

VIDA DIGITAL • ANTE LA POSIBILIDAD DE LLEGAR A MAS CONTACTOS

# Más gente pide empleo vía redes sociales

Cada vez se ven más búsquedas publicadas en Twitter y en Facebook; también las empresas las utilizan para detectar talentos

FERNANDO MASSA  
LA NACION

Nunca se imaginó que lo conseguiría a través de Facebook. Sí por alguna recomendación, un amigo, un contacto. Hacía dos años que Diego Marcatelli, de 31, no tenía un trabajo fijo. Mientras tanto, se las arreglaba con un temporario de eventos infantiles. Había tirado currículums en distintos negocios de San Nicolás sin respuesta. “Te vamos a llamar, nos vamos a comunicar con vos”, le decían, pero nunca le llegó nada.

A Germán De Bonis lo conocía de unas charlas que éste había dado en una ONG. Y, como le gustó lo que habló, lo agregó en Facebook. Y un día esa amistad virtual se activó: navegando por la red social se enteró de la existencia de un grupo creado justamente por Germán, CunsuEmpleos, donde subían las ofertas y demandas laborales de la zona. Con un sólo clic, Diego ya era miembro del grupo. Lo chequeaba a diario. *Se necesita un mozo, un supervisor, un repositor.* Y al mes, encontró algo que le interesaba: asesores de venta. Voy a probar se dijo. Contactó a Germán que le pasó la página a donde enviar ese curriculum, y a pocos días ya tenía una entrevista. De 90 postulantes quedaron tres: Diego fue uno de ellos. Y hace una semana que ya está trabajando.

Es cierto que las búsquedas de empleo a través de las redes sociales no siempre tienen este final deseado. A veces son gritos que parecen quedar flotando en un muro de Facebook sin respuesta alguna, o un pedido que se multiplica a fuerza de *retweets* pero que nunca vuelve con una solución a mano. Pero, sin duda, es algo que se ve cada vez más en redes sociales como Twitter y Facebook, fines que justamente no tienen fines profesionales como sí LinkedIn o los portales de empleos.

Alejandro Melamed, doctor en ciencias económicas y autor de *Empresas + Humanas*, opina que este uso de las redes sociales es un mecanismo que cada vez se está imponiendo más. “Sirven como caminos alternativos y cada vez más compañías también lo están utilizando. Brindan más practicidad, acortan caminos y permiten conectarse con más gente”, dice.

Este combo de celeridad, cercanía y conexión inmediata con cualquier lugar del mundo tiene, sin embargo, otras cuestiones a las que atender. “Lo que hay que tener en cuenta a su vez –dice Melamed– es que todo lo que publicamos en la Web es público. Y probablemente esa persona que nos entreviste ya conozca todo sobre nosotros. Pero también es importante saber que, si no figuramos, no existimos.”

Para Dolores Rueda, fundadora y directora de la consultora en empleos y gestión de recursos humanos Dolores Rueda Selectores, donde reciben por día unas cien postulaciones, la principal función de las redes sociales en materia laboral se resume en la

siguiente ecuación: llegar a más gente en menor tiempo. Algo que no sólo es ventajoso para las empresas a la hora del reclutamiento, sino también para el candidato.

“Nosotros posteamos todas las búsquedas del mercado, no sólo las de la empresa. Y todos los que me siguen en Twitter pueden tener a mano esas búsquedas. Además, hace 20 años tenías que pelear más para llegar al dueño de una consultora. Hoy estás a un *tweet*”, dice Rueda, quien se encarga de manejar personalmente el Twitter de la consultora. Y pone otro ejemplo: antes, quien llamaba a las oficinas después de horario seguramente era atendido por un contestador automático. Hoy, si dan con ella *online*, la pueden consultar directamente a través de las redes sociales más allá del horario de oficina.

## Riesgo de engaños

Ante la consulta en el Facebook de LA NACION respecto de si los lectores habían buscado empleo vía redes sociales, Cecilia Ferro trajo a colación algo que se repetía en distintos comentarios: la informalidad de estas dos redes sociales. “En una primera instancia –escribió–, me parecen vías muy informales para buscar trabajo. Como parte de la familia de los medios, es innegable que las redes sociales repercuten lo que pasa afuera, del otro lado de la pantalla. Pero también es claro que por su gratuidad e instantaneidad dan más lugar al engaño.”

En ese sentido, Dolores Rueda destaca a LinkedIn como la red ideal para las búsquedas laborales. “Lo mejor es la posibilidad de búsqueda de perfiles y el contacto con ese perfil que estás buscando. Es una herramienta de trabajo *online*, dinámica que tiende a reemplazar al CV. La contra es que yo no me pongo a leer LinkedIn, si no que tenés que saber qué buscar”, dice.

Matías Ghidini, gerente general de la consultora en recursos humanos Ghidini Rodil, señala que de marzo a hoy la demanda laboral ha sido decreciente, algo que no quita que más gente se esté volcando a las búsquedas a través de las redes sociales. El también pone el acento en diferenciar lo que es una red profesional, como LinkedIn, de una red social. “Con Facebook o cualquier red social el problema no es la herramienta sino cómo se la utiliza. La herramienta *per se* no es mala. Pero en el fondo Facebook te sirve como comunicación, pero no como reclutamiento.”

Aunque Facebook tiene sus excepciones, como la mencionada CunsuEmpleos o como la herramienta que ofrece el sitio de empleos Zona Jobs en esa red social, Zona Jobs Professional, que permite tener un perfil profesional distinto del personal. Tal vez una buena solución para aquellos que no quieren mezclar las cosas a la hora de la búsqueda laboral en Internet.



## En Twitter

@FreakyXime

**XIMENA SAMBAN**  
“Busco trabajo en la zona de Parana o Santa Fe. Gracias”

@MattiPerez

**MATÍAS PÉREZ**  
“@fantinofantino Ale, soy DT de Fútbol Femenino. Busco trabajo. Te molesto con un RT. Gracias”

@alusalerno

**ALDI SALERNO**  
“Busco trabajo! D.”

@PituRomero

**NATA ROMERO**  
“Busco empleo en Bs As!! preferiblemente en el campo de ARQ!!! ... favor RT”

@mividaella

**AYELEN**  
“Busco trabajo, si es posible en el área de producción de tv/ cine/afines. Si alguien sabe algo lo agradecería mucho”

## Una solución, en grupo

Eran más de 50 mensajes por día con pedidos de trabajo los que recibía el nicoleño Germán De Bonis en su Facebook tres meses atrás. “Un golpe de realidad de la situación del empleo actual en mi ciudad”, lo define.

Ese primer grupo en Facebook era de clasificados, apuntado a la compra y venta de productos y la oferta de servicios. Pero la gente demandaba trabajo, algo que esa página no ofrecía. Entonces se preguntó: ¿cómo se puede aportar algo a esta situación? “Mi angustia por no poder dar una salida a estas solicitudes me llevó a crear un grupo llamado CunsuEmpleos, basado en una idea que traía en mi cabeza”, cuenta Germán, chef de profesión, que hoy se dedica al desarrollo web en San Nicolás.

Con CunsuEmpleos logró que la oferta y demanda laboral de un área que va desde San Pedro hasta Rosario convergiera en un mismo lugar; ahí en Facebook. “Al mes de estar en línea –cuenta– el grupo contaba con 2000 miembros entre invitaciones propias y ajenas; la gente comentaba, pedía



GERMÁN DE BONIS  
CREADOR DE CUNSUEMPLEOS

empleo y republicaba los avisos que veía en diarios, escuchaba en radios o leía al pasar por los comercios. Hoy, cerca del cuarto mes, el grupo en Facebook ha superado los 7000 miembros. Y ya nos han reportado más de 15 empleos conseguidos”.

Recientemente lograron un acuerdo de participación con la Municipalidad de San Nicolás: ahí derivan los currículums que la gente les envía para intentar ubicarlos en empresas locales. Era necesario: en sólo cuatro días, Germán había recibido más de 200.

## OPINION

# Cómo se construye la propia marca

ALEJANDRO MELAMED  
PARA LA NACION

Mucha gente suele adoptar el nombre de la empresa para la cual trabaja como su apellido de casado. El inconveniente surge cuando –por innumerables razones– ya no estamos más en esa organización: tenemos serios problemas de identidad marcaría y tal vez ya sea un poco tarde para resolverlos. ...

¿Cuál es tu verdadero valor? Una marca son percepciones, ¿tomaste conciencia de cómo te perciben? ¿Qué dicen de vos cuando no estás? ¿Qué hacés para mejorar esa percepción?

Asimismo, uno de los principales desafíos que presentan las marcas es la fidelidad. ¿Pensás que los otros son fieles a tu marca? ¿Estás presente en los lugares apropiados a través del tiempo? Una marca saludable requiere perseverancia, persistencia, consistencia y coherencia a través del tiempo. No es un solo un lanzamiento fugaz, sino que debe perdurar a través del tiempo.

¿Y debés comunicarla adecuadamente! ¿Cuáles son tus estrategias de comunicación de marca? Hay un aspecto que es clave para difundir tu marca propia: el boca a boca. ¿Pensaste qué huella estás dejando en los otros? Del mismo modo, en la era de la tecnología, cada vez tenemos más medios para comunicar. ¿Tenés presencia en la Web? ¿Cómo aparecés en Google? Para muchas cosas, si tu nombre no figura cuando te googlean, ¿no existís! Por otro lado, ¿tenés actualizado tu LinkedIn? ¿Tenés Twitter? ¿Tenés algún blog? ¿Lo usás para potenciar tu marca? ¿Cómo te conectás con tus potenciales clientes o consumidores?

Muchos podrán percibir que el concepto de marca personal es una idea utilitarista y mercantilista. ¡Nada más lejano! Es justamente recuperar el valor individual y diferencial de cada uno. Desarrollar nuestra marca personal no implica cosificarlos, sino trabajar desde la singularidad humana para potenciarlos en lo colectivo. Es distinguirnos como seres únicos e irrepetibles, contando al mundo, con humildad y confianza, pero con precisión, todo lo que somos y todo el valor que podemos agregar. En la diferenciación está nuestra oportunidad.

El autor es doctor en ciencias económicas y ha publicado *Empresas (+) humanas*.

CONFERENCIA EN EL MALBA

# La escena teatral como inspiración del diseño urbano

Los sociólogos Saskia Sassen y Richard Sennett propusieron dinamizar el espacio público

LORELEY GAFFOGLIO  
LA NACION

El desvelo viene desde el Renacimiento. El propio Bernini indagaba en la arquitectura de las urbes y en sus grados de interacción, e inclusión parangonándolas con lo que sucede, en menor escala, en el interior de los teatros.

Los reconocidos sociólogos Saskia Sassen, estudiosa holandesa de la globalización y de las mutaciones del espacio social, y su marido, Richard Sennett, norteamericano experto en las consecuencias del capitalismo global, tomaron la posta de esas mismas cavilaciones.

Se plantearon estudiar de forma multidisciplinaria cómo imprimirle una nueva dinámica, más inclusiva y protagonista, al espacio público urbano, entendido como área actualmente degradada de socialización.

El modelo de inspiración para ellos es el del ámbito teatral, con sus distintas evoluciones a través de la historia. Su estudio, un cruce de saberes, lleva por título *Theatrum Mundi/ Calle global* e indaga en las morfologías escénicas de cuatro ciudades, Londres, Nueva York, Fráncfort y Berlín, como arquetipos de interacción social.

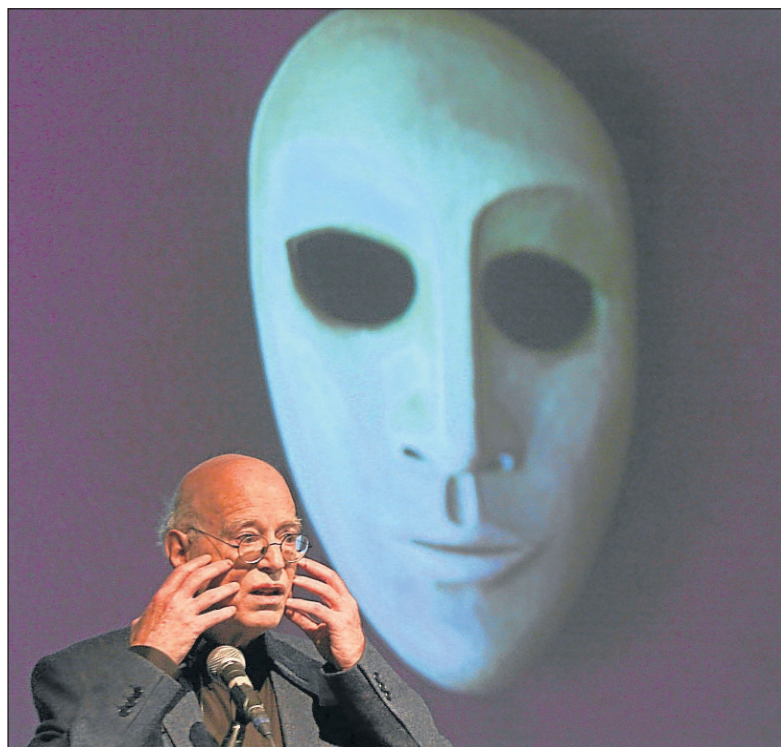
“¿Hay algo que aprender o emular del mundo del teatro en el afán de

hacer más vívida la calle urbana, hundida hoy en el desastre?”, desafió Sennett, frente a un auditorio colmado de público, ayer, en el Malba.

Director y fundador junto con Susan Sontag del Instituto de Humanidades de Nueva York y profesor de la London School of Economics, Sennett explicó la progresión hacia una unidad de tres conceptos sociológicos básicos como contenedores del tejido social, en las diferentes arquitecturas teatrales: “La porosidad, tanto de las calles como de los escenarios en tanto nexos para la interacción; la presencia, como ocupación tangible de un ámbito, y la actuación, es decir, el desenvolvimiento de los individuos o actores en un espacio determinado”, teorizó.

Sus alusiones filosóficas a la paradoja de Diderot, trasladada al aserto de que la intensidad de la experiencia teatral actúa en detrimento del concepto de porosidad, o su evocación de la Máscara de Lecoq, como la necesidad del actor de filtrar su emoción para hacer más efectiva su performance, fueron todas metáforas de las que Sennett se valió para hablar de la relación que se establece entre lo que sucede en el escenario y en la calle. Insistió sobre la necesidad de “informalizar” o hacer menos vertical a la escena artística.

Sennett disertó en un inglés pau-



MARIANA ARAUJO

Richard Sennett habló de la máscara como estrategia de interacción

sado, nutrido de ironías y abstracciones, que el público celebró.

“Hay una necesaria distancia entre el público y el performer que debe usar la máscara para permitir que la platea sienta más”, afirmó. Sassen, a su turno, se refirió a la degradación de los espacios urbanos comunes y a la ausencia de una voz para las ciudades.

“Las ciudades si tienen voz, pero los que las usamos nos hemos olvidado ese idioma o ya no lo entendemos. Una ciudad no es lo mismo que un terreno construido densamente”, enfatizó.

En perfecto español, Sassen parangonó a la delincuencia, a las guerras y hasta a las desigualdades como las principales amenazas silenciadoras de esa voz ciudadana.

Con Nueva York como ejemplo, dijo que en 1979, el 1% de los salarios

más altos de la pirámide profesional representaba el 12% del total de los salarios generados en Manhattan. En 2009, ese 1% representaba el 44% de los salarios. “Esa desigualdad *desurbaniza* a la ciudad, le arranca su voz”, arremetió.

Se refirió luego a las capacidades urbanas, la mezcla de espacios y de gentes, como factores dinamizadores del espacio público.

“El espacio público se hace y se construye. Comparte prácticas rituales, hay un código que todos conocemos. Es allí cuando la ciudad habla”, puntualizó. “En la calle global, con sus muchos inmigrantes, en cambio, no hay un factor de cohesión ni prácticas ritualizadas. Los códigos comunes se inventan, se ensayan para cimentar un presente en común. Sobre todo de los que carecen de poder”, concluyó.

EN SEPTIEMBRE, EN BUENOS AIRES

# Encuentro mundial de espiritualidad

Fue presentado ayer con la presencia de uno de los 33 mineros chilenos; viene Ravi Shankar

Con la presencia de Mario Sepúlveda, uno de los 33 mineros chilenos sobrevivientes en el derrumbe de la mina San José, de Copiapó, y de Carlos Páez Vilaró (hijo), sobreviviente a la tragedia de los Andes, el jefe de gobierno porteño presentó ayer FeVida 2012, el primer encuentro de espiritualidad de América latina.

El encuentro, que contará, además, con la asistencia de Sri Sri Ravi Shankar, creador de El Arte de Vivir, tendrá lugar del 6 al 9 de septiembre en el Predio Municipal de Exposiciones, en el marco de la campaña “Buenos Aires Capital Mundial del Amor”.

Ravi Shankar es un líder humanitario nacido en la India, maestro espiritual y embajador de la paz reconocido internacionalmente y con muchos seguidores en la Argentina. Su visión de una sociedad libre de estrés y de violencia ha atraído a millones de personas en todo el mundo a la Sudarshan Kriya, una poderosa técnica de respiración.

También participarán del encuentro espiritual Daniel Goleman, un psicólogo internacionalmente reconocido, autor del exitoso libro *Inteligencia emocional*; Nah-Kin, una guía espiritual que imparte y difunde los conocimientos de la civilización maya; y René Mey, un humanista francés que aprendió una técnica de meditación profunda, y durante 2 años se enfocó completamente a su práctica para bloquear por completo sus pensa-

mientos, entendiendo que éstos son los que limitan a las personas y les impiden ir más allá de sus sentidos.

Además asistirá Dadi Janki, una de las líderes espirituales del movimiento espiritual Brahma Kumaris; Rigoberta Menchú, líder indígena guatemalteca y ganadora del Premio Nobel de la Paz; Adriana Macías, autora del *best seller Abrazar el éxito*; e Isha, considerada “embajadora de la paz” y creadora del Método Isha.

A su vez participarán especialistas nacionales como las autoras de *Confianza Total* Verónica y Florencia Andrés; Bernardo Stamatias; Ari Paluch; Nacha Guevara; Ricardo Lorenzetti; Norma Morandini y Juan Carr, creador de la Red Solidaria.

FeVida está organizado por Sinnergy y contará con el apoyo del gobierno de la ciudad de Buenos Aires. Según sus organizadores, será un encuentro dedicado a la búsqueda del equilibrio y la salud tanto física como espiritual en un mundo moderno marcado por el estrés y la violencia.

Parte del dinero recaudado será destinado a las ONG Avivi; Asociación Madres del Dolor; Comedor Los Piletones-Fundación Margarita Barrientos; y la Casa Garrahan, entre otras.

El costo de las entradas partirá de los 40 pesos. Para más información puede consultarse la página web [www.fevida.com.ar](http://www.fevida.com.ar).