

EMPLEO

DISCURSO BREVE

3-4

minutos es la duración máxima

que debe tener una presentación en vídeo de un candidato

LO QUE NO ENSEÑA EL PAPEL

La imagen permite a los responsables de selección evaluar aspectos que no plasma un CV tradicional impreso, como la comunicación verbal y no verbal del candidato, su imagen o incluso su dominio real de los idiomas.

TENDENCIAS EN LA BÚSQUEDA DE EMPLEO

Una imagen vale más que mil CV

El videocurrículum se abre camino lentamente como herramienta en los procesos de selección

Nuria Peláez

En un momento en el que las empresas pueden recibir cientos de currículum para cada vacante, destacar sobre los demás se ha convertido en un difícil reto para los candidatos. Las herramientas de diferenciación suscitan cada vez más interés y de ahí que, poco a poco, empiece a abrirse paso el videocurrículum, una iniciativa relativamente implantada en países como Inglaterra o Estados Unidos pero cuyo uso en España es todavía muy limitado.

El videocurrículum es una grabación de unos tres minutos donde el candidato expone ante la cámara su trayectoria, sus puntos fuertes o cualquier otro aspecto que quiera destacar. La imagen permite a los responsables de selección evaluar aspectos que no plasma un CV tradicional, como la comunicación verbal y no verbal del candidato, su imagen o incluso su dominio de los idiomas, ya que hay quien graba su vídeo combinando fragmentos en castellano e inglés, por ejemplo.

El videocurrículum se puede hacer con una simple videocámara doméstica, aunque hay agencias especializadas para crear vídeos más profesionales. Una vez creado, puede enviarse directamente a las empresas un DVD o bien el enlace del vídeo, previamente colgado en webs como GoogleVideo o YouTube, donde pueden consultarse actualmente miles de presentaciones de todo tipo de candidatos. También existen portales especializados como Tumeves.com, Videocurrículum.es o Candidatosconvozpropia.es, que esta semana expusieron sus experiencias en Porta22.

“Al principio nos costaba encontrar candidatos porque existe una barrera cultural y a la gente le cuesta mucho ponerse ante la cámara”, reconoce Maité Ribés, coordinadora de Tumeves.com, una iniciativa de la Fundació Universitat-Empresa de la Universitat Jaume I de Castellón dirigida a titulados universitarios. Por eso, según Ribés al principio la mayoría de los candidatos que utilizaban esta herramienta eran profesionales de ámbitos creativos como el arte o la publicidad, una situación que ha cambiado de forma progresiva. “Curiosamente ahora se utiliza especialmente en el sector de la ingeniería, aunque



Los expertos aseguran que a los candidatos más jóvenes les cuesta menos expresarse con naturalidad ante una cámara

CORBIS

ENTREVISTA

“Da un poco de vergüenza”

Laura Badenes, de 28 años, está buscando empleo y no tiene inconveniente en utilizar todas las herramientas a su alcance para conseguirlo, aunque eso signifique ponerse delante de una cámara. Cuando acabó sus estudios de Químicas aún no había empezado la crisis pero “algo empezaba a intuirse”, recuerda, por lo que decidió estudiar un máster sobre prevención de riesgos laborales en la Universitat Jaume I de Castellón. A través de la Fundació Universitat-Empresa de este centro empezó a asistir a talleres sobre búsqueda de empleo, y en uno de ellos le propusieron crear su propio videocurrículum y colgarlo en el portal creado por esta entidad, Tumeves.com. “No me considero



Laura Badenes ya utiliza el videocurrículum

tímida y no soy reticente a estas cosas, y menos cuando se trata de encontrar trabajo, pero la verdad es que al principio da un poco de vergüenza”, reconoce. Sin embargo, prefirió improvisar que prepararse un discurso: “Lo importante es ser tú mismo”, dice.

En YouTube hay miles de presentaciones de candidatos de todo tipo, pero existen portales especializados

Aunque antes su uso se limitaba a ámbitos creativos, actualmente el sector que más lo utiliza es la ingeniería

también en la logística o las aseguradoras, y normalmente para cargos de nivel medio-alto”, destaca Dolores Lasaga, directora de Candidatosconvozpropia.es.

De momento son muy pocas las empresas que piden expresamente a los candidatos un CV en formato de vídeo, aunque algunas ya otorgan un especial valor a esta herramienta. Es el caso de Arbora-Ausonia, que hace un proceso continuado de búsqueda de candidatos recién titulados: “Los jóvenes son los que más se aventuran a usar este tipo de herramientas –explica Anna Boixader, directora de Psicotec, que gestiona este proceso de selección para la firma-. Cuando nos envía un videocurrículum, el candidato nos está demostrando que es una persona creativa y que está al día en cuestión de tecnología”.

La firma de selección ejecutiva Cátenon también lleva años utilizando el videocurrículum, aunque en un formato algo diferente: en la parte final de sus entrevistas a los candidatos, se graba en vídeo la parte en la que el entrevistado debe responder a preguntas relacionadas con temas de negocio y se entrega ese vídeo al cliente final. “Esto permite a su futuro jefe valorar mejor al aspirante, y el candidato puede presentarse mejor a sí mismo”, destaca Iñaki Saltor, *managing director* de Cátenon.

LAS CLAVES

1. CONTENIDO Deben destacarse puntos fuertes que no recoge el CV en papel. Lo más importante debe decirse en los segundos iniciales de la grabación, que son los que logran captar la atención de la empresa.

2. IMAGEN El candidato debe usar una vestimenta similar a la que utilizaría en el puesto al que aspira y, en el caso de las chicas, evitar el maquillaje excesivo. El fondo debe ser neutral, sin grandes contrastes de luz. Deben evitarse los ruidos y hablar con voz clara y pausada.

3. ESPONTANEIDAD Aunque se ensaye previamente, el discurso debe resultar natural y espontáneo. Hay que cuidar la expresión no verbal, que también transmite mucha información a la empresa.

4. DEMOSTRACIÓN El vídeo permite mostrar nuestro dominio de algunas habilidades: por ejemplo, expresándonos en inglés durante una parte de la grabación.