



CONSULTORA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN  
BUENOS AIRES  
ARGENTINA

**Serie**

**DOCUMENTOS DE TRABAJO**

Área: Mercado de trabajo

**Las redes sociales como medio de tener buenos contactos para encontrar  
un empleo**

**Patricia Allendez Sullivan**

**Diciembre 2011**

**N° 031**

ISSN 1852 - 6411

Copyright Consultora de Ciencias de la Información

Editor: Patricia Allendez Sullivan. Asistente Editorial: Mariana Sabugueiro

Allendez Sullivan, Patricia.

Las redes sociales como medio de tener buenos contactos para encontrar un empleo. Buenos Aires: Consultora de Ciencias de la Información, 2011.

ISSN 1852 - 6411

1. Redes sociales. 2. Bibliotecas. 3. Mercado de Trabajo. 4. Contactos.

I. Título

## **Resumen**

Las redes sociales no solo permiten comunicar a las personas, acercar a los amigos y conocidos y hacer nuevas amistades. Hoy en día permiten a los profesionales a encontrar nuevas oportunidades laborales que enriquecen su trayectoria laboral. Cada día se hace más evidente que las buenas ofertas laborales aparecen por canales diferentes a los tradicionales avisos clasificados. Hoy nos encontramos con ofertas laborales en diferentes portales de trabajo y por medio de los contactos que tenemos en las redes sociales, por lo tanto, es importante saber cómo presentar nuestro perfil en estos sitios para tener una buena ventaja competitiva.

## **Introducción**

Vivimos tiempos de cambios y de alguna manera esos cambios vienen de la mano de las llamadas redes sociales. No obstante, muchas personas no tienen muy en claro qué son las redes sociales, y sobre todo qué tienen de nuevo. En realidad las redes sociales se comercializan como instancias que permiten la comunicación de la gente, la primera red social que podemos mencionar es la misma sociedad que siempre, en todas las épocas, propicio la comunicación de las personas que la integran.

Una red social está conformada por un conjunto de personas relacionadas entre sí y que se ve potenciada a través de Internet, por eso, en realidad hablamos de Redes Sociales.

Podemos considerar que las Redes Sociales son plataformas de comunicación, es decir, facilitan la tarea de crear y mantener contactos con los que se puede compartir recursos, publicar noticias, crear grupos de interés y publicitar los perfiles de los profesionales de un colectivo determinado.

Las Redes Sociales congregan una gran cantidad de personas, entre ellos encontramos a profesionales que se relacionan entre sí, compartiendo novedades profesionales, transmitiendo conocimientos y comunicándose de manera permanente a través de las imágenes, el muro, el correo privado, el

chat, todos estos medios están disponibles a través de las Redes Sociales en un mismo espacio.

De alguna manera estas Redes Sociales fomentan la idea de comunidad, como afirma Margaix - Arnal (2008), y favorecen la cultura de la colaboración. Así, se logra tener un colectivo profesional unido y conectado de manera permanente.

Si bien muchos colegas emplean las redes con fines sociales, muchos otros ya los utilizan con fines netamente profesionales, de manera que tienen la posibilidad de contactarse con otros pares y les brinda la posibilidad de relacionarse con espacios de trabajo que pueden llegar a albergarlos.

En este trabajo queremos esbozar la idea de que es posible a través de estas redes conseguir un buen trabajo tanto de tipo presencial como a distancia.

### **El trabajador del conocimiento**

En estos momentos podemos decir que vivimos en la era de Internet, o sea, en un mundo dominado por la confluencia de las nuevas tecnologías de la información y de la telecomunicación. Indudablemente, Internet está de moda pero es una moda que al igual que otros medios de comunicación como fueron la radio, el cine y la televisión, entre otros, ha venido para permanecer y subsistir junto con estos y otros medios que pudieran surgir en el futuro inmediato. Su impacto en la sociedad y en la economía es tal que ha revolucionado la forma de pensar, de comunicarse e incluso de trabajar. No obstante, entendemos que la historia nos muestra como evoluciona la sociedad y como se producen cambios dinámicos en el área productiva. Por eso compartimos con nuestro lector el siguiente fragmento de Shapiro y Varian (2000):

“A medida que se acercaba el fin de siglo, parecía que el mundo se fuera empequeñeciendo. En un santiamén, la gente empezó a tener a unas tecnologías de las comunicaciones nuevas y muchísimas más rápidas. Empresarios capaces de explotar unas economías de escala sin

precedente construyeron vastos imperios. Se amasaron grandes fortunas. Los gobiernos procuraron someter a estos nuevos y todopoderosos monopolistas al control de las leyes antimonopolios. Cada día surgían nuevos avances tecnológicos que parecían romper los antiguos moldes. No obstante, de alguna manera, las leyes básicas de la economía siguieron funcionando. Los que asimilaron estas leyes sobrevivieron en este nuevo entorno, y los que no, perecieron.”<sup>1</sup>

De alguna manera estos autores reflejan los cambios que las nuevas tecnologías impulsan en la sociedad. No se puede negar que la información y el conocimiento son factores fundamentales que influyen en el devenir económico de la humanidad.

La economía de la información se caracteriza por rasgos bien definidos, la información es muy cara en lo que hace a su producción, pero a su vez es barata en relación a su reproducción, además, la información para ser válida debe ser verificada. En realidad lo que realmente ha cambiado con respecto a lo que pasaba en la década de los 90 es la infraestructura tecnológica que hace más accesible a la información y por lo tanto más valiosa. Sin embargo, la información y el conocimiento carecen de valor si no se puede acceder a ella con rapidez. Por eso, en la era de Internet cobra suma importancia la figura del trabajador del conocimiento.

Stein (2008), dice que Peter Drucker pone énfasis en su concepción del trabajador del conocimiento. Considera que el trabajo del conocimiento supone una revolución social como consecuencia de transformar radicalmente el carácter del trabajo y la vida del trabajador.

Drucker (2002), considera que el trabajador del conocimiento es alguien que sabe mucho más de su trabajo que cualquier otra persona de la organización. su actividad en la sociedad cada vez es más importante se entiende por saber al conocimiento efectivo en la acción, al medio para obtener resultados observables fuera de la persona, en la sociedad y en la economía. Este

---

<sup>1</sup> p. 1.

trabajador produce conocimientos, ideas e información; con posterioridad alguien se apropia de dichos conocimientos y los incorpora en su hacer diario.

Este trabajador se identifica con su área de especialización, de modo que el lugar de trabajo significa un recurso, un espacio donde aplicar sus conocimientos.

El bibliotecario es un trabajador del conocimiento que debe emplear las nuevas tecnologías para realizar su tarea en su lugar de trabajo. Muchas veces, emplea las Redes Sociales para solicitar a sus pares alguna información que aplica en su trabajo o que necesita para ayudar a alguno de sus usuarios.

### **Las redes sociales**

Las redes sociales constituyen un fenómeno a nivel mundial. Deslumbran a todo tipo de público, de cualquier edad, profesión y nivel educativo. Cada individuo se comunica por este medio con otros con fines determinados. Muchas veces las personas se preguntan qué utilidad tiene cada red social y si es necesario pertenecer a todas las redes o deben ser selectivos.

En realidad deberíamos plantearnos, en primera instancia, que perseguimos al formar parte de una red social.

Las redes sociales pueden horizontales o genéricas como Facebook y verticales o especializadas como Linkeding o Xing. Otra clasificación distingue entre redes centradas en el usuario como Facebook o Twitter, y redes centradas en objetos como YouTube o Flickr, donde lo que importa es el material que se comparte.

Por lo tanto, cada red tiene una finalidad concreta, de igual manera, cada persona que decide pertenecer a una red tiene objetivos diferentes. Lo que resta, entonces, es decidir, de acuerdo a estos objetivos que red se va a elegir.

Las redes sociales tienen la posibilidad de poder publicar contenidos con gran facilidad: textos, fotos videos, etc. Cualquier persona puede publicar en Internet si así lo desea., por eso se la conoce como una web participativa.

La web 2.0 supone un cambio de mentalidad con respecto a la web 1.0, donde para publicar contenidos se debían tener muchos conocimientos técnicos. En cambio, en esta nueva era de Internet la participación se democratiza. No obstante esta facilidad para publicar y compartir contenidos tiene una faz positiva y otra negativa. Por un lado cualquier individuo cobra una gran visibilidad en la Red, sin embargo, se produce una gran saturación informativa, debido a la gran cantidad de contenidos disponibles que a veces se superponen una y otra vez.

No hay ningún tipo de Manual que le advierta a un usuario que debe y que no compartir, sino que cada individuo debe decidir, según su criterio, que compartirá y que no con los demás. Por otra parte hay que tener en claro que no es lo mismo pertenecer a una red social que participar de una red social. Si bien es cierto que para participar de una red social se debe previamente ingresar y crear un perfil, lo realmente importante es ser activo dentro de la red ya que es la única manera de aprovechar todas las herramientas que ofrece la plataforma.

Por lo tanto, crear un perfil es muy sencillo, pero mantenerlo activo requiere de un esfuerzo mayor. Es necesario saber que contenidos se quiere compartir y publicitar el espacio para que otras personas accedan a dicho contenido. Todas las redes ofrecen la posibilidad de compartir contenido por medio de foros y grupos de interés, por lo tanto, al participar de estos espacios o al crearlos, cada individuo adquiere visibilidad y puede posicionarse como experto en los temas que domina, pero indudablemente, para ser reconocido, hay que hacer contribuciones de calidad y de valor de forma regular.

Además, hay que gestionar la reputación digital, o sea, la forma en que los demás perciben a un individuo en la red, o sea, es importante lo que nosotros decimos de nosotros mismos tanto como lo que otros opinan al respecto. La

participación es esencial así como también responder los comentarios que dejen otros usuarios en relación a los temas que hemos desarrollado.

Para construir nuestra reputación digital es importante investigar un poco acerca de qué habla la gente en la red, qué información comparten y que formato emplean. Con estos datos, ya se está en condiciones de comenzar a compartir contenido propio con otros integrantes de la red.

### **Las redes sociales profesionales**

La mayoría de los usuarios ha comenzado a utilizar las redes sociales recientemente, por lo general con una función recreativa y de comunicación con amigos actuales o del pasado.

Sin embargo, desde hace muchos años Internet se puede emplear para fomentar relaciones profesionales, consolidando las existentes o construyendo nuevas. Redes como LinkedIn se transforman en herramientas que nos ayudan a relacionarnos con personas de diferentes lugares que, a su vez, pueden abrirnos algunas puertas en distintas organizaciones para integrarnos a ellas como verdaderos trabajadores del conocimiento.

Al tener fines más específicos, estas redes atraen a un número más restringido de participantes, pero gozan de una ventaja extraordinaria, relacionada con una buena red de contactos y de información de gran valor e interés.

De tal manera estas redes cobran importancia en los departamentos de recursos humanos y en las consultoras que, si en un momento era sumamente importante contar con un buen CV para enviar ante una oferta laboral, hoy en día es esencial que nuestro perfil en estas redes esté claramente definido y actualizado, de tal manera que quede registrada nuestra formación y trayectoria laboral para poder tener una buena herramienta competitiva en el momento en que surja una buena oportunidad laboral.



Cuando se buscan colaboradores o empleados es la primera herramienta que empleamos ya que nos permite saber con quién estamos tratando. No obstante, los perfiles en las redes sociales no deben presentarse como meros curriculum vitae, sino que debemos demostrar que contamos con una nutrida red de contactos que reflejan quiénes somos.

Un profesional que tiene pocos contactos o cuyo perfil está apenas delineado denota que es una persona que no se interesa demasiado por las tecnologías, o que tiene una baja competencia profesional.

Vivimos en una época en que casi la totalidad de los empleos se obtienen por medio de contactos personales, de ahí la importancia que estas redes tienen hoy en día en el desarrollo de un buen profesional, es decir, sin una necesidad a la que no se puede renunciar.

Los perfiles de las redes profesionales junto con un blog personal ponen en evidencia nuestro sello personal, el tipo de profesionales que somos, lo que conocemos, el potencial que podemos demostrar, y en definitiva, lo que podemos brindar, al integrar un equipo de trabajo a un potencial empleador

¿Cómo se utiliza una red profesional? Muchas personas ya tienen perfiles en Facebook u otra red similar, por lo tanto, conocen un poco el manejo de la vida en red; no obstante las redes profesionales tienen algunas otras reglas que es bueno conocer.

Es necesario incorporar mucha más información a los perfiles, para que quede bien en claro quiénes somos, nuestros conocimientos, trayectoria profesional y cuál es nuestro interés en el ámbito laboral, así como los profesionales con los que nos relacionamos.

Las redes sociales nos permiten estar en contacto con personas que ejercen nuestra misma profesión y que tienen puestos laborales disímiles; relacionarnos con personas que tiene ciertos conocimientos que nos permiten alcanzar cierto crecimiento profesional, relacionarnos con individuos que en

algún momento podrían convertirse en nuestros empleadores, mantener nuestra perfil profesional en línea y visible por medio de los buscadores, encontrar empleo por un medio menos convencional y con mayor efectividad.

Es muy bueno invertir parte de nuestro tiempo en construir un buen perfil profesional, seguido de una frase breve que nos autodefina, describir nuestro grado de formación y de trayectoria laboral, ver la posibilidad de tener un perfil en castellano y en inglés, incorporar una buena fotografía que muestre nuestro grado de profesionalidad; integrar grupos de interés relacionados con nuestra área de especialidad, participar publicando preguntas y comentando las necesidades actuales, aconsejar a otras personas en área que manejamos a la perfección, promocionar la dirección web personal y de la institución en la que nos desempeñamos, logrando así una mayor visualización de nuestros conocimientos. Y sobre todo, es esencial relacionarse para obtener una amplia red de contactos.

## **Conclusiones**

Las redes sociales han revolucionado el ámbito de la comunicación y de las relaciones humanas. Por eso es muy importante entender cuál es su valor, para qué sirven, qué se puede hacer en ellas y finalmente, qué ventaja personal puede obtener un individuo por pertenecer y participar activamente.

Para lograr buenos contactos a través de las redes sociales es importante que tengamos en cuenta que en estas plataformas todos somos protagonistas, podemos diseñar nuestro perfil social e ir adicionándole información cuando lo creamos necesario. El perfil, por sí solo, carece de valor si no participamos activamente dialogando a través de comentarios con los demás, compartiendo contenido, hablando de nosotros mismos e incentivando a otros a hablar de nosotros.

Las redes sociales profesionales constituyen un reto de primer orden y un cambio significativo. Además, ayudan a mejorar las ventajas competitivas de

los profesionales ante un mercado laboral tan deprimido debido a la crisis económica mundial.

Muchas personas usa este medio para añadir solicitudes de empleo y escuchar ofertas. Por lo general estas redes son muchos más estables que las de entretenimiento, debido a que los usuarios que las integran las consideran como una herramienta de trabajo basada en Internet.

## **Bibliografía**

Aced, C. (2010). *Redes sociales.: en una semana*. Barcelona: Planeta.

Arroyo Vázquez, N. (2009). "El uso profesional de las redes sociales". En: El Profesional de la Información, 145-152.

Drucker, P. (2002). *Escritos fundamentales. Tomo I: el individuo*. Buenos Aires: Sudamericana.

Freire, J. (2008). "redes sociales: ¿modelos organizativos o servicios digitales? En: El Profesional de la Información, 17, 6, 585-588.

Margaix – Arnal, D. (2008). "Las bibliotecas universitarias y Facebook: cómo y porqué estar presentes". En: El Profesional de la Información, 17, 6, 589-602.

Shapiro, C.; Varian, H. R. (2000). *El dominio de la información. Una guía estratégica para la economía de red*. Barcelona: Antoni Bosch.

Stein, G. (2008). *El arte de gobernar según Peter Drucker: ideas para dirigir en tiempos turbulentos*. 3a. ed. Barcelona: Gestión 2000.

Ugarte, D de. (2007). *El poder de las redes: manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo*. Madrid: Ediciones El Cobre.