

EN PORTADA

< VIENE DE PÁGINA 1

versión más positiva de nosotros para conseguir algo: el puesto al que optamos”.

A la pregunta de hasta qué punto se puede fabular sobre las experiencias y capacidades en una entrevista, San Andrés responde que uno puede improvisar y decir que tiene tantas capacidades y/o experiencias como sea capaz de demostrar sobre la marcha (lo que implica que, realmente, uno no estaba mintiendo sino hablando de una capacidad que ni siquiera sabía que tenía antes). Añade que “las mentiras son un medio para conseguir algo: sea una promoción, un puesto o la fama. Que ese medio sea aceptable o no le corresponde establecerlo a todos los que rodean a un mentiroso”. Concluye que el límite tolerable “es aquel que no impida que se creen vínculos de confianza entre las personas. Si la confianza no es posible, nada que merezca la pena se hará en un grupo de personas”.

Ovidio Peñalver, socio director de Isavia, opina que “mentir habitualmente tiene que ver con una baja autoestima o un mal concepto de uno mismo. Es aparentar ser, tener o hacer algo que uno no es realmente, para buscar en los demás atención o admiración. Las mentiras tienen las patas cortas, y a la larga, nuestra confiabilidad e imagen se verá afectada y nos pasará factura”.

¿Se puede mentir?

Jesús Vega coincide en que “si algo puede dañar nuestra carrera y nuestro prestigio, eso es la mentira”. Ante este hecho, ¿nunca hay que mentir? Vega recuerda que “todos mentimos. Lo que está claro es que no deberíamos hacerlo si no tenemos habilidad para ello. Si alguien es bueno mintiendo (y sin que esto sea una justificación moral) puede hacer carrera falseando. La mentira entonces puede tener cierto recorrido a quien se le da bien. Recordemos la arenga de William Wallace en *Braveheart*: El líder motiva a los escoceses. Si ganan, esa exageración de la realidad merece la pena. Pero si no ganan, es mejor no mentir. Aquí, la mentira debe ir acompañada de la capacidad para obtener resultados”. Vega añade que “hay una parte de la mentira asociada al *storytelling*: son falsedades que nos queremos creer. Sabemos que son



cuentos, pero nos agrada escucharlos. Si quitamos el cuento, el relato se queda en nada”.

Esto tiene que ver con cuánto hemos de atenernos a la verdad en nuestro trabajo y en la vida en general. Juan San Andrés recuerda que “estamos en la época del *storytelling* y de la posverdad. El primero es la capacidad de narrar atractivamente los hechos. A menudo eso se ve facilitado por pequeñas mentiras. La posverdad no es más que la mentira desnuda enunciada con descaro. Que ambas cosas estén de moda sugiere que la tolerancia de la mentira es ahora mayor que antes. Es un hecho que los estándares éticos se han relajado, pero hasta qué punto esa relajación sea admitida dice mucho de una empresa, de un líder y de una persona”.

Andrés Pérez Ortega, consultor en estrategia personal, considera que “el error más letal que puede cometer una empresa, profesional o simplemente una persona es mentir, o más bien, que le pillen mintiendo. La mentira no tiene vuelta atrás. Una vez que se ha inoculado el virus de la duda, ya nadie podrá ser visto de la misma manera. Sólo quedan dos opciones: dedicar los próximos años a intentar recuperar esa confianza perdida o empezar de nuevo en algún lugar en el

Mentir habitualmente es aparentar lo que no se es y tener una baja autoestima o un mal concepto propio

La mentira no tiene vuelta atrás: al inocular el virus de la duda ya nadie puede ser visto de la misma forma

que nadie le conozca... Y eso hoy, es casi imposible”.

Pilar Jericó, socia y directora general de Be-Up, añade que “la mentira en las relaciones sociales de la empresa tiene un componente de *caer bien*. La mentira piadosa es una especie de pegamento social. Contribuye a la sociabilidad, pero no ayuda tanto como la sinceridad”. Jericó sugiere que “una mentira puede ser dar un *feedback* negativo para que una persona mantenga la tensión, o no se confíe”, y también habla de lo que se conoce como *síndrome del impostor*:

hay quien siente internamente la sensación de haber mentido. Todos dicen que es un *crack* pero usted no se ve así. Algunos estudios aseguran que 7 de cada 10 personas lo han sufrido alguna vez en su vida, entre otras, Michelle Obama o Howard Schultz, presidente y director ejecutivo de Starbucks.

Jorge Cagigas, socio de Epictetes, recuerda que “la mentira forma parte del ser humano y de las empresas. Cuando se produce, debe haber un juicio de valor por una de las partes. Pero puede que no haya intención de mentir. La falta de verdad no es estrictamente una mentira. No tiene que partir de la acción dolosa de tratar de engañar. Si alguien le pregunta ‘¿Me van a despedir?’, y sabe que sí, tal vez no pueda contestar, porque debe valorar qué responder para que haga el menor daño posible a la otra persona. Más que de mentir estamos hablando de usar la prudencia, la delicadeza o la diplomacia. Tenemos una obligación moral que nos pone en conflicto con la obligación moral de decir la verdad. En un mundo de relaciones complejas como el de la empresa hay respuestas que deben tamizarse para hacer el menor daño posible. Pero nunca bajo un prisma egoísta de falta de ética”.

Falsear el CV: un clásico peligroso

Ron Friedman, psicólogo y autor del bestseller ‘The Best Place to Work’, asegura que “el 81% de la gente miente durante una entrevista”. Numerosas investigaciones han calculado la cantidad de personas que falsean su vida laboral y por qué lo hacen. Por ejemplo, TalentWise concluye que los perfiles junior (entre 18 y 34 años) son más propensos a falsear datos en su CV que los candidatos de mayor edad, y esto se explica porque los jóvenes son más propensos a correr riesgos, aunque sepan que mentir en este tipo de cuestiones pasa factura a largo plazo.

Risk Advisory Group cifra en un 70% el porcentaje de currículos que contiene falsedades e imprecisiones, y el reciente ‘HireRight’s 2017 Employment Screening Benchmark Report’ asegura que un 85% de los candidatos suele mentir en el CV. El principal engaño en los currículos se refiere al conocimiento de idiomas, que se suele exagerar. No tiene mucho sentido, ya que para verificar estos conocimientos se hacen pruebas de nivel, y ahí se suele descubrir la falsedad. No hay duda de que, a pesar de las advertencias, muchos siguen corriendo un riesgo absurdo.

- Lo primero que debe tener en cuenta es que los empleadores se fijan cada vez más en la capacidad del candidato que en los títulos académicos. Esto convierte en inútil cualquier intento de engañar al reclutador.

- No mitifique el currículo hasta el punto de mentir por él. Los reclutadores se encuentran con grandes incógnitas cuando analizan el pasado de un candidato y tratan de pronosticar su comportamiento futuro. Los éxitos pasados en una compañía no aseguran éxitos futuros en otra, y la historia anterior en otra empresa no se repite en la nueva.

- Según CareerBuilder, el 70% de los empleadores usa ya las redes sociales para comprobar la veracidad de lo que afirman los candidatos en sus currículos, antes de que éstos lleguen a la entrevista. Es un filtro determinante para comprobar si se miente.

Diferénciese de verdad o aténgase a las consecuencias

- Todos tenemos un ‘Yo’ real que no siempre proyectamos de la misma manera. Guillem Recolons, socio de Soymimarca, recuerda que “el tipo de trabajo que gestionamos a veces nos obliga a determinadas rutinas sociales que no siempre caminan de la mano de nuestra verdadera personalidad. Hay una dicotomía entre el ‘Yo’ real y el ‘Yo’ social, y muchas veces el objetivo es generar un ‘Yo’ percibido e idealizado que dista de cómo somos realmente”.

- Para Carlos Rebate, autor de ‘Influencers, todo lo que necesitas saber de influencia digital’, mentir o mostrar una imagen ‘exagerada’ de uno mismo, tanto en analógico como en digital, es muy poco sostenible. Obliga a tener muy buena

Si adopta una posición impostada amparándose en la ambigüedad, tarde o temprano será descubierto

memoria o a enfrentarse con demasiada frecuencia al ‘síndrome del impostor’. Si eres Elon Musk, no necesitas especificar que eres un emprendedor en serie. La gente ya lo sabe, porque no es tonta. Hay muy pocas cosas más poderosas que la autenticidad. Si usted adopta una posición impostada amparándose en la ambigüedad, tarde o temprano será descubierto.

Por ejemplo, si dice que tiene estudios (sin especificar) en la Universidad de Stanford, quien lo lea interpretará que ha hecho algún curso de Stanford en Coursera desde su casa, posiblemente sin pagar las tasas. Si dice que es ‘Keynote speaker’ (sin especificar), pensarán que ha participado en una mesa redonda sin pena ni gloria, que además es la que casualmente usa en su foto de perfil. Y si dice que es ‘Serial Entrepreneur’ (sin especificar sus éxitos como emprendedor) pensarán que no ha tenido un éxito significativo en ninguna empresa. Poco a poco, hemos ido desarrollando un traductor simultáneo que resta toda aquella información exagerada, sobre todo si no va acompañada de datos o evidencias digitales”.