarse de que la información obtenida de las redes sociales sea directamente relevante para las competencias y habilidades requeridas para el puesto; evitar cruzar la línea entre lo profesional y lo personal, puesto que respetar la privacidad de los candidatos es central para mantener prácticas éticas y legales.
- Recomendaciones para candidatos: ser conscientes de la imagen que se proyecta en redes sociales; mantener un perfil profesional y asegurarse de que la información personal no perjudique las oportunidades laborales; utilizar las RR. SS. para destacar habilidades, logros y experiencias; revisar y ajustar regularmente la configuración de privacidad en todas las plataformas de redes

sociales para controlar la información accesible públicamente; publicar contenido que refleje de manera positiva las habilidades y valores profesionales; ser conscientes de que los perfiles en RR. SS. y las huellas digitales pueden ser revisados por empleadores potenciales y prepararse en consecuencia, asegurando que la presencia en línea sea una representación precisa y positiva de sus capacidades profesionales.

6. REFERENCIAS

- Aguado, D., Rico, R., Rubio, V. y Fernández, L. (2016). Reacciones de los candidatos ante el uso de las redes sociales en selección y evaluación de personal. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 32(3), 183-190. <https://dx.doi.org/10.1016/j.rpto.2016.09.001>
- Davison, H., Bing, M., Kluemper, D. y Roth, P. (2016). Social media as a personnel selection and hiring resource: reservations and recommendations. En Landers, R. y Schmidt, G. (Eds.), *Social Media in Employee Selection and Recruitment* (pp. 15-42). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-29989-1_2
- Giones, A. y Serrat, M. (2010). La gestión de la identidad digital: una nueva habilidad informacional y digital. *BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació*, 24. <https://bid.ub.edu/24/giones2.htm>
- Hazelton, A. y Terhorst, A. (2015). Legal and ethical considerations for social media hiring practices in the workplace. *The Hilltop Review*, 7(2), 53-59. <https://scholarworks.wmich.edu/hilltopreview/vol7/iss2/7>
- Hernández, L., Liquidano, M. y Silva, M. (2014). Reclutamiento y selección a través de las redes sociales Facebook y LinkedIn. *Oikos: Revista de la Escuela de Administración y Economía*, 18(38), 37-61. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6025686>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista-Lucio, M. P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Kenneally, O. (2021). *The ethical concerns surrounding employers viewing employee's social media profiles in the recruitment process. Is this Information Considered in Hiring Decisions?* [Tesis de maestría]. National College of Ireland. <https://norma.ncirl.ie/5252/1/orlakenneally.pdf>
- Lam, H. (2016). Social media dilemmas in the employment context. *Employee Relations*, 38(3), 420-437. <https://doi.org/10.1108/ER-04-2015-0072>
- Lanusse, L. (2019). *Cuanta más información, ¿mejor? Un estudio sobre el uso de las redes sociales no profesionales en los procesos de selección del personal* [Tesis de Licenciatura]. Universidad de San Andrés. <http://hdl.handle.net/10908/16610>
- Liceda, E. (2011). La identidad digital. *Anales de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales*, 8(41), 295-304. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/20717>

- Mababu, R. (2016). Reclutamiento a través de las redes sociales: reclutamiento 3.0. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 10, 135-151. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5875160>
- Nores, L. (2016). Algunos puntos críticos sobre la repercusión de las redes sociales en el ámbito de las relaciones laborales: aspectos individuales, colectivos y procesales. *Revista de Información Laboral*, 7, 21-52. <https://www.uv.es/seminaridret/sesiones2017/redes/PonenciaNores.pdf>
- Roth, P., Bobko, P., Van Iddekinge, C. y Thatcher, J. (2016). Social media in employee-selection-related decisions. *Journal of Management*, 42(1), 269-298. <https://doi.org/10.1177/0149206313503018>
- Ruparel, N., Dhir, A., Tandon, A., Kaur, P. y Ul, J. (2020). The influence of online professional social media in human resource management: a systematic literature review. *Technology in Society*, 63, 101335. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101335>
- Sáinz-Peña, R. (Coord.). (2013). *Identidad Digital: El nuevo usuario en el mundo digital*. Fundación Telefónica.
- Van-Iddekinge, C., Lanivich, S., Roth, P. y Junco, E. (2016). Social media for selection? Validity and adverse impact potential of a Facebook-based assessment. *Journal of Management*, 42(7), 1811-1835. <https://doi.org/10.1177/0149206313515524>
- Vroman, M., Stulz, K., Stulz, E. y Hart, C. (2015). Employer liability for using social media in hiring decisions. *Journal Social Media for Organizations*, 3(1), 1-12. <http://www2.mitre.org/public/jsmo/pdfs/03-01-employer-liability.pdf>
- Williams, T. y Almand, A. (2014). The role of social media in hiring decisions. *Journal of Information Systems Technology & Planning*, 7(18), 53-74. <https://goo.su/yakSB>

AUTOR:

Marto Egido Piqueras

Centro de Estudios Universitarios (CEDEU).

Marto Egido Piqueras. Doctor en Derecho, especialidad Derecho del Trabajo en CEDEU Centro adscrito a la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid y en EAE Business School. Título de Abogado número 267/2015, expedido por el Ministerio de Justicia. Colegiado número 3303 por el Ilustre Colegio de Abogados. Periodista número 23600 de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España. Académico número 1641 de la Academia de las Ciencias y las Artes de la Televisión. Fue: Director Gerente emisora pública radio. Tesorero de la Junta Directiva de la Red Española de Teatros, Auditorios, Circuitos y Festivales de Titularidad Pública. Ministerio de Cultura. Adjunto a la Dirección de Producción Área de Noticias. Antena 3 Televisión, S.A. Jefe de Prensa Diputación Provincial de Albacete.

m.egidopiqueras@cedeu.es

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-0712-3225>

ARTÍCULOS RELACIONADOS:

- Domínguez Álvarez, J. L. (2020). La necesaria protección de las categorías especiales de datos personales. Una reflexión sobre los datos relativos a la salud como axioma imprescindible para alcanzar el anhelado desarrollo tecnológico frente al covid-19. *Revista De Comunicación Y Salud*, 10(2), 607-624. [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(2\).607-624](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(2).607-624)
- Macías González, G. G. (2017). Análisis de las redes sociales de las mujeres trabajadoras. El caso de la labor de investigación. *Vivat Academia*, 138, 56-76. <https://doi.org/10.15178/va.2017.138.56-76>
- Martínez-Nicolás, M., Catalina-García, B. y García-Galera, M. del C. (2024). El acceso al mercado de trabajo en la sociedad digital: Uso y valoración de los portales de empleo en internet. *Revista Latina De Comunicación Social*, 83. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2025-2316>
- Piedra Mayorga, V. M., Granillo Macías, R., Vázquez Alamilla, M. A. y Rodríguez Moreno, R. (2023). Procedimiento para el reclutamiento, selección e inducción del personal: perspectivas y tendencias. *Ingenio Y Conciencia Boletín Científico De La Escuela Superior Ciudad Sahagún*, 10(19), 61-69. <https://doi.org/10.29057/escs.v10i19.9820>
- Zanfirova T. A., Zhuravel, V. O., Karpushova, O. V., Kaylo, I. Y. y Kozachenko, S. V. (2022). Innovación Social para el fomento del trabajo digno de las personas con discapacidad: Innovación Social para el fomento del trabajo digno de las personas con discapacidad. *European Public & Social Innovation Review*, 7(1), 57-71. <https://epsir.net/index.php/epsir/article/view/173>