

## Redes sociales: ¿el CV del futuro?

En esta oportunidad me gustaría compartirles una nota de Pablo Ortigosa, consultor asociado de Agustina Paz & Asoc.

Los especialistas en hunting interpretan hoy a los datos que encuentran en la Web como fuentes de información sobre los candidatos. Pero ¿Cuáles son los límites? ¿Cuánto hay de mito y cuánto de verdad en esto?

Las relaciones interpersonales están cada día más mediadas por las nuevas tecnologías. La velocidad con la que se transforman y los avances constantes, imponen cambios en nuestras vidas no sólo en el aspecto social, sino también en el personal y aparentemente también en lo profesional. Este último es el que nos proponemos analizar.

Ya el fenómeno de la banda ancha masiva cambió fuertemente nuestros hábitos de comunicación; y luego la aparición de las redes sociales provocó mutaciones semejantes. Algunas alternativas que ofrecen desde el punto de vista de la comunicación son, entre otras, la posibilidad de reencontrarse con ex compañeros de trabajo y estudio, crear un perfil con todos nuestros datos, mostrar a todos nuestros amigos nuestras novedades, actividades y fotos; además de conectarnos con otros colegas. Nuestra información, de a poco, deja de ser privada y pasa al ámbito público, imponiendo nuevas reglas en lo que respecta a la obtención de datos históricos o presentes de los usuarios, por parte de otros, aún cuando no se conozcan.

Entonces, si cualquiera puede obtener información nuestra, eso implica que también potenciales selectores o jefes podrían encontrar datos, posturas, intereses, hobbies y círculos sociales, como parte de nuestra información personal, que escapa a nuestro perfil profesional o comercial.

Pero la pregunta que cabe hacerse entonces es: ¿Cuánto hay de cierto y cuánto de mito en todo esto?

En lo que respecta a **Facebook** es la red social que más relevancia ha cobrado en el último tiempo. Según Canal Ar, esta red ya tiene 40 millones de usuarios en América Latina. En lo que respecta a este medio podemos identificar un quiebre en lo que a información pública refiere. Hasta noviembre de 2008, el control en esta red social era casi nulo. Con resultados evidentemente peligrosos.

Luego de esta crisis, las redes sociales se cerraron mucho. Lo suficiente como para que los usuarios cierren sus perfiles, evitando entonces que se filtre información personal.

En el caso de **LinkedIn**, hablamos de una red en la cuál los perfiles son netamente de corte profesional- como armar un currículum- dónde los usuarios vuelcan la información que se desea mostrar sólo en lo referente a lo laboral o profesional. Esta alternativa es muy viable y fortalece el networking.

**Twitter** es una red social que no está muy difundida aún en nuestro país. Se caracteriza por el intercambio de mensajes cortos. En Estados Unidos fue utilizada por Barack Obama en su campaña. Si bien es una también es una buena opción, está en un momento de exploración por parte de los usuarios argentinos.

En la actualidad existe la creencia de que los selectores comenzaron a "espiar" a los prospectos candidatos a través de sus perfiles en las redes sociales, para conocer más acerca de sus conductas y habilidades sociales.

En este punto es necesario establecer una aclaración más precisa. Sumado al hecho de que en esta etapa las redes sociales se han cerrado más, se debe tener en cuenta que hoy la mejor opción para las búsquedas de este tipo de datos, no está en las redes sociales sino en la Web. Ingresando el nombre del candidato en Google, si obtiene mucha más información sobre juicios, episodios públicos, etc. Decisivos para la selección.

Lo que sí puede detectarse en las redes sociales es la trayectoria de una persona a través de los grupos o foros a los que se une. Esto es, saber si participa, si escribe artículos, si cuestiona, y qué tipos de cuestionamientos plantea. Desde esta óptica, por supuesto, esto puede beneficiar o perjudicar al candidato, según el criterio del selector, y la búsqueda en cuestión.

Si bien la investigación en la Web no se ha convertido en una herramienta habitual para las empresas, sí podemos decir que forma parte del día a día en las consultoras. Los selectores deben realizar largas búsquedas inteligentes, con el objetivo de extraer la mayor cantidad de información posible para dar con las necesidades de las empresas.

Otra creencia respecto de este tipo de investigación radica en pensar que los profesionales en RR.HH. miran las redes sociales para medir habilidades relacionales y motivacionales que de otro modo no se obtendrían.

La aclaración en este punto es que las mejores herramientas con las que cuenta el selector para recabar información acerca de estas competencias, siguen siendo la entrevista, los informes ambientales, los psicotécnicos, los estudios grafológicos e informes comerciales y/o laborales. No podemos afirmar que las redes sociales puedan reemplazar lo que el selector pueda interpretar e indagar mediante el encuentro cara a cara con el candidato.

Aún aclarado esto, es importante la precaución por parte de los usuarios. Sabemos y somos conscientes del alto grado de exposición que tiene nuestra información en la Web.

Publicado por Agustina Paz el Martes 1 de Diciembre de 2009

---