



# "Los vídeo-curriculum deben ser creativos sin extenderse en exceso"

El consultor José Antonio Rodríguez habló en Cecot del mercado laboral en internet

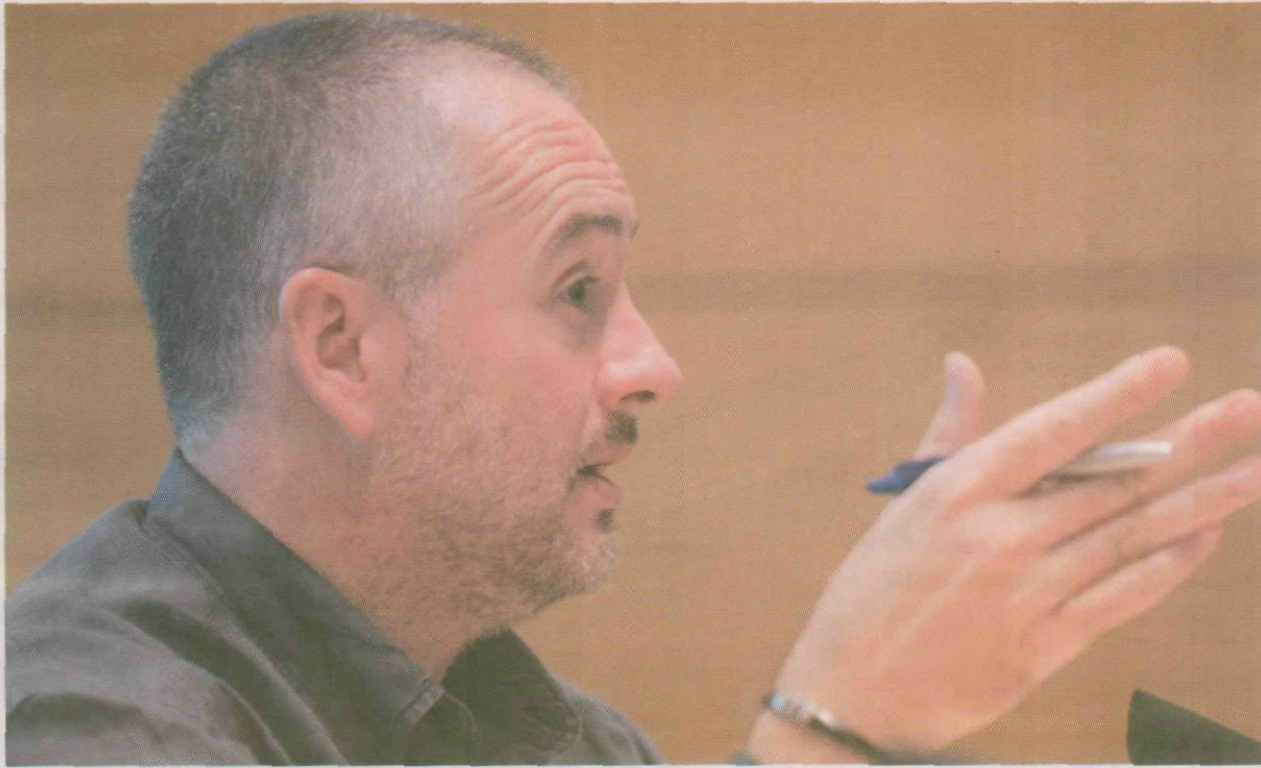
► Las redes sociales tienden a conectarse y ofrecen una visión global de los usuarios

Luis M. Andrés

Las redes sociales se han convertido en uno de los principales puntos de encuentro entre los expertos de recursos humanos y las personas que se encuentran en proceso de busca de trabajo, nuevas oportunidades o proyectos de colaboración profesional. Es lo que se denomina Talent Research 2.0, un concepto que aborda los cambios de reglas en el juego de selección de personal y las ofertas de trabajo en internet, que incluye el nuevo fenómeno de los vídeo-curriculum.

José Antonio Rodríguez, socio director de Lewis & Carrol y experto en el entorno 2.0 aplicado a los negocios, aseguró ayer en Cecot que la búsqueda de talento en la red es algo dinámico. "No es un acto puntual; entro, busco y me voy, sino continuo. No se trata de hacer una foto, sino una película". Rodríguez protagonizó una conferencia, a la que asistieron una treintena de empresarios, y que fue presentada por David Garrofe, secretario general de Cecot.

Rodríguez apuntó las principales características y funciones de las redes más populares, como LinkedIn, Facebook y Twitter, entre otras, y analizó fenómenos en auge en internet como la interconectividad creciente entre esas redes. "Han pasado de ser compartimentos estanco a que los usuarios asuman la idea de que tienen una presencia distribuida, lo que permite



José Antonio Rodríguez, socio director de Lewis & Carrol, y experto en redes sociales, ayer en la Cecot. C. CASTRO

un conocimiento más global de las personas". Si encontrar talento o un empleo es "más complicado" en programas generalistas como Google, ya que "no categoriza" las búsquedas, hacerlo en una red especializada en ello, como LinkedIn, puede resultar más exitoso siempre y cuando se tengan en cuenta asuntos "muy sencillos pero imprescindibles". Para empezar, tener el perfil siempre actualizado y que sea completo. "El veinte por ciento no tienen fotos y está demostrado que reciben diez veces más visitas aquellos perfiles que sí la incluyen. Además, las imágenes se deben actualizar y hacerlo de manera simultánea en todas las

## FRASES

"Un perfil en LinkedIn con foto actualizada recibe diez veces más visitas que otro sin la imagen o con ella desfasada"

"Klout.com permite a los 'twitteros' saber su relevancia en la red"

redes porque esa coherencia ya está diciendo mucho de ti". La selección de nuevos empleados, explicó Rodríguez, será más fácil y acertada si la empresa se mueve cotidianamente entre los grupos de usuarios y compañías de su mismo ámbito, es decir, acercándose a un segmento de relación "vinculados con mi negocio y que tengo ya monotorizados". En este sentido, recordó, por ejemplo, que en Facebook existen 650 mil grupos de usuarios, con intereses compartidos, y que el 65 por ciento de la personas de esta red se enmarcan en algún colectivo determinado.

Hablando de LinkedIn, añadió que

veinte segundos, su discurso ya no interesaba a nadie en la sala. Otros vídeos eran más interesantes, con presentaciones más atractivas y trabajadas, aunque en muchos casos excesivamente largos. "Más de dos minutos son difíciles de aguantar", comentó.

## SONROJADO

El ponente alertó de la exhibición de datos personales en una red como Facebook, ya que las empresas contratantes suelen aprovecharla para buscar información adicional sobre sus candidatos. Y empezó aclarando que el contenido que los usuarios vuelcan en Facebook puede restringirse. "Por defecto, los perfiles están abiertos, pero se pueden gestionar. No es cierto que todo el mundo puede ver lo que quiera. Lo que pasa es que pocos se entretienen en leer la directiva de privacidad de este programa".

Unos de los asistentes, ya en el turno de preguntas que siguió a la conferencia, reconoció que había descartado a algunos candidatos ya preseleccionados para su empresa cuando vio sus perfiles en Facebook, que me "hicieron sonrojar un metro por encima de mi cabeza", apostilló. En este sentido, y sin quitar la razón a este participante, Rodríguez puntualizó que todos somos "multifacéticos. Hay que tener en cuenta esas nuevas informaciones que ofrece Facebook, pero creo que no han de ser definitivas para detectar a un buen profesional. Lo que realmente vale al final es la entrevista personal". El ponente también señaló a Twitter como una red destinada más a satisfacer la "curiosidad de la gente" y su propio ego. En esto mencionó la red Klout.com, que permite saber el índice de relevancia e influencia de los "twitteros".