



Tirada: 306.868	LA VANGUARDIA DINERO	Nacional	Semanal	Superficie: 951,00 cm²	Ocupación: 84.55%	Valor: 24.989,40	
Difusión: 251.766 (O.J.D)							
Audiencia: 881.181 (E.G.M)	Economía			Página: 17			1 / 1
Ref: 2671456	2ª Edición		02/08/2009				

EMPLEO

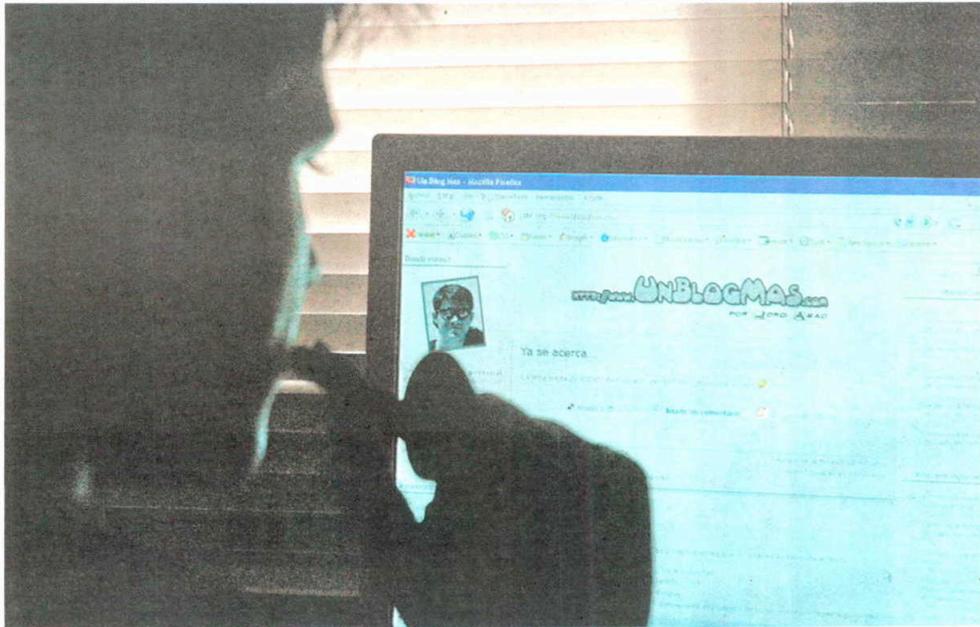
TODOS ENREDADOS

50%
de los internautas
españoles de entre

16 y 45 años utilizan las redes sociales de internet, según Zed Digital

Claves para triunfar en la red

Muchos internautas tienen blogs de carácter personal donde explican su vida o sus viajes. Pero si se busca sacar rédito laboral a la bitácora, los contenidos deben ser muy selectivos y relacionados con nuestro ámbito profesional



Mantener actualizado un blog de carácter profesional que pueda resultarnos útil para nuestra carrera implica horas de dedicación

JORDI BELVER / ARCHIVO

HERRAMIENTAS 2.0.

Los blogs amplían horizontes

Escribir una bitácora relacionada con nuestra profesión puede brindarnos oportunidades laborales

Nuria Peláez

En un mercado laboral donde cada vez hay más candidatas para menos puestos de trabajo, diferenciarse se ha convertido en un factor clave. Algunas empresas tienen la costumbre de introducir el nombre de los candidatos en Google y comprobar qué tipo de resultados encuentran. En la mayoría de casos no hallarán más que un link de Facebook, y a veces ni eso. Pero, ¿y si al buscar apareciera un blog donde el candidato demuestre ser un experto en su ámbito profesional?

"Aún no es muy frecuente que los candidatos dispongan

de blogs propios, pero para una firma de selección es una excelente fuente de información adicional que complementa los datos del C.V., excesivamente estructurado y formal", explica Ernesto Poveda, socio director de Icsa Recursos Humanos. En su opinión, los blogs se tienen especialmente en cuenta en los procesos de selección para posiciones medias y altas en perfiles de docencia o investigación universitaria y en el área de comunicación.

"Cuando le dices a un director de Recursos Humanos que eres experto en un determinado ámbito, espera que al poner tu nombre en Google encuentre un blog tuyo sobre el tema", destaca Enrique Dans, profesor del Instituto



Beatriz Vera, de 30 años, es psicóloga y autora de un exitoso blog de shopping

ENTREVISTA

"La recompensa es enorme"

Beatriz Vera, de 30 años, es psicóloga de formación y una apasionada del mundo de la moda. El año pasado creó un blog con su propia guía de tiendas de Madrid (www.condosbolsasencadama.com). "Nunca pensé que se convertiría en una parte tan importante de mi vida, no sólo personal sino también profesional", reconoce. Le dedica muchas horas y esfuerzo pero lo hace "encantada pues la recompensa es enorme, tanto por las muchas visitas que recibe diariamente el blog como por las oportunidades

de trabajo que me ha brindado". Y es que, gracias a su blog, Vera ha conseguido colaboraciones en revistas del sector, prepara un proyecto piloto para un programa de televisión e incluso está organizando su propio desfile de diseñadores. "No creía que me abriría tantas puertas, pero el blog es una herramienta de comunicación muy poderosa que no va a tardar en rivalizar con las tradicionales -profetiza-: muchas empresas ya se están dando cuenta de ello y ya consideran al blogger como un serio candidato para sus puestos".

de Empresa y autor de uno de los 50 blogs más influyentes de España según el ranking de Wikio. Para Dans, "el blog es una herramienta donde proyectas la imagen que tú quieres y te permite posicionarte a ti mismo como una referencia en la red", por lo que siempre recomienda crear uno a sus alumnos de la escuela de negocios. "En España existe la imagen errónea de que el blog es una forma de cultivar el ego -lamenta Dans-. Yo no estoy buscando trabajo, pero el blog me ha abierto muchas puertas".

En E.E.U.U. son habituales los libros con consejos sobre cómo crear un blog que ayude profesionalmente a su autor: lo más importante es escribir contenidos de calidad, relacionados con el ámbito profesional del autor, y huir de temas polémicos. En España aún se habla poco del tema pero algunos blogueros ya han comprobado los beneficios de dedicar unos minutos diarios a su página. Es el caso de Cristina Acéd, consultora y autora de un blog sobre comunicación corporativa y periodismo digital. Dice que su blog se ha convertido en "un excelente escaparate profesional" gracias al cual le han surgido colaboraciones, conferencias y hasta una invitación para coescribir un libro. "Si se publica contenido de calidad y se invierte tiempo en mantenerlo, el blog puede proporcionarnos interesantes oportunidades profesionales -destaca Acéd-. De hecho, hoy en día no estar presentes en la red puede hacernos perder ofertas laborales, en especial en sectores como la comunicación y el marketing, donde cada vez es más necesario demostrar que se dominan las herramientas 2.0".

Raúl Hernández empezó creando un blog anónimo (www.vidaeunconsultor.com), que en dos años ha recibido más de 600.000 visitas. "Poco a poco empecé a establecer contactos y cada vez se fue haciendo más evidente que algún día tendría que salir del armario y dar la cara con nombre y apellidos", recuerda. De paso, decidió colgar su currículum completo, que ya ha recibido unas 14.000 visitas. "Mi blog me permitió dar un giro a mi carrera y establecerme como consultor individual -destaca Hernández-. Me ha proporcionado unos cuantos clientes gracias a la red de contactos que se va tejiendo en torno a él: gente que lee tu blog, gente a la que lees, gente con la que interactúas...".

Iván Pino, experto en comunicación digital y bloguero, asegura que el blog es el formato ideal para cultivar nuestra identidad digital. "Nos ofrece gran autonomía para expresar nuestra personalidad y versatilidad para establecer relaciones con otras personas en la red -destaca-. Creo que todo profesional consciente de su propia marca debería preocuparse por desarrollarla en internet".