

Càpsula de coneixement

L'ús del les eines 2.0 per a la recerca de feina i el desenvolupament professional.

Context

Internet ha suposat una revolució tecnològica a escala mundial que ha donat pas a una societat informacional, definida per la generació, gestió i l'ús de dades. Les tecnologies del processament de la informació i la comunicació, cada cop més, es fan servir en la majoria d'àmbits de la nostra vida, tant personal com professional.

Amb l'aparició del **Web 2.0** canvia la manera en què el consumidor/a interacciona amb els continguts d'Internet. S'ha passat d'un web 1.0 estàtic (accés a uns continguts i informació del Web, produïts per un gestor o webmaster per a ser consumits pels/les visitants del site), a un nou model més dinàmic i interactiu. A l'entorn 2.0 la informació i els continguts són compartits i produïts directament o indirecta pels propis usuaris/àries del portal. Així, els consumidors/es d'informació, gràcies a l'existència de les eines i plataformes que el web 2.0 posa a la seva disposició, s'han convertit a la vegada en productors/es de la informació que ells/es mateixos consumeixen.

L'usuari/ària, en la seva interrelació amb altres usuaris/àries o bé amb la generació de continguts, deixa una petjada, un rastre digital a la xarxa. És per això que diem que Internet "parla de nosaltres", tot conformant la nostra **identitat digital**. A través de la informació que deixem a Internet, podem construir-nos un nom professional. **Actualment, disposar d'una bona identitat digital s'està convertint en una eina que ens pot ajudar en el nostre desenvolupament personal i professional.**

La identitat digital i la recerca de feina

Actualment, el fet de disposar d'una identitat digital que ens defineixi i ens doni visibilitat com a professionals a la xarxa esdevé important per al foment del nostre desenvolupament professional. Tanmateix, la nostra identitat digital no ha de projectar una imatge de nosaltres mateixos que ens perjudiqui o ens qüestionari com a professionals. Això implica una gestió activa de la nostra identitat digital, principalment a dos nivells:

- Foment i creació de comunicacions i continguts, que presentem a la xarxa, a través dels quals definim **una identitat digital professional** concreta.
- El control de les informacions que apareixen vinculades a la nostra identitat digital, això és, com apareixem a Internet i com són valorats els continguts relacionats amb la nostra identitat on line (és el que anomenem **reputació on line**).

Davant de la multiplicitat d'eines 2.0, amb les diferents utilitats que aquestes ens ofereixen, es fa necessari el coneixement d'aquests recursos dels diferents recursos. Com a pas previ, però, és pertinent que ens fixem un objectiu específic respecte la nostra identitat digital (què volem aconseguir, quina imatge professional volem projectar, quina presència volem tenir a Internet).

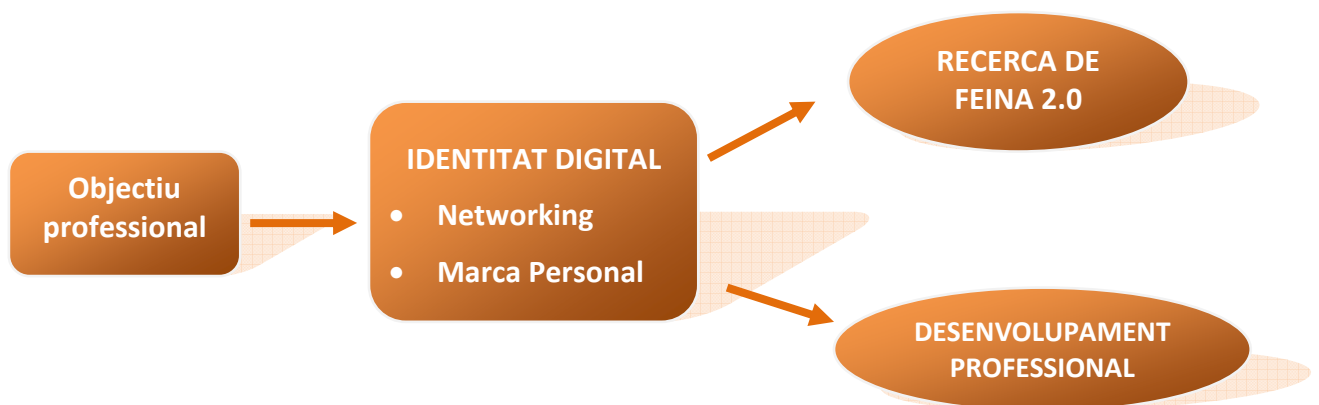
Barcelona Activa

Capital humà

Un cop definits aquests objectius, ens resultarà més fàcil trobar aquells recursos web 2.0 que donen resposta als nostres objectius.

El web 2.0, ofereix noves oportunitats per a la recerca de feina, amb eines que van més enllà del currículum per a definir-nos com a professionals. Tradicionalment, la recerca de feina a través d'Internet havia consistit, principalment, en la cerca d'ofertes en webs especialitzats (portals d'ocupació) i inscripció a les ofertes publicades, amb el posterior seguiment de les accions empreses. Aquest model de recerca compta amb diversos inconvenients, sobretot derivats del poc marge d'acció del candidat/a, que no pot establir una estratègia elaborada per a la consecució del seu objectiu laboral, tot esdevenint sovint una recerca passiva.

La gestió de la identitat digital envers la recerca de feina crea nous models de recerca d'oportunitats que transcendeixen els portals d'ocupació. En el nou context que ofereix el web 2.0, el candidat/a pren un paper molt més actiu. La nostra identitat digital, en tot cas, es pot convertir en una potent eina per a trobar feina dins aquest nou context de recerca: la recerca de feina 2.0.



Objectiu professional / Estratègia: Aquest apartat és comú a qualsevol procés de recerca de feina, siguin quins siguin els canals o les eines que fem servir per al procés. És important fixar uns objectius a curt, mig i llarg termini, i així poder determinar l'estratègia per a la consecució dels mateixos: quines accions hem d'emprendre, quina metodologia... En funció del tipus de feina que estiguem buscant, només si tenim clar què volem aconseguir podrem definir una estratègia efectiva i efectuar les accions pertinents. Així, ens hem de plantejar les següents qüestions:

- De què volem treballar?
- Què sabem fer?
- De què tenim formació i experiència?
- Quin és el nostre perfil?
- Quins són els requisits que demanda actualment el mercat de treball?

Networking: Una de les bases de la recerca de feina 2.0 radica en les possibilitats que les plataformes de *social media* ens ofereixen per a potenciar el networking, això és, la creació i manteniment de contactes que podem aprofitar per al nostre desenvolupament professional. La utilitat dels contactes es troba en la potencialitat de conèixer oportunitats laborals, propiciades pels nostres contactes i per aquells a qui coneixen els nostres contactes. Gran part de les vacants de llocs de treball es cobreixen a partir de contactes (no s'arriba, per tant, a fer pública l'oferta).

Marca personal (personal branding): Fa referència a tot allò que ens diferencia, ens fa sobresortir i ens dona visibilitat dins un entorn determinat. Ens permet, mitjançant la

Barcelona Activa

Capital humà

identificació i comunicació d'aquells aspectes rellevants de la nostra identitat on line, que podem ser recordats, ser tinguts en compte, ser l'opció preferent i finalment, ser escollits.

Eines 2.0 per la construcció de la identitat digital professional.

Xarxes socials generalistes:

- Les xarxes socials a Internet (*social media*) permeten la interacció social, definida aquesta com l'intercanvi dinàmic entre persones, grups i institucions. Possibiliten la interacció amb altres persones tot i que no les coneixem; és un sistema obert que es va construint permanentment amb allò que cada usuari/ària aporta.
- Permeten la creació i gestió d'un espai personal, aportar informació sobre allò que es coneix, el foment de contacte amb coneguts/es o bé amb persones amb qui es comparteixen inquietuds, opinions, etc. Aquesta eina facilita la comunicació, la discussió, la filiació a determinats grups... Per tant, la utilitat última de la xarxa social dependrà de l'objectiu que l'usuari/ària s'hagi marcat.
- Exemples: <http://www.facebook.com/>
<http://www.myspace.com/>
<http://www.tuenti.com/>

Xarxes socials professionals:

- Xarxes socials específiques, que a diferència de les xarxes socials genèriques, tenen un eix temàtic concret. En aquest cas, les xarxes socials professionals tenen l'objectiu de fomentar el networking i la interrelació entre diferents professionals que comparteixen el seu perfil professional. Podem trobar xarxes socials professionals genèriques o bé xarxes especialitzades en un determinat sector, tipus de perfil professional, etc.
- L'usuari/ària de la xarxa professional fa servir aquesta plataforma amb dos objectius: donar-se a conèixer com a professional i establir contactes productius amb altres professionals que puguin contribuir al seu desenvolupament professional.
- Cada cop són més les empreses que utilitzen aquestes xarxes com a font de reclutament i selecció de perfils, en poder consultar els perfils professionals dels usuaris/àries.
- Exemples: <http://www.linkedin.com/>
<http://www.xing.com/>
<http://www.viadeo.com/>

Blogs (Weblog, bitàcora):

- Lloc web que recopila cronològicament textos o articles (del més recent al més antic) d'un o varis autors/es, encarregats de la seva actualització, i que compten amb la llibertat de publicar allò que creguin més pertinent. Els "posts" (així s'anomenen els articles que apareixen al blog) poden ser comentats per altres usuaris/àries.
- Els articles i les opinions vesades en un blog poden tenir un caràcter personal o bé temàtic, o bé combinar tots dos tipus de continguts. En la primera tipologia, l'autor/a del blog té una oportunitat de fer valer el seu estil de vida, els seus gustos, les seves opinions i creences personals; en el temàtic els seus coneixements específics o experts. Si volem associar la creació del blog a la nostra identitat digital professional, és preferible que aquest tracti d'aspectes que tinguin relació, ni que sigui tangencial, amb la nostra ocupació o àmbit professional.

Barcelona Activa

Capital humà

- Exemples: <http://www.blogger.com/>
<http://es.wordpress.com/>

Microblog:

- Servei que permet als usuaris/àries enviar i publicar missatges breus (140 caràcters) a través del mateix lloc web. Les actualitzacions són mostrades a la pàgina de perfil d'usuari/ària, també són enviades immediatament a d'altres usuaris/àries que han escollit l'opció de rebre-les. L'usuari/ària que envia el missatge pot escollir si aquest serà visible per a tots els usuaris/àries del servei, o bé només per a aquelles persones que ell hagi escollit.
- Amb el microblogging es poden difondre missatges de forma senzilla i immediata. Permet doncs la publicació d'informació en tot moment i lloc. També permet el seguiment de tòpics de conversació que interessin a la persona, o bé a seguir l'activitat d'alguna persona en concret. També és utilitzat freqüentment per a comunicar actualitzacions d'un blog.
- Exemples: <http://twitter.com/>
<http://www.jaiku.com/>

Multimedia sharing (compartir multimèdia)

- Serveis web que faciliten l'emmagatzematge on line i ofereixen la possibilitat de compartir continguts multimèdia (fotos, arxius de so, vídeo, presentacions, etc).
- És la manera de poder divulgar aquells continguts que un usuari/ària ha generat en algun dels formats especificats; així, sempre i quan siguin publicacions de qualitat, hom pot deixar constància o bé il·lustrar els seus coneixements, opinions, etc., i donar valor afegit a la seva identitat digital.
- Exemples: <http://www.youtube.com/> ▶ Publicar i compartir vídeos
<http://www.flickr.com/> ▶ Publicar i compartir fotografies
<http://www.slideshare.net/> ▶ Publicar i compartir presentacions
<https://docs.google.com/> ▶ Publicar i compartir textos, fulles de càlcul...

Vídeo Cv:

- Les possibilitats d'interacció que ens ofereix l'entorn web 2.0 ha permès l'aparició de nous procediments de candidatura digital per la recerca de feina. Un d'ells és el Vídeo CV. En aquest nou format de CV, el candidat/a explica en una gravació de no més de 3 minuts les seves dades personals, formació, experiència laboral i altres informacions que desitgi. Aquest vídeo pot ser publicat en els perfils de *social media* de què disposi el candidat/a, o bé en llocs web genèrics per a la publicació de vídeos (Youtube, per exemple), o bé en plataformes específiques destinades a la creació i publicació d'aquest tipus de document, que a més ofereixen serveis d'intermediació amb empreses per a que aquestes el puguin consultar.
- Aquesta nova eina per a la recerca d'ocupació permet al candidat/a, per una banda, fer visibles aspectes personals i professionals que no és possible mostrar en el CV tradicional (habilitats comunicatives – verbals i no verbals –, capacitat de síntesi, dinamisme...) D'altra banda, ajuda al seleccionador/a a complementar la informació present en el CV tradicional i li facilita l'elecció dels candidats/es que passaran a la fase d'entrevista.
- Exemples: <http://www.futuracv.com/>
<http://www.videocurriculum.es/>

Sindicació de continguts:

- Recurs que permet rebre informació i notícies sobre actualitzacions d'aquells webs o blogs que l'usuari/ària hagi seleccionat (s'hagi subscrit). És un mitjà de redifusió dels continguts d'un web: ser subscriptors/es d'un determinat site, i d'aquesta manera estar sempre informats de les novetats. La redifusió es fa mitjançant un canal web o web feed. Tanmateix, altres usuaris/àries també poden rebre informació sobre les actualitzacions i continguts que publiquem en els nostres perfils on line de les eines de social media que fem servir.
- És la manera en què altres usuaris/àries poden rebre comunicacions de les actualitzacions que fem nosaltres dels nostres blogs. Així, podem compartir de forma àgil els continguts publicats i donem més visibilitat a la nostra identitat digital. I a l'inrevés: podem disposar d'informació actualitzada d'aquells webs que ens interessin: no cal la visita continuada al web per conèixer quan i quina actualització ha tingut lloc.
- Exemples: **RSS / ATOM**
XML

La reputació on line

En la mesura que fem servir eines 2.0 per a la recerca de feina, hem de ser especialment curosos/as amb el que Internet diu de nosaltres, això és, assegurar-nos de que la nostra identitat digital projecti una bona imatge professional de nosaltres mateixos/es, o si més no, que no parli malament de nosaltres com a professionals.

Presentem a continuació exemples de com la informació present sobre nosaltres a Internet pot projectar una imatge perjudicial del nostre perfil professional.

2 CASOS REALS

X tenia una entrevista de feina, però va trucar a l'empresa comunicant que no es trobava bé, demanant si era possible canviar la data de l'entrevista. L'empresa va informar que no hi havia cap problema, proposant una nova data per a la trobada. El responsable de selecció, però, va tenir la idea d'introduir el nom de X a Google, i va poder accedir al seu perfil de Facebook, que estava obert. La seva sorpresa va ser majúscula en veure que el candidat havia publicat al seu perfil que aquell mateix dia anava a la platja amb un amic.

➔ **Creieu que aquesta persona va superar el procés de selecció?**

- ✓ Uns treballadors acomiadats d'una importat empresa d'aviació van difondre diversos rumors a Facebook sobre la seva ex-empresa, qüestionant l'estat i la higiene dels avions, o el tracte que els pilots dispensaven als passatgers.

➔ **Penseu que és una bona idea parlar malament a Internet de les anterior empreses on s'ha treballat?**

La **reputació on line** és el judici de valor envers el que algú veu a Internet; en cas que la imatge projectada per la nostra identitat virtual sigui positiva, la nostra reputació on line serà bona; en cas contrari, una mala reputació on line pot tenir uns efectes negatius envers la nostra projecció professional. La reputació digital està directament relacionada, doncs, amb la validesa de la marca personal que hem creat a la xarxa.

Barcelona Activa

Capital humà

Si volem que la nostra identitat digital sigui efectiva per a trobar feina, o bé no ens perjudiqui envers el nostre desenvolupament professional, l'hem de gestionar de forma activa i conscient. És pertinent, doncs, que fomentem d'una banda la nostra reputació digital, per tal de guanyar visibilitat i prestigi a Internet, i d'altra banda evitem elements que puguin perjudicar la nostra imatge.

Segons com sigui la petjada que el candidat deixa a la xarxa – segons com sigui la seva reputació on line – el seleccionador s'emportarà una impressió de nosaltres, que pot ser:

Favorable: Si es confirmen les dades del nostre perfil off line (el que reflecteix el nostre currículum), es demostra activitat relacionada amb la nostra professió (com ara escriure en un blog), s'indiquen intercanvis d'informació amb altres experts de la nostra activitat.

Neutra: Apareixen dades que no serveixen per a valorar professionalment al candidat/a (hobbys poc rellevants per la nostra activitat laboral, comentaris a notícies de premsa digital...).

Desfavorable: Dades que contradiuen el CV, activitats no ètiques, comentaris negatius per part d'altres persones...

Inexistent: Quan no es troba cap rastre de la persona (en aquest cas, es podria induir que no és competent en l'ús de les noves tecnologies i l'entorn web 2.0). Segons quins sigui el nostre objectiu professional i el perfil pel qual busquem feina, tal i com veurem, no aparèixer a Internet pot ser sinònim d'una mala reputació digital.

Tota informació publicada a Internet deixa una petjada que és molt complicat d'esborrar després. Hem de ser curosos/es, doncs, amb les nostres comunicacions i amb tota informació que publiquem. També hem d'estar al corrent de les informacions que hagin publicat tercers sobre nosaltres mateixos/es. És pertinent, doncs, "monitoritzar" els continguts apareguts a la web que tinguin relació amb la nostra persona (realitzar cerques periòdiques del nostre nom als cercadors d'Internet, per ex.).

Exposem a continuació els aspectes més i menys valorats per les empreses quan consulten els perfils de possibles candidats:

REPUTACIÓ POSITIVA	REPUTACIÓ NEGATIVA
<ul style="list-style-type: none">✓ Evidències de les qualificacions professionals del candidat.✓ Bona capacitat de comunicació.✓ Una xarxa de contactes sòlida.✓ Creativitat.✓ Imatge professional.✓ Premis i recomanacions.✓ Referències positives d'altres persones.	<ul style="list-style-type: none">✓ Falsejar informació sobre les qualificacions personals.✓ Poques habilitats comunicatives.✓ Fer comentaris discriminatoris.✓ Aparèixer en fotografies consumint alcohol o drogues.✓ Publicar informació o fotografies considerades provocatives o inadequades.✓ Realitzar comentaris negatius sobre empreses on s'ha treballat, antics caps...

Reclutament i selecció 2.0

Cada cop és més freqüent que els/les professionals de Recursos Humans cerquin candidats/es fent servir els mitjans dels *social media*. Una altra dada rellevant és el fet que gran part de les vacants es cobreixen reclutant nous treballadors/es mitjançant els contactes, sense que s'arribi a fer pública una oferta. Els/les professionals dels RRHH fan servir també la informació trobada a la xarxa sobre un candidat/a com a un element més per a la criba curricular.

ALGUNES DADES SOBRE RECERCA DE CANDIDATS EN ELS ENTORNS 2.0:

ENQUESTA REALITZADA PER ADECCO A PROFESSIONALS DELS RRHH (2010)

- ✓ Un 46% dels enquestats afirmen recórrer a les plataformes de networking per la recerca de candidats.
- ✓ Un 52% afirma que podria descartar un candidat per la informació trobada sobre ell a Internet.
- ✓ El 70% es mostra molt satisfet per l'ús de les xarxes professionals en la recerca de perfils professionals, destacant la seva efectivitat.

ESTUDI REALITZAT PER UNIQUE (2010)

- ✓ Més del 50% dels reclutadors/es s'informa dels candidats/es a través d'Internet.
- ✓ El 32% busca activament perfils que puguin encaixar amb el procés de selecció.

ESTUDI DE CAREERBUILDER.COM AL REGNE UNIT (2009)

- ✓ El 53% de les empreses enquestades fan servir les xarxes socials per a cercar candidats/es.
- ✓ El 43% ha descartat candidats/es a partir del seu perfil on line.

El mitjà més fàcil per cercar candidats/es per al seleccionador/a és cercar perfils dins una xarxa social professional, donat que l'estructura d'aquests webs possibilita accedir a informació de caràcter professional. Però no és aquesta la única via per a la recerca de candidats/es; de vegades no els busquen sinó que els "troben" (a través de Twitter, per exemple, en arribar a una publicació interessant o bé a una publicació on la persona comunica explícitament el seu perfil i la seva demanda de cerca de feina).

Per suposat, un cop s'ha detectat un possible candidat/a, es procedirà a ampliar informació sobre el seu perfil amb les diferents dades que pugui trobar a Internet (és tan fàcil com teclejar el seu nom o correu electrònic a Google).

Aquesta metodologia comporta avantatges a l'empresa seleccionadora:

- Obtenció de gran quantitat d'informació sobre el candidat/a, que amb un procés de selecció tradicional es desconxeria.
- Contrast del perfil professional amb gran quantitat d'informació.
- Facilita la connexió entre informació professional i personal.
- Optimització del temps i dels recursos: no és necessari l'anàlisi exhaustiu de gran quantitat de currícula vitae.

Barcelona Activa

Capital humà

- Permet centrar l'atenció en aquells candidats/es realment qualificats per al lloc de treball.
- Possibilita el contacte amb candidats/es no disponibles (passius/es, això és, que actualment no cerquen feina de forma activa).

Hem de tenir en compte, però, que la recerca de candidats/es mitjançant les eines 2.0 no eximeix de la realització de les altres fases del procés de selecció: un cop detectat un bon candidat potencial, és pertinent el coneixement personal a través d'una entrevista, tal i com s'ha fet sempre.

Quin tipus de professional es pot beneficiar de les eines 2.0?

En la mesura que moltes de les plataformes 2.0 estan especialitzades en la promoció del networking professional, en principi qualsevol tipus de professional podria beneficiar-se de la recerca de feina 2.0 a diferents nivells.

Hem de tenir en compte, però, que la tendència de les empreses en l'ús de les eines 2.0, tot i que és creixent, encara no es pot generalitzar a la totalitat del teixit empresarial d'un determinat mercat laboral.

Així, per a perfils professionals poc qualificats, encara tenen un pes significativament superior els mètodes de recerca de feina tradicionals (portals d'ocupació, autocandidatura, networking físic, etc.).

Les empreses actualment fan servir les plataformes 2.0 per a la selecció i reclutament de perfils més tecnificats, els càrrecs intermedis i directius

Tot i que no hem de descartar que la tendència es faci extensiva a d'altres perfils, són aquest tipus de professionals els que haurien de tenir una presència conscient a la xarxa, i haurien de gestionar la seva identitat digital de forma activa com una part cabdal de la gestió de la seva carrera professional, o bé si es troben en un procés de recerca de feina.

Aquesta tendència es veu incrementada en el cas dels perfils professionals tecnològics o bé amb alguna relació amb el sector de les noves tecnologies de la informació i la comunicació.

Tanmateix, la gestió de la identitat professional és, òbviament, especialment indicada per a treballadors/es autònoms, o bé per a professionals amb perfils artístics, creatius o de l'àmbit de la comunicació i el màrqueting, que poden trobar en l'entorn 2.0 una plataforma per a la promoció, el màrqueting professional i la difusió dels seus productes, serveis o creacions.

Hem de destacar també l'aparició de noves ocupacions directament relacionades amb les competències en l'ús dels recursos 2.0. El **Gestor/a de comunitats o Community Manager**, per exemple, és el professional encarregat de la creació, gestió i dinamització d'una comunitat d'usuaris a Internet. Comença ser una figura transversal en tot tipus d'empresa, en la mesura que s'encarrega de la visibilització i reputació d'una organització a les diferents plataformes 2.0.

Per últim, cal afegir que, si bé les eines 2.0 poden no servir per a tothom per a la recerca de feina, qualsevol persona podria perdre una oportunitat professional (o la seva feina, directament) degut a una mala gestió de la identitat digital. Es fa necessari, doncs, cuidar la nostra reputació digital, això és, la imatge que transmetem a partir de informació sobre nosaltres present a la xarxa.

La gestió de la identitat digital i la reputació on line per a la recerca de feina i el desenvolupament professional.

T'oferim a continuació una anàlisi de les eines més emprades en la construcció de la identitat digital, i com gestionar-les per a la consecució dels nostres objectius envers la recerca de feina i el desenvolupament professional.

RECURS	MARCA PERSONAL	NETWORKING	GESTIÓ REPUTACIÓ DIGITAL
XARXES SOCIALS	<ul style="list-style-type: none"> Donat l'ús personal que sovint es fa d'aquesta eina, s'ha d'anar amb compte amb els continguts publicats, de manera que aquests no facin malbé la nostra reputació digital i perjudiquin la nostra marca personal. 	<ul style="list-style-type: none"> Tot i que en un principi l'ús d'aquesta xarxa ha estat més de caràcter personal, també pot servir per a la creació i foment del networking professional. A més, comencen a aparèixer a Facebook aplicacions destinades a cercar persones basades en el seu perfil professional. Moltes empreses tenen el seu propi perfil a Facebook; pot ser per tant un mitjà més per establir-hi contacte. 	<ul style="list-style-type: none"> Si en fas un ús personal, controla la privacitat dels teus perfils. És convenient que mantinguis sempre un alt grau de privacitat. Recorda que tot i que el teu perfil sigui privat, no controles la privacitat dels teus contactes. Vigila, per tant, les publicacions i comentaris que realitzis.
XARXES PROFESSIONALS	<ul style="list-style-type: none"> La creació d'una comunitat, que gestionem i dinamitzem, és molt valorada pels seleccionadors. Si el perfil és obert, aquest podrà ser consultat per empreses que fan recerca activa de candidats en aquest tipus de xarxes professionals. 	<ul style="list-style-type: none"> El principal objectiu d'aquest tipus d'eina és el foment dels contactes professionals: contacta amb persones relacionades amb el teu àmbit professional per poder tenir accés a informació privilegiada i descobrir noves oportunitats professionals. La participació en comunitats (agrupacions d'usuaris al voltant d'un tema concret) dins d'aquestes xarxes ens permet contactar amb altres professionals amb qui es comparteixen inquietuds. 	<ul style="list-style-type: none"> És convenient que el teu perfil (complet, actualitzat i revisat periòdicament) estigui obert per a que pugui ser consultat per les empreses. Intenta incloure en el teu perfil referències de qualitat.
BLOG	<ul style="list-style-type: none"> Manera molt potent d'estar a Internet, dóna molta visibilitat. Amb un blog on podem publicar articles relacionats amb la nostra professió (parlem del que sabem) projectem una imatge d'expertesa, molt ben valorada pels seleccionadors. Les opinions expressades en un blog ens poden posicionar com a experts. 	<ul style="list-style-type: none"> Com a editors/es d'un blog, podem fer comentaris a d'altres blogs que tinguin alguna connexió temàtica amb el nostre; és una forma d'establir contacte amb professionals. A través de les nostres publicacions al blog podem fer difusió d'esdeveniments i trobades professionals on haguem participat. És interessant que fem comentaris en altres blogs que tinguin alguna connexió temàtica amb el nostre. 	<ul style="list-style-type: none"> La publicació d'un blog amb continguts relacionats amb el nostre àmbit professional aporta reputació. A més, els cercadors d'Internet prioritzen els blogs a l'hora de mostrar els resultats en una recerca. La creació de continguts per a un blog implica dedicació, i requereix una actualització periòdica de continguts; si no, el blog projecta una imatge d'abandonament i desinterès per part del seu creador. S'ha de vigilar el vocabulari emprat, la revisió ortogràfica, la coherència gramatical, etc.

RECURS	MARCA PERSONAL	NETWORKING	GESTIÓ REPUTACIÓ DIGITAL
MICROBLOG	<ul style="list-style-type: none"> Al igual que un blog, a Twitter podem publicar continguts referents a la nostra professió. La qualitat dels "tuits" (missatges) publicats també és un valor afegit. 	<ul style="list-style-type: none"> Permet estar connectat sempre amb aquelles persones que ens interessen. Pot ser un mitjà de difusió d'ofertes per part de les empreses. La connectivitat i la difusió dels continguts en xarxa pot fer que contactis amb professionals que desconexies. Twitter Pitch: a partir dels 140 caràcters, prova de condensar el teu CV, i envia'l en resposta a ofertes que t'hagin arribat via Twitter. Comparteix i difon els enllaços a altres continguts teus presents a Internet (blogs, vídeos, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> El fet de fer-nos "seguidors" (permetre l'entrada de missatges d'alguna persona en concret) d'alguna persona interessant pel seu perfil professional o influència, ens ajuda no només a rebre informació potencialment notable, també ens "associa" en certa manera amb aquesta persona. El format del microblogging (limitació de 140 caràcters) ens repta a saber comunicar amb molt poc text. En aquest sentit, també es valora la creativitat, la capacitat de síntesi, la correcció gramatical, etc.
MULTIMEDIA SHARING	<ul style="list-style-type: none"> Els continguts compartits, sempre i quan tinguin relació amb aspectes professionals i siguin de qualitat, donen un matis d'expertesa al nostre perfil professional on line. 	<ul style="list-style-type: none"> En tot cas, és necessari que vinculem els continguts compartits a les altres eines de social media que utilitzem. La majoria d'eines que permeten compartir documents i arxius permeten el comentari sobre les entrades publicades per part d'altres usuaris del mateix servei; en aquest sentit, al igual que el blog, permeten en foment de contactes. 	<ul style="list-style-type: none"> Hem d'anar amb molt de compte amb el caràcter dels continguts multimèdia existents a la xarxa vinculats a la nostra identitat digital. Hem de controlar, doncs, que aquests continguts compartits projectin una imatge professional positiva de nosaltres. Així, podem considerar pertinent que certs continguts publicats de caràcter més personal estiguin desvinculats de la nostra identitat digital. Al igual que amb les xarxes socials, podem fer servir un nick pels continguts amb un caràcter més personal, i vincular el nostre nom als continguts compartits amb un caràcter professional i que per tant configuren la nostra marca personal.
Vídeo CV	<ul style="list-style-type: none"> El Videocv detalla el nostre perfil professional en un format audiovisual que podem compartir, al igual que altres formats multimèdia. A banda de la informació professional detallada en el mateix, té la particularitat de que mostrar a la gent com som físicament, com ens expresseu, quines són les nostres competències comunicatives... Aporta una informació personal de forma directa que altres recursos on line no són capaços de reflectir. 	<ul style="list-style-type: none"> Aquesta és una eina directa de recerca de feina, tenint les mateixes funcions que el currículum tradicional (acompanyar la nostra candidatura per a un lloc de treball concret o bé per a l'autocandidatura). Si disposem de VideoCv, és positiu que el vinculem a les altres eines de social media de què disposem (perfils a xarxes socials i professionals, blog...). 	<ul style="list-style-type: none"> Segons quin sigui el nostre objectiu, hem d'anar amb compte amb la privacitat dels continguts que expliquem en el videocv, així com triar bé el mitjà en el qual el publiquem. Si utilitzem un servei per a compartir arxius de vídeo (Youtube, per exemple), la disponibilitat potencial de l'arxiu és la de tots els usuaris del servei, a no ser que configurem un cert grau de privacitat.

RECURS	MARCA PERSONAL	NETWORKING	GESTIÓ REPUTACIÓ DIGITAL
Sindicació de continguts	<ul style="list-style-type: none"> • Si bé la sindicació de continguts no configura de manera directa la nostra marca personal, sí ens ajuda a estar contínuament informats dels temes que ens interessin. En tot cas, aquesta eina ens facilita també la difusió de la nostra marca, dels diferents continguts on line que configuren la nostra identitat digital on line. 	<ul style="list-style-type: none"> • L'ús de la sindicació de continguts, ja sigui per rebre notificacions o bé perquè altres usuaris de la xarxa estiguin informats de les nostres publicacions, sens dubte fomenta la connectivitat, la comunicació i l'intercanvi entre professionals. 	<ul style="list-style-type: none"> • El fet que altres usuaris escullin rebre informació sobre les actualitzacions que fem en el nostre perfil on line (publicacions en un blog, per exemple) és un bon indicador de que la nostra reputació on line és positiva, en la mesura que hi ha gent que està interessada en els continguts que com a professionals aportem a la xarxa.

Conclusions

- ✓ L'aparició de la web 2.0 ha suposat un nou model d'interacció amb la xarxa, de manera que l'usuari/ària es converteix a la vegada consumidor/a i productor/a de continguts. En la mesura que es publiquen continguts i informacions associats a un perfil, ja sigui personal o professional, estem conformant una identitat digital, això és, la web conté informació reconeixible sobre nosaltres.
- ✓ La gestió d'aquesta identitat digital, mitjançant l'ús conscient i actiu de diverses plataformes 2.0 (xarxes socials professionals, blogs, microblogging, etc...) ens permet crear una identitat digital professional. Això és especialment pertinent en un context en què les empreses cada cop més cerquen candidats directament a través de les eines 2.0.
- ✓ El judici de valor que hom es formula en veure informació sobre els/les professionals és el que anomenem reputació digital. És convenient fomentar una bona reputació digital, donat que això augmenta les possibilitats d'aparició d'oportunitats professionals. En canvi, tenir una mala reputació a Internet pot ser causa de ser descartats d'un procés de selecció o bé, fins i tot, perdre el lloc de feina.
- ✓ La gestió de la identitat digital professional també permet engegar un procés de recerca activa de feina. La recerca de feina 2.0, un cop hem definit un objectiu professional concret i una estratègia, es basa en l'ús de les diverses plataformes on line que ens permetin, segon l'objectiu que ens haguem marcat, fomentar el networking (contactes de qualitat que poden aportar informació privilegiada, per ex.) i la creació d'una marca personal, que diferencia el candidat/a de la resta i li dóna major visibilitat.
- ✓ L'ús de les eines 2.0 és especialment pertinent en aquells/es professionals amb una categoria professional amb un cert grau de tecnificació, o bé càrrecs intermedis o directius. En general, en el cas dels autònoms (i també les empreses), els professionals d'àmbits tecnològics, de la comunicació, artístics o creatius és especialment pertinent l'ús d'aquest tipus de plataformes.

- ✓ Finalment, hem de remarcar el fet que la tendència creixent de fer servir les eines 2.0 per a la recerca de candidats/es, per una banda, i per a la recerca de feina, per l'altra, està cada cop més estesa, i tot apunta a que properament aquests mètodes substituïran en importància als procediments tradicionals, o bé aquests s'adaptaran a la realitat 2.0.

Conceptes clau

Web 2.0: Terme utilitzat per referir-se a una segona generació en la història del desenvolupament de tecnologia Web basada en comunitats d'usuaris i una gama especial de serveis, que fomenten la interactivitat i l'intercanvi àgil i eficaç d'informació entre els usuaris. La web 2.0 es també denominada "web social" pel seu enfocament col·laboratiu i de construcció social.

Identitat digital: Rastre que deixa una persona a Internet, conformat pel conjunt de dades que es poden trobar a les xarxes socials a les que està registrat, blogs, i/o qualsevol altre plataforma que parli d'aquesta persona.

Blog o bitàcora: És un espai a Internet que recopila cronològicament articles (denominats *posts*) d'un o varis autors/es. La interacció es produeix quan els lectors/es deixen els seus comentaris i l'autor/a els respon de manera pública, creant una espècie de diàleg. L'ús o tema de cada blog es particular; hi ha personals, periodístics, empresarials, educatius...

Xarxes socials: Són aplicacions web que permeten compartir continguts, interactuar i crear comunitats i grups sobre interessos afins. Un tipus concret de xarxa social són les **xarxes professionals**, que permeten la interrelació i el foment de contacte entre professionals i de professionals amb empreses.

Recerca de feina 2.0: Fa referència a l'ús de les eines 2.0 per a la recerca activa de feina: plataformes de social-media, publicació de continguts, etc. Aquesta tipus de recerca presenta avantatges respecte els mètodes tradicionals, en la mesura que confereix un paper més actiu a la persona que cerca feina, que a la vegada disposa de més elements per a la definició del seu perfil professional a la xarxa.

Marca personal (personal branding): Trets distintius que conferim a la nostra identitat digital i que ens fa més visibles i més identificables a la xarxa, tot aportant un element diferenciador al nostre perfil professional que ens pugui fer destacar, en funció de l'objectiu que ens haguem marcat.

Networking: Gestió, creació i foment de la xarxa de contactes personals i professionals, que permet la interrelació amb d'altres actors (coneguts/es, professionals, empreses...), i que permet l'accés a informació privilegiada i la sinèrgia de coneixements, potenciant l'aparició de possibles oportunitats professionals. Les xarxes socials (personals i professionals) són eines 2.0 faciliten i potencien el networking professional.

Reputació digital: Valoració social d'una persona a partir de la imatge que reflecteix Internet i els mitjans de transmissió digital.

Bibliografia

Alastruey, Rosaura (2009). *Empleo 2.0*. Barcelona: Editorial UOC.

Brito Álvaro, Enrique (2010). *Cómo encontrar trabajo en Internet*

Díaz-Llauró, Amparo (2010). *El talento está en la red*. Madrid: LID Editorial.

Rojas, Pedro (2010). *Reclutamiento y selección 2.0. La nueva forma de encontrar talento*. Barcelona: Editorial UOC.

Webgrafia

- **La gestión de la identidad digital. Una nueva habilidad informacional y digital.** Article
<http://www.ub.edu/bid/24/giones2.htm>
Complet article dedicat a la creació i gestió de la identitat digital, posant èmfasi en què el punt de partida ha de ser l'objectiu que ens proposem aconseguir a través de la nostra participació activa en el web.
- **Las redes profesionales ya son utilizadas por el 51% de los usuarios de Internet.** Article.
<http://www.adecco.es/data/NotasPrensa/pdf/211.pdf>
Aquest estudi d'Adecco analitza l'ús actual que, tant els professionals que cerquen feina com els departaments de RRHH, fan de les plataformes de social media. L'article inclou consells per a la millora de la reputació on line dels professionals.
- **Uso de Redes Sociales y Profesionales en Recursos Humanos.** Article.
<http://planempleounique.blogspot.com/2010/09/uso-de-redes-sociales-y-profesionales.html>
Estudi que recopila informació obtinguda mitjançant una enquesta realitzada a diverses empreses espanyoles sobre l'ús dels social media com a via de reclutament o bé com a variable de selecció de candidats.
- **Senior Manager.** Enllaç d'interès.
<http://www.seniorm.com/>
Aquest blog de referència recull una gran quantitat de posts relacionats amb la gestió de la identitat digital i com podem fer servir aquesta per a la recerca de feina en un entorn 2.0. També aborda en alguns articles la perspectiva dels seleccionadors i l'ús que aquests en fan de les plataformes 2.0 per a la recerca de candidats.
- **La identidad digital puede arruinar su carrera.** Article.
<http://www.expansion.com/2010/12/03/empleo/desarrollo-de-carrera/1291392118.html>
En aquest article s'adverteix dels perills de tenir una reputació digital dolenta, donats els riscos que això pot suposar per a la carrera professional. Proposa també fórmules per a minimitzar aquests riscos i millorar la nostra reputació on line.
- **La web 2.0 y el networking, imprescindibles para buscar empleo.** Article digital
<http://www.kiaranet.com/la-web-2.0-y-el-networking-imprescindibles-para-buscar-empleo.html>
Article que recull les principals aportacions de diferents experts en la jornada "Millora la teva carrera professional a través del networking", que va organitzar Porta22 amb la col·laboració de Xing i Aerco.

- **Los 8 hábitos del blogger altamente efectivo.** Article digital
<http://muypymes.com/marketing/comunicacion/4777-los8-habitos-del-blogger-altamente-efectivo.html>
Article sobre els hàbits que un blogger ha de complir per ser altament efectiu i que, fins i tot, el seu blog pugui convertir-se en una font d'ingressos.
- **'Googléate' antes de ser 'googleado'.** Article digital
<http://www.expansionyempleo.com/2010/05/05/opinion/1273057261.html>
Article sobre la importància de la reputació on-line per als reclutadors.
- **Identidad digital y riqueza social.** Article digital.
http://www.wcp.es/art2_red_social_2part.htm
Article que parla de la pèrdua de identitat digital amb un canvi en la trajectòria professional, de com podem gestionar adequadament el contacte amb el nostre entorn i de la importància de la nostra identitat digital en l'autoconcepte.

Annex: Eines 2.0 per a la gestió de la identitat i la reputació digital.

Apart de les diverses plataformes 2.0 ja comentades en aquesta càpsula, t'ofereixo informació sobre altres recursos que poden ser d'utilitat per a la gestió de la nostra identitat digital professional.

- **Friendfeed**
<http://friendfeed.com/>
Eina integradora que permet, des d'un mateix web, el seguiment de l'actualització en diverses plataformes 2.0: Facebook, Twitter, blogs, etc.
- **Delicious**
<http://www.delicious.com/>
Servei de gestió de *marcadors socials* al web; similar al sistema de marcadors dels navegadors, aquesta aplicació permet compartir els enllaços emmagatzemats
- **123people**
<http://www.123people.es/>
Es tracta d'un cercador d'identitats digitals. El podem fer servir per cercar la informació sobre nosaltres mateixos disponible en el web, o bé per cercar informació d'altres persones.
- **Social Mention**
www.socialmention.com/
Plataforma de recerca de continguts generats pels usuaris en les diferents xarxes socials. Similar als cercadors d'Internet (com ara Google) però especialitzat en les eines de *social media*.

- **Blogsearch (Google)**

<http://blogsearch.google.es>

Aplicació específica per a la recerca de blogs del popular cercador,

- **TwitterJobSearch.** Enllaç d'interès.

<http://www.twitterjobsearch.com>

Cercador d'ofertes de feina del servei de missatgeria instantània Twitter. Cerca possibilitats laborals a partir de paraules clau i permet filtrar el resultat per data, salari i habilitats requerides.

- **Jobsket.** Enllaç d'interès

<http://www.jobsket.es>

Web que combina portals d'ocupació i xarxes socials. El seu principal atractiu és que, una vegada el candidat publica el seu CV, permet calcular el valor del seu perfil, basant-se en paràmetres com les companyies en les que ha treballat, la seva experiència i les seves competències professionals.

- **Plaxo.** Enllaç d'interès.

<http://www.plaxo.com>

Aplicació on-line que sincronitza les xarxes socials amb el correu electrònic i actualitza automàticament les dades dels nostres contactes i les seves publicacions a Internet.

- **OpenID**

<http://openid.net>

Aquesta aplicació permet gestionar la identitat digital de manera centralitzada, possibilitant la creació d'un sol perfil d'usuari que permeti l'accés a diferents pàgines web.

Webgrafia de Capital Humà

Et proposem unes rutes a seguir dins del web de Capital Humà que et serviran per ampliar la informació:

Eines > Canals per a la recerca de feina > Networking

Mercat > Noves cultures del treball > TIC i Eines 2.0

Fes servir el **CERCADOR** introduint una paraula clau per obtenir una selecció molt completa de recursos: llibres, articles i enllaços d'interès.