



FORMACIÓN

Cómo vender nuestra imagen para conseguir un buen trabajo

El videocurrículum es cada vez más usado por los demandantes, sobre todo en profesiones que piden al candidato demostrar una gran creatividad

16.01.11 - 00:05 - ENRIQUE MAIER |

El videocurrículum no es una idea reciente. Nació en los años 80 con la popularización de las cintas VHS. Pese a ser un viejo recurso, en los últimos tiempos ha experimentado un resurgimiento que aún no ha alcanzado toda la fuerza que las facilidades que dan las nuevas tecnologías parecían presagiar. «La gente todavía es reacia a grabarse», afirma Mari Carmen González, técnico del área de Empleo de la Fundación Universidad Empresa de Alicante (FUNDEUN).

Como todas las iniciativas poco convencionales, ha generado tanto escepticismo como curiosidad en departamentos de recursos humanos. «La gente cree que es una forma diferente e innovadora de darse a conocer a las empresas. De momento, estamos viendo una diferencia de uso del videocurrículum entre las titulaciones. Por ejemplo, los que han estudiado audiovisuales o publicidad son más creativos», indica González.

Las ventajas que presenta esta modalidad ante el currículum tradicional son bastante obvias, siendo la principal la gran cantidad de información que aportan sobre un candidato, mucha más que el impreso en papel.

Erin Kennedy, miembro de la Asociación de Currículo en Línea y Carreras Profesionales -AORCP, por sus siglas en inglés-, comenta que el videocurrículum es una herramienta de complemento excelente cuando uno forma parte de un proceso de selección, ya que aporta a los contratantes más información sobre el candidato, como su presencia física o su capacidad verbal y creativa. «Es una forma innovadora de presentarte a la empresa y te puedes vender mucho mejor», añade González.

Problemas legales

Sin embargo, también presenta ciertas desventajas, aunque menos obvias. Dave Lefkow, antiguo director ejecutivo de la página de búsqueda de talento Talentspark y vicepresidente de servicios profesionales del portal de búsqueda de empleo Jobster, comentaba en un artículo en el 'National Law Journal' que la política de muchas empresas, cuando reciben una candidatura por videocurrículum, es borrar el mensaje e ignorarlo directamente, «ya que revelan información sobre el sexo, la raza, la edad e incluso las discapacidades de una persona».

Estos detalles pueden acabar en una demanda judicial por discriminación contra los contratantes, razón por la cual hay que evitar los currículum audiovisuales y sólo aceptar los remitidos papel para evitar potenciales problemas legales».

A ello se añade el hecho de que es necesario tener conocimientos técnicos del medio. «No hay una estructura clara de cómo debe ser el resultado final, por lo que la gente comete errores», indica González.

Y es que el currículum audiovisual también se puede convertir en un arma de doble filo. Así lo pudo comprobar Aleksey Vayner, un estudiante de Yale que, en 2007, mandó su videocurrículum titulado 'Nada es imposible' al banco de inversiones UBS. El vídeo, en el que demostraba su capacidad para romper seis ladrillos de un golpe, su talento como bailarín de salón y su magnífico saque de tenis, le convirtió en la broma de Wall Street y en un fenómeno de YouTube.

Aunque la vanidad fue su ruina, Vayner despertó la curiosidad de la gente ante la posibilidad de unir las ventajas del videocurrículum con internet. Desde entonces, el número de páginas web enfocadas a buscar un puesto de trabajo que permiten el uso de esta modalidad se ha disparado.

Esta tendencia también ha calado en España, con páginas como www.videocurrículumdigital.es, www.candidatosconvozpropia.com y www.tumeves.com, que, aliadas con empresas como Danone, Aviva o la Autoridad Portuaria de Castellón, promueven su uso como complemento de los expedientes tradicionales.

Llegar a buen puerto

La mitad de un buen videocurrículum es cómo está grabado, pero la otra mitad es cómo nos vendemos en él. Teresa Baró, fundadora de icómpani, una consultora que imparte cursos de habilidades de comunicación personal da ciertos consejos. Lo primero es preparar un buen guión y, una vez listo, hay que realizar un buena puesta en escena para conseguir dar una imagen de naturalidad y tranquilidad.

De la misma opinión es Mari Carmen González, de FUNDEUN. «Lo primero es prepararlo. Debe contar con tres partes: formación, experiencia profesional y expectativas laborales», subraya. Después, hay que adecuarse al destinatario, buscando información sobre las empresas a las que uno está intentando acceder. Esto es especialmente importante en las 'auto-candidaturas', donde el vídeo debe estar diseñado en función de la imagen que uno quiera transmitir.

Evitar montajes complicados y que distraigan también es importante, pero, al final, lo que uno debería estar buscando transmitir en el videocurrículum es «un equilibrio entre formalidad y esa simpatía que ayuda a abrir esas puertas tan resistentes», aconseja Baró.

TAGS RELACIONADOS

como, vender, nuestra, imagen, para, conseguir, buen, trabajo

ANUNCIOS GOOGLE

Vender

Anuncios Clasificados Gratis ¡Compra, Vende o Intercambia!
anuncios.ebay.es

REQUISITOS INDISPENSABLES PARA UN BUEN RESULTADO

Mari Carmen González, técnico del área de Empleo de Fundeun, ofrece algunas claves.

1Cuidar nuestro aspecto físico.

2Utilizar el escenario adecuado y prestar atención a la iluminación.

3No se debe improvisar, pero tampoco perder la naturalidad.

4Mirar a cámara y no vacilar durante nuestro discurso.

5Es un buen momento para mostrar que sabemos idiomas.