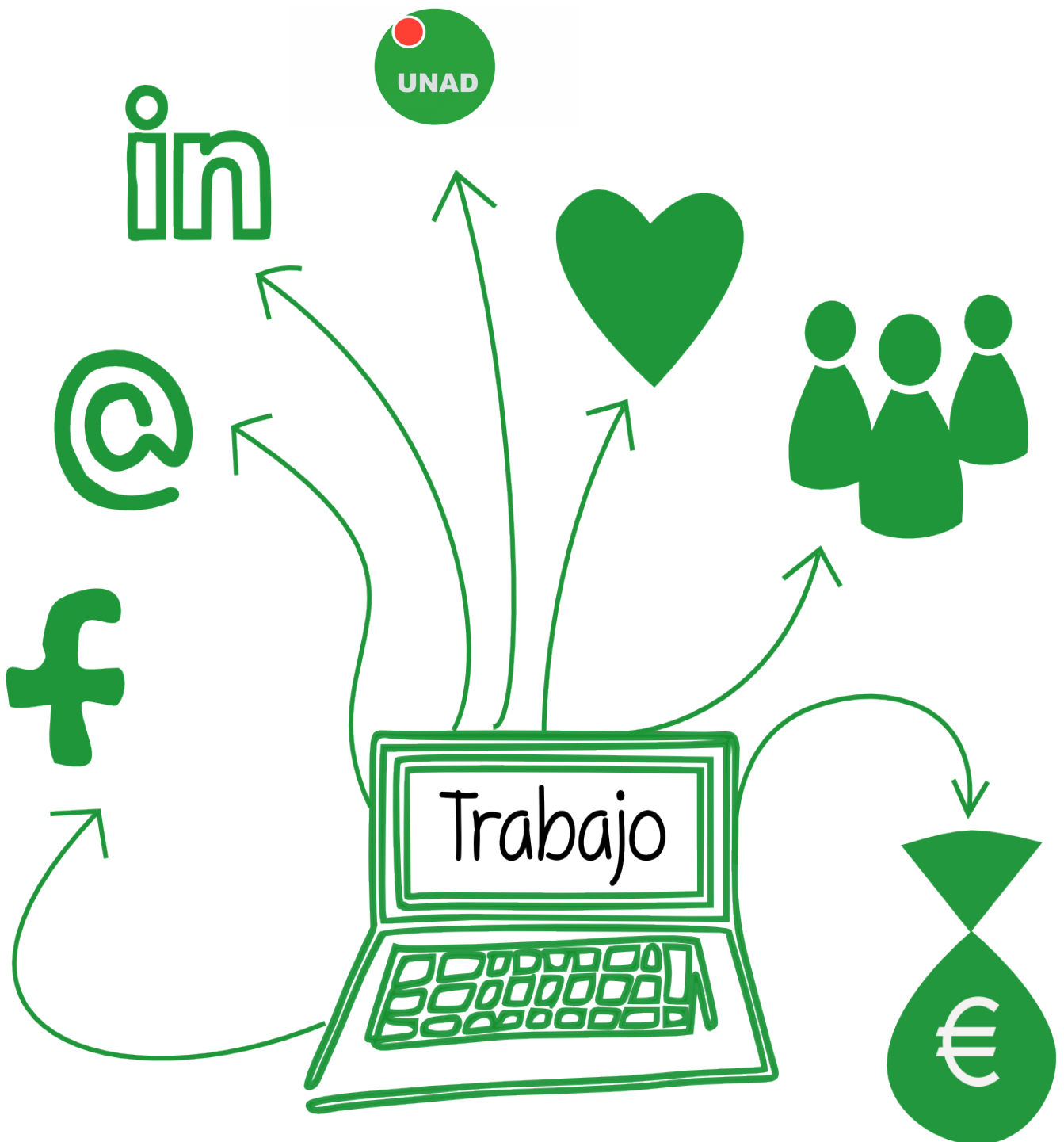


Guía básica para la búsqueda de trabajo a través de las redes sociales

Mujeres 2.0



ÍNDICE DE CONTENIDOS

I GENERAL

Introducción
Qué son las Redes Sociales
Tipos de Redes Sociales
Para qué sirven las Redes Sociales
Características de las Redes Sociales

II PRÁCTICA

Un paseo virtual por las Redes Sociales
Facebook
Twitter
Linkedin

III TRABAJO

Buscar trabajo a través de las Redes Sociales
Consejos prácticos
Buscar trabajo a través de Facebook
Buscar trabajo a través de Twitter
Buscar trabajo a través de Linkedin
Apuntes finales

I PARTE

General

Introducción

El **acceso al mercado laboral** en la actualidad conlleva muchas dificultades, las habilidades en comunicación, en relacionarse y en manejar información son determinantes a la hora de encontrar un empleo.

Factores como la edad, la baja formación, **la posibilidad de acceso y manejo o la superación de las diferencias de género** (los hombres han sido educados para tener una mayor cercanía a las tecnologías) son dificultades que **deben ser contrarrestadas con estrategias de capacitación y participación** de hombres y mujeres en los espacios de ciencia y tecnología.

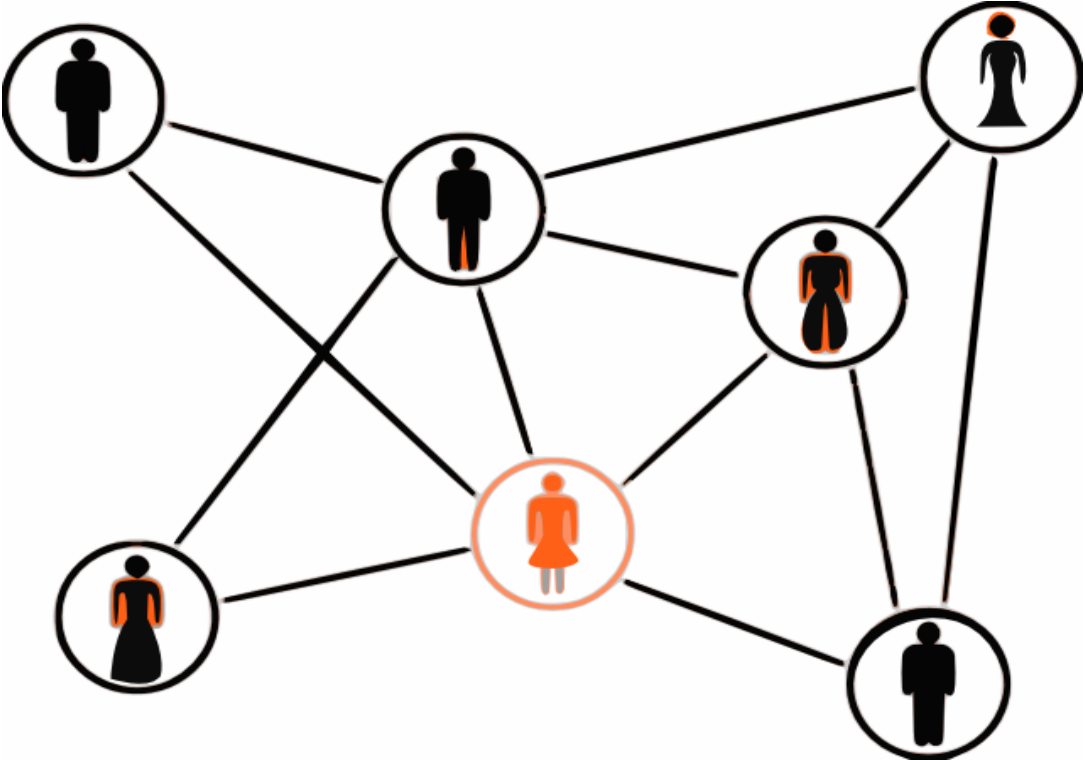
Introducción

En este sentido, las **tecnologías de la información y la comunicación** ocupan un lugar central en nuestra sociedad y se constituyen como una **herramienta para visibilizar oportunidades** e intercambiar información relevante.

Con el objetivo de **minimizar las dificultades de acceso** a la información y de comunicación **de mujeres en situación de búsqueda de empleo**; así como aprovechar las oportunidades que las nuevas tecnologías, en concreto, las que las redes sociales nos brindan, se ha elaborado esta Guía práctica de iniciación a las redes sociales.

Qué son las Redes Sociales

Una Red Social es una **estructura social** formada por personas, organizaciones o entidades que se encuentran conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común.



Tipos de redes sociales

REDES SOCIALES

REDES VERTICALES

Su **objetivo** es **congregar en torno a una temática definida** a un colectivo concreto. Hay dos tipos:

Profesionales: destinadas a la creación de contactos profesionales entre las personas usuarias.

De ocio: las temáticas en este caso son muy diversas pero siempre giran en torno a una común.

★ **Ej: LinkedIn**

REDES HORIZONTALES

Son redes dirigidas a todo tipo de personas usuarias y **sin temática definida**.

Permiten el acceso y la participación **libre y genérica**.

El principal **objetivo** de este tipo de redes es **relacionar personas** a través de los diversos instrumentos que ofrece.

★ **Ej: Facebook, Twitter.**

Para qué sirven las Redes Sociales

REDES SOCIALES

PERSONAS

Comunicarse con otras personas.

Generar **nuevas conexiones**.

Buscar **información**.

Auto-promocionarse

Buscar **trabajo**.

Hacer **networking**.



EMPRESAS

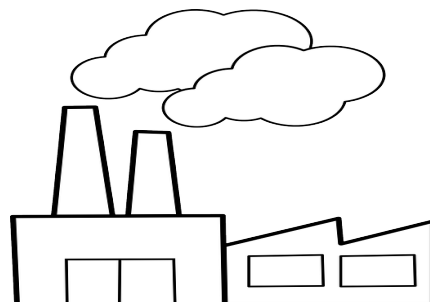
Generar tráfico para el sitio web corporativo.

Vender productos.

Promocionar su negocio.

Fortalecer la **identidad de marca**.

Buscar **recursos humanos**.



Características de las principales Redes

- 1) Están basadas en las personas usuarias:** las redes sociales son construidas y dirigidas por las personas a partir de los contenidos que se publican.
- 2) Son Interactivas:** Las redes sociales poseen además de chat y foros, aplicaciones temáticas.
- 3) Establecen relaciones:** las redes sociales permiten volver a conectar con viejas amistades y conocer a nuevas personas.
- 4) Intercambio de contenidos e intereses:** el contenido publicado por un usuario, sea texto, foto o vídeo, se difunde a través de una red de contactos y sub-contactos y puede ser comentado, compartido, reutilizado, etc.

II PARTE

Práctica sobre las Redes Sociales

Un paseo virtual por 3 Redes Sociales

A continuación, vamos a enumerar y a visualizar algunas características generales de las principales Redes Sociales.

Las redes sociales que analizaremos son:

Facebook



Twitter



LinkedIn



Facebook



Es la red social con **mayor numero de personas usuarias** (78%) en Internet. Permite alcanzar una gran visibilidad, dar difusión a los contenidos de nuestras páginas, crear comunidad, etc.

Ofrece tres **tipos de perfiles:**

1) Perfiles privados, para personas.

2) Grupos se crean para personas que comparten un interés común, pueden ser abiertos, cerrados o secretos.

3) Páginas son para organizaciones, entidades, empresas, personas publicas.

Es necesario tener un perfil para crear una página o un grupo.



El espacio de facebook donde se publican las actualizaciones se llama **muro**, en él se comparten distintos tipos de contenidos: **texto, fotos, vídeos, enlaces, eventos.**



Lo que publicamos en nuestro muro puede ser visto por todo el mundo (**público**), sólo por nuestras amistades o puede ser completamente **privado**.



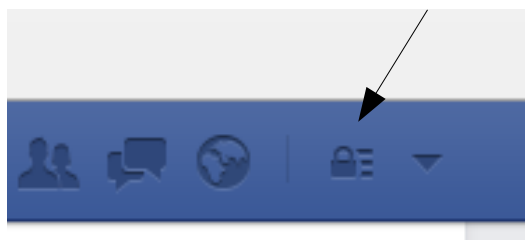
Esta es la **biografía**, tu página propia, con todas tus actualizaciones e interacciones, como la verán los demás también depende de cómo configures la **privacidad** en tu perfil.





Gestionar la privacidad en Facebook

Antes de todo nos fijaremos en el simbolo del candado:



Haciendo click aquí se abrirá el gestor de privacidad:

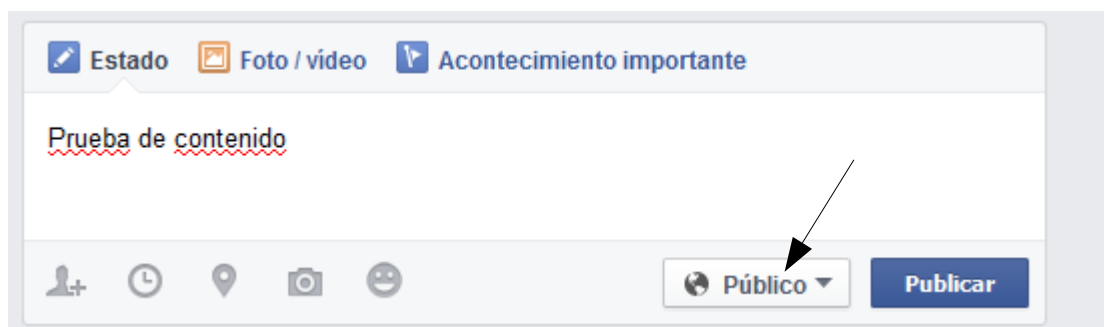


Y una vez que se abra este menú, se podrá decidir si el contenido es **publico, privado** o si lo verán solo **amigas y amigos**.



Gestionar la privacidad en Facebook

Y además, cada vez que escribas un mensaje de estado, si haces click aquí abajo, donde pone la flecha...



..Se abrirá un menú que permite decidir quién verá el mensaje.





Si todavía no tienes tu perfil en Facebook y necesitas ayuda para crearlo, **sigue paso a paso este tutorial.**

Haz click abajo y se abrirá el vídeo.



Twitter



Es una **red de microblogging** que te permite enviar y recibir mensajes de 140 caracteres llamados **tweets (en español twit o tuit)**. Su brevedad es el secreto de su éxito ya que los mensajes cortos permiten obtener **información rápida y concisa**.

Todos los principales medios de comunicación están en twitter, la brevedad de su mensaje hace que las “ultimas noticias” aparezcan publicadas **antes aquí que en otros medios** que requieren más tiempo de redacción y edición.

Al contrario que Facebook en twitter **no hace falta que alguien nos acepte para poder leer sus actualizaciones**. Es el caso de personajes famosos, a quienes siguen muchas personas.



La jerga de Twitter

Twitter tiene una jerga específica que es mejor conocer desde el principio para no manejarse sin problemas entre tweets. Vamos a ver estos términos uno a uno.

HASHTAG (#): Las actualizaciones en twitter se agrupan bajo un mismo tema a través de un hashtag **o etiqueta**, que son palabras clave precedidas por una almohadilla Ej: #elecciones Las etiquetas se crean cuando muchos usuarios/as repiten la misma palabra.

@: Este símbolo es usado **para dirigirse a otras personas** en los Tweets, de esta forma: Hola @maria! Cuando un nombre es precedido por el símbolo @, se convierte en un enlace a su perfil de Twitter y la persona usuaria en cuestión recibe una mención.





RETWEET (RT): Es un Tweet que otra persona ha publicado, que ha sido re-publicado por alguien que le conoce o le sigue. Se usa para difundir las noticias o compartir información valiosa en Twitter.

CRONOLOGÍA O TIMELINE (TL): Una lista en tiempo real de los Tweets de las cuentas que una persona sigue. Aparece en la página de inicio de Twitter.

MENCIONES : Mencionar a otra persona en un Tweet se hace al incluir el símbolo @ seguido directamente de su nombre.

MENSAJE DIRECTO (MD O DM): es un mensaje privado entre quien lo envía y quien lo recibe. **Sólo se pueden mandar MD a quien nos sigue.**

TRENDING TOPICS (TT): Temas determinados por un algoritmo que indican qué es lo más popular en Twitter en cierto momento.



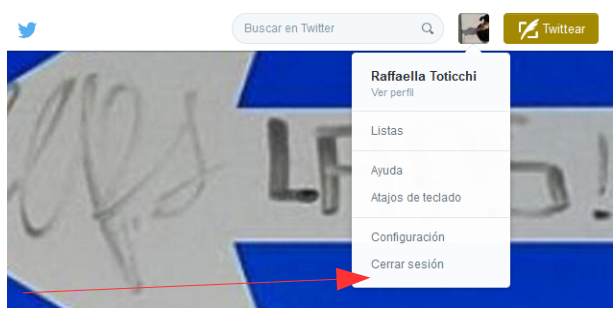
The image shows a screenshot of a Twitter profile page for Raffaella Toticchi (@Rae2it). The page includes a navigation bar at the top with 'Inicio', 'Notificaciones', 'Mensajes', and '# Descubre'. A search bar and a 'Twitter' button are also visible. The profile header shows statistics: 1.974 tweets, 1.253 following, 1.084 followers, 60 favorites, and 11 lists. The main content area displays tweets, with one tweet mentioning Coursera. Callout boxes provide instructions: 'CLICK AQUÍ PARA VER LOS TWEETS DE LAS CUENTAS QUE SIGUES' (pointing to the 'SIGUIENDO' tab), 'CLICK AQUÍ PARA VER TUS NOTIFICACIONES' (pointing to the 'Notificaciones' icon), 'CLICK AQUÍ PARA ESCRIBIR UN NUEVO TWEET' (pointing to the 'Twitter' button), 'CLICK AQUÍ PARA CAMBIAR CONFIGURACIÓN (CONTRASEÑA, DISEÑO, ETC)' (pointing to the 'Editar perfil' button), and 'LA BARRA INDICA QUE ESTÁS AQUÍ' (pointing to the active 'Tweets' tab).



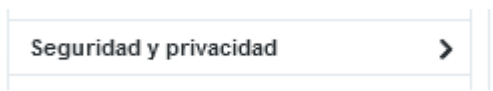
Gestionar la privacidad en Twitter

Por defecto, **los tweets que escribimos en Twitter son publicos**, sin embargo, hay unas opciones de configuración de la privacidad que puede ser útiles. Vamos a ver como modificarlas.

Paso 1:



Paso 2:



Paso 3:

Privacidad

Etiquetado de fotos Permitir que cualquiera me etiquete en fotos
 Solo permitir a las personas que sigo etiquetarme en fotos
 No permitir que nadie me etiquete en fotos

Privacidad de los Tweets Proteger mis Tweets
 Si eliges esta opción, solo los usuarios que apruebes podrán ver tus Tweets. Los Tweets que escribas en el futuro no estarán disponibles públicamente. Los Tweets escritos anteriormente podrían estar aún visibles públicamente en algunos sitios. [Más información.](#)

Ubicación del Tweet Añade una ubicación a mis Tweets
 Cuando publicas un Tweet con una ubicación, Twitter almacena esa ubicación. Puedes activar o desactivar esta opción en cada Tweet. [Aprende más](#)

Se borrará toda la información de ubicación de Tweets pasados. Esto puede tomar hasta 30 minutos.

Visibilidad Permitir que otros me encuentren por correo electrónico

Personalización La opción para personalizar Twitter basándose en visitas recientes a sitios web no está disponible para ti.

Contenido promocionado Anuncios personalizados basados en información compartida por socios de publicidad.
 Esto le permite a Twitter mostrar anuncios sobre temas en los que hayas mostrado interés. [Conoce más](#) sobre cómo funciona esto y sobre tus controles de privacidad adicionales.



Si todavía no tienes tu perfil en Twitter y necesitas ayuda para crearlo, **sigue paso a paso este tutorial.**

Haz click abajo y se abrirá el vídeo.



Linkedin

Es la herramienta más enfocada al **ámbito profesional**. El público de LinkedIn está compuesto mayoritariamente por profesionales, esta red social está orientada a la creación de redes entre profesionales y empresas.

Es una gran herramienta para **expandir nuestra red de contactos** a partir de los ya tenemos.

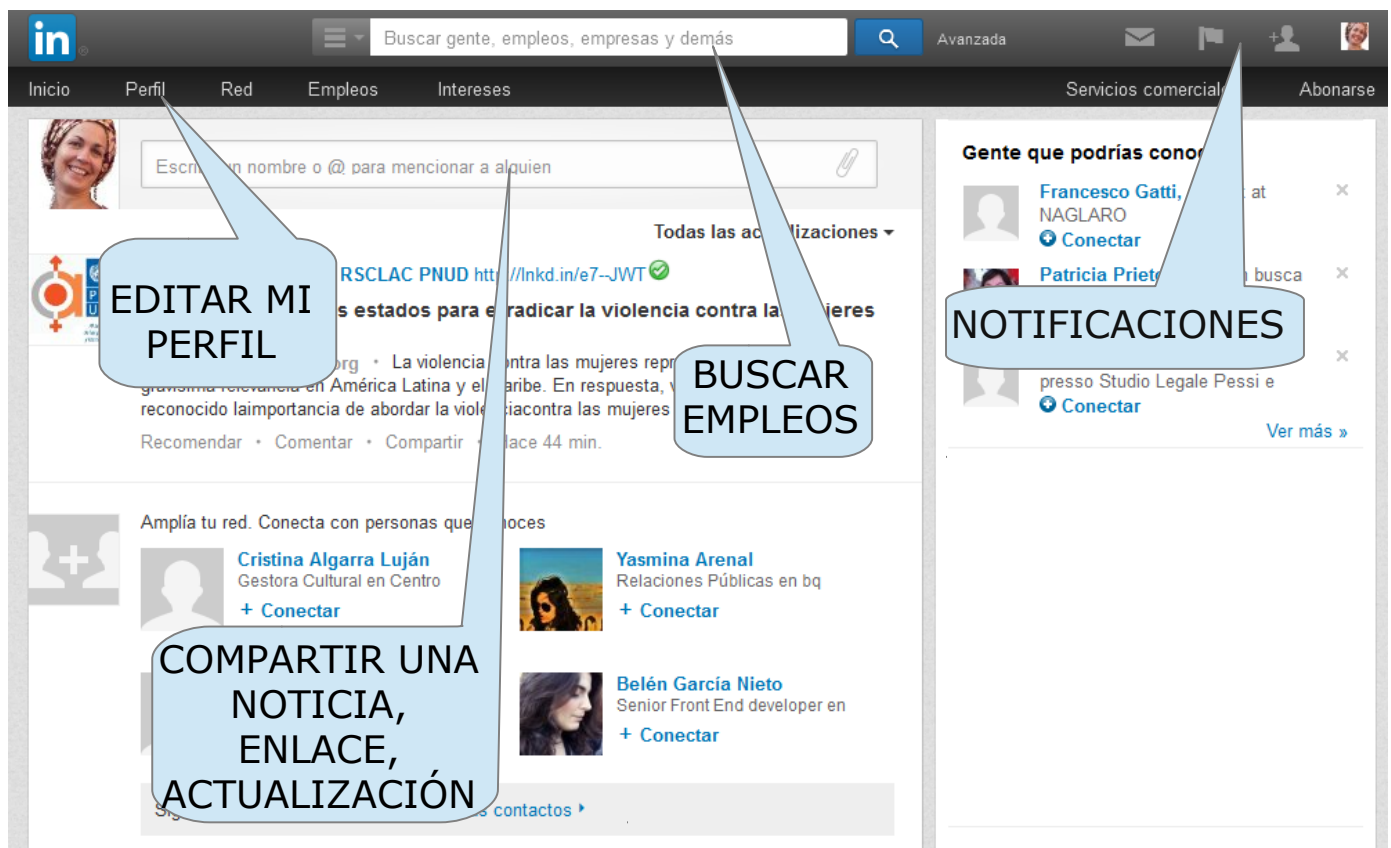
LinkedIn tiene varias herramientas, vamos a verlas brevemente una a una:

Perfiles privados: son para las personas, se pueden personalizar con información relativa a la formación, y a la experiencia laboral. Además se pueden adjuntar diplomas y pedir recomendaciones y/o **validación de las aptitudes**. También se pueden compartir actualizaciones diarias con enlaces e imágenes.



Páginas: son para empresas y organizaciones. Aquí, además de información sobre la entidad se podrán compartir actualizaciones con texto y enlaces.

Grupos: son espacios de debate en torno a un tema en concreto. Son una herramienta de conexión y de intercambio de opiniones e información.





Gestionar la privacidad en LinkedIn

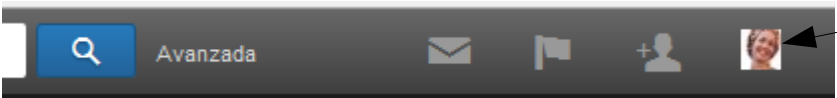
Estas son algunas opciones de privacidad que podrás configurar en LinkedIn:

- activar o desactivar la **difusión de tu actividad**
- seleccionar **quién puede ver tu feed** de actividad
- seleccionar **qué información pueden ver otros perfiles** usuarios
- seleccionar quién puede ver **tus contactos**
- modificar la foto de perfil y la **visibilidad**
- **bloquear** a miembros

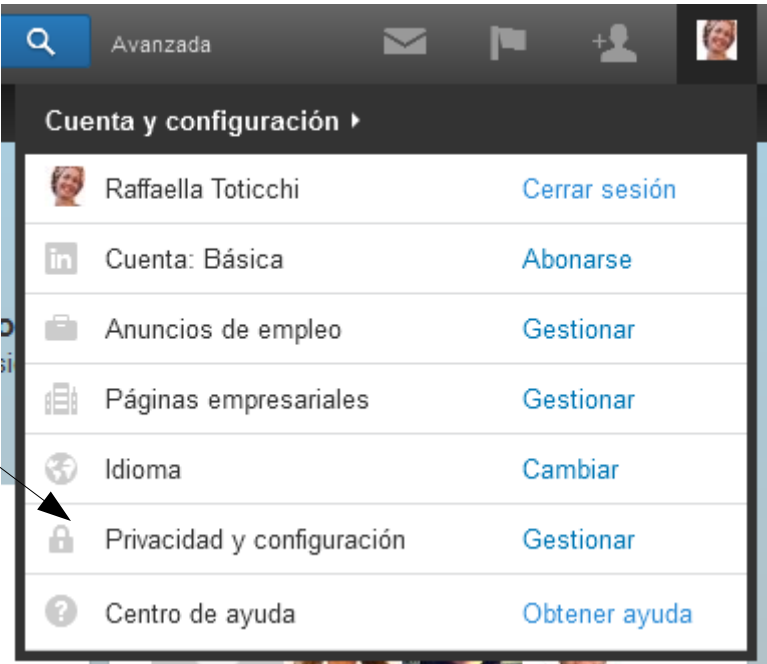


Gestionar la privacidad en LinkedIn

Arriba a la derecha, haz click donde aparece tu imagen de perfil

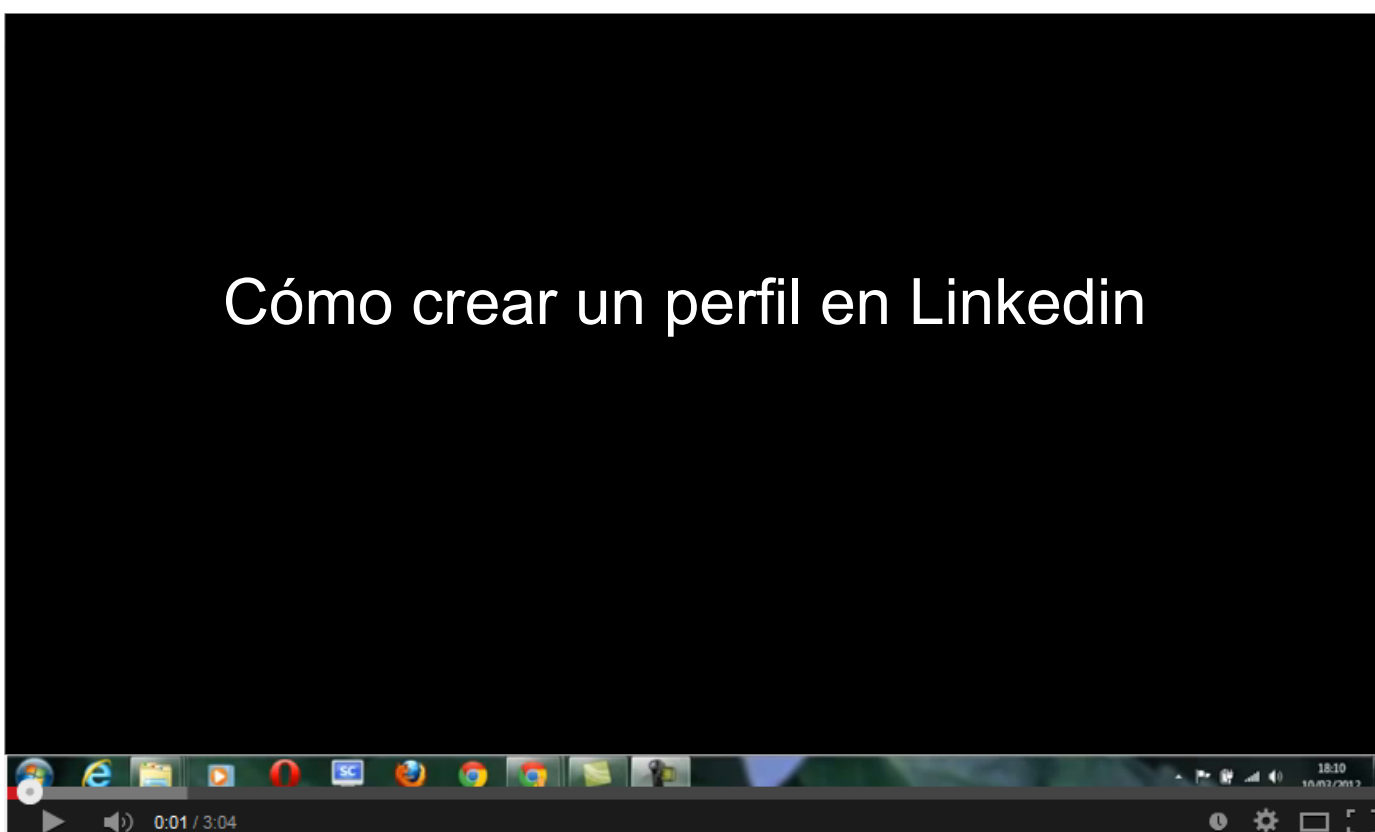


Se abrirá un menú el que se podrá gestionar la privacidad.



Si todavía no tienes tu perfil en LinkedIn y necesitas ayuda para crearlo, **sigue paso a paso este tutorial.**

Haz click abajo y se abrirá el vídeo.



III PARTE

Redes Sociales para el
trabajo



Acceso a oportunidades laborales a través de las RRSS

Hoy en día, en España, el **57%** de profesionales del sector de recursos humanos **utiliza las redes sociales para reclutar a profesionales** que cumplan con los requisitos necesarios para cubrir los puestos de trabajo disponibles.

El **64%** de las personas empleadoras, considera que los **candidatos y candidatas activas en las RRSS tienen más oportunidades de encontrar un empleo.**

Por esta razón, es muy importante que en las estrategias orientadas a la búsqueda de empleo se tenga en cuenta la importancia actual y creciente de las RRSS en el sector.



La marca personal

Las habilidades digitales se han convertido en un **factor clave** a la hora de encontrar trabajo, por ello es tan importante **cuidar la marca personal**.

La marca personal es toda la información presente en Internet sobre nosotras, en torno a ella se va formando nuestra **reputación digital**.

Para ello, es recomendable tener **una estrategia bien definida** en las distintas redes sociales en la que decidimos estar presentes.

En esta IIIª parte se darán las **pautas para aprovechar las potencialidades que las RRSS**, analizadas hasta ahora, ofrecen hacia la búsqueda de empleo. Vamos a empezar con una serie de consejos generales y luego pasaremos a ver las oportunidades que cada red ofrece.



Consejos prácticos

Vamos a presentar aquí una serie de consejos para **mejorar la efectividad de nuestro perfil** en la redes de cara a la búsqueda de trabajo a través de las redes sociales.

El nombre de perfil:

- Cuanto más **profesional**, mejor
- También si es **corto** mejor, sobre todo en Twitter
- Mejor **no** utilizar palabras **extranjeras**
- Es importante **que defina bien lo que somos** y lo que hacemos.



Consejos prácticos

La contraseña:

Usa numeros para escribir un nombre fácil de recordar y que sea largo.

Ejemplo: M4r14tr4b4j02014 (María trabajo 2014).

Una vez que tengas una contraseña fuerte (con numeros y letras) puedes utilizar la misma para distintas redes cambiando una letra.

Ejemplos:

M4r14tr4b4j02014**f**

para Facebook



M4r14tr4b4j02014**t**

para Twitter



M4r14tr4b4j02014**l**

para LinkedIn





Consejos prácticos

Atención al detalle. Las redes sociales son ventanas abiertas. Por esta razón es muy importante, sobre todo de cara a la búsqueda de empleo a través de las redes, que se **transmita seriedad, profesionalidad y atención al detalle**. Para ello, es necesario revisar cuidadosamente los contenidos que se vayan a publicar, prestando atención a que no se escapen contenidos que deberían haber quedado privados o sean polémicos.



Ortografía. Es muy importante **que un mensaje no tenga errores de ortografía**. Empezar con letra mayúscula, respetar la puntuación y las tildes, y nada de mayúsculas a no ser que se quiera gritar.

Ver regla 3 de la Netiquette





Consejos prácticos

Generar valor. No vale publicar cualquier cosa, el contenido debe aportar algo: una información inédita, una imagen bonita, una reflexión aguda o algo que transmita humor. Intenta buscar o generar **contenidos originales, curiosos y novedosos.**

Constancia. Es mejor escribir una actualización al día que escribir 10 en un día y luego estar inactivas durante meses. **La constancia premia.**

Paciencia. No te agobies con el número de contactos, **es más importante la calidad que la cantidad.**

Cuidado con los derechos de autor. Comparte sólo contenido propio o contenido **Creative Common.**

Sobre los contenidos Creative Commons




Buscar trabajo a través de FB



Se puede utilizar Facebook como una plataforma para difundir el perfil profesional.

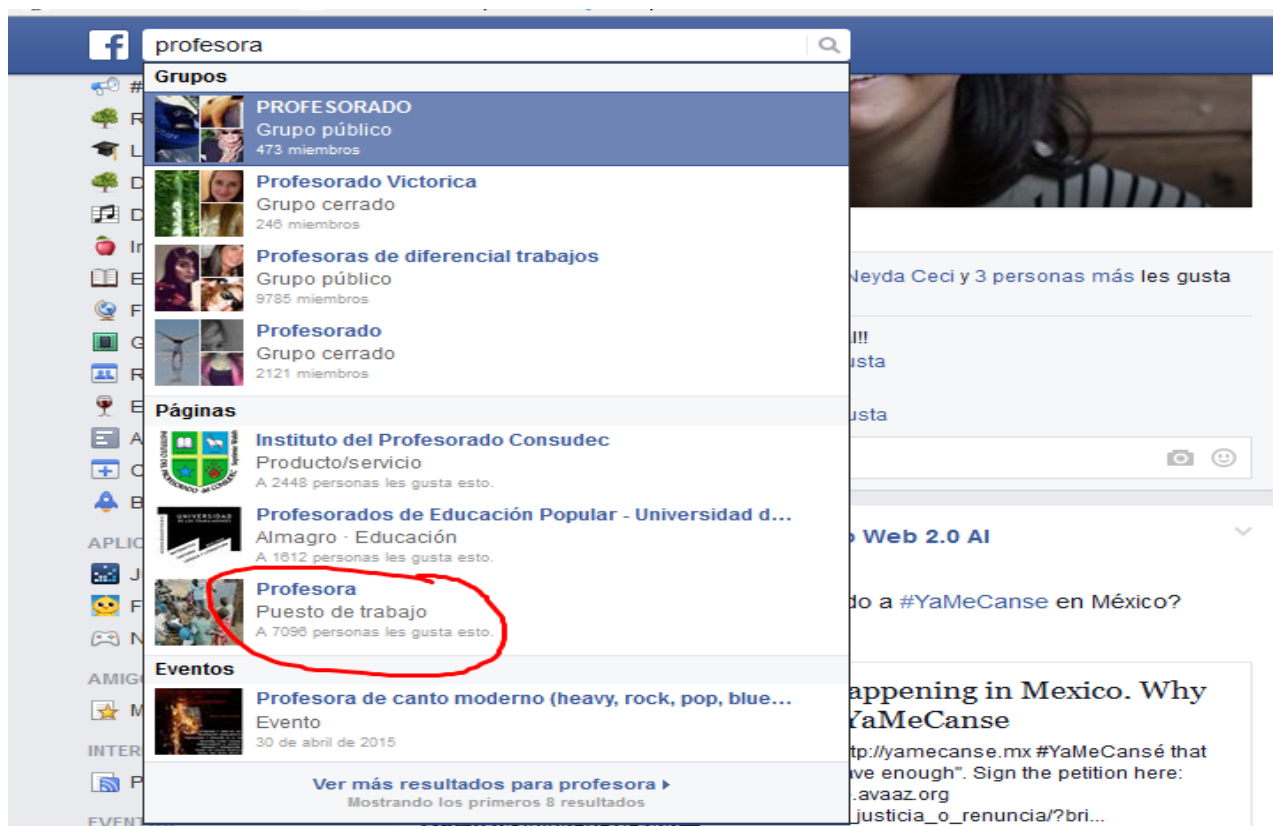
Pasos necesarios

- Antes de todo, hay que tener en cuenta los **consejos de estilo ya mencionados** 
- Poner una **foto** de perfil “profesional” .
- Publicar **contenidos que mencionen** algún trabajo que hayamos hecho.
- **Conectar** con contactos **conocidos** que tengan interés profesional.
- **Seguir a las páginas web de empresas** que nos resulten interesantes por el tipo de trabajo que buscamos.
- **Comentar posts** de responsables de recursos humanos de empresas cuyas páginas estemos siguiendo.
- **Limpiar el perfil** quitando fotos y comentarios inapropiados.

Buscar trabajo a través de FB




- **Crear grupos distintos:** de contactos, suscriptores u otros para destinar nuestras actualizaciones a distintos tipos de públicos.
- **Realizar la búsqueda de ofertas de trabajo** desde el buscador que hay en la parte superior de las páginas de Facebook



Buscar trabajo a través de Twitter



Pasos necesarios

- Antes de todo, hay que tener en cuenta los **consejos de estilo ya mencionados** 
- **En el perfil poner nuestra profesión** y unas palabras clave que describen lo que hacemos. Se pueden utilizar las etiquetas (#).
- En el perfil **incluir la URL de nuestra página web/blog personal** o perfil LinkedIn.
- Poner una imagen de perfil **que responda a la descripción** que hayamos puesto.
- **Seguir a las empresas y organizaciones** en las que nos gustaría trabajar, así como a portales de empleo.
- Seguir a **personas que podrían ser útiles** para nuestra búsqueda de empleo.
- **Retuitear o compartir artículos de estas empresas y organizaciones** que seguimos.

Buscar trabajo a través de Twitter



- **Mandar algún mensaje directo** (sin saturar) con enlace a nuestros trabajos online, nuestra página web o perfil LinkedIn.
- Escribir tweets con la **etiqueta #curriculum** y con un enlace (y descripción) a nuestro currículum vitae y mencionar (con @) a la empresas que nos interesan.
- **Realizar la búsqueda de ofertas de trabajo** poniendo #empleo #trabajo en el buscador de arriba a la derecha.



Buscar trabajo a través de LinkedIn



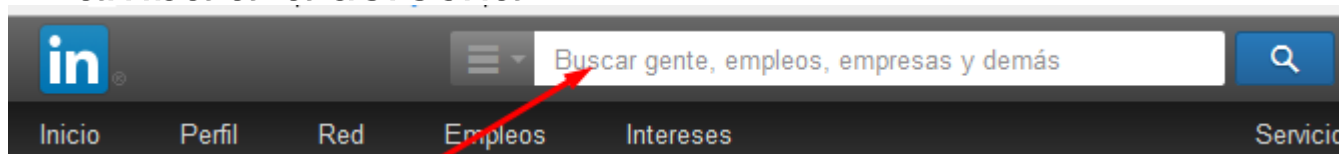
Pasos necesarios

- **Seguir a las empresas** que nos interesan en LinkedIn.
- **Crear una amplia red de contactos** buscando a compañeras y amigos.
- **Completar el perfil** con toda la información profesional posible: cursos, experiencias, conferencias a las que asistieron o artículos publicados.
- **Unirse a grupos** relacionados con nuestra área de interés.
- **Añadir recomendaciones** de compañeras y profesionales de recursos humanos.
- **Publicar contenido** a diario o con constancia fija.

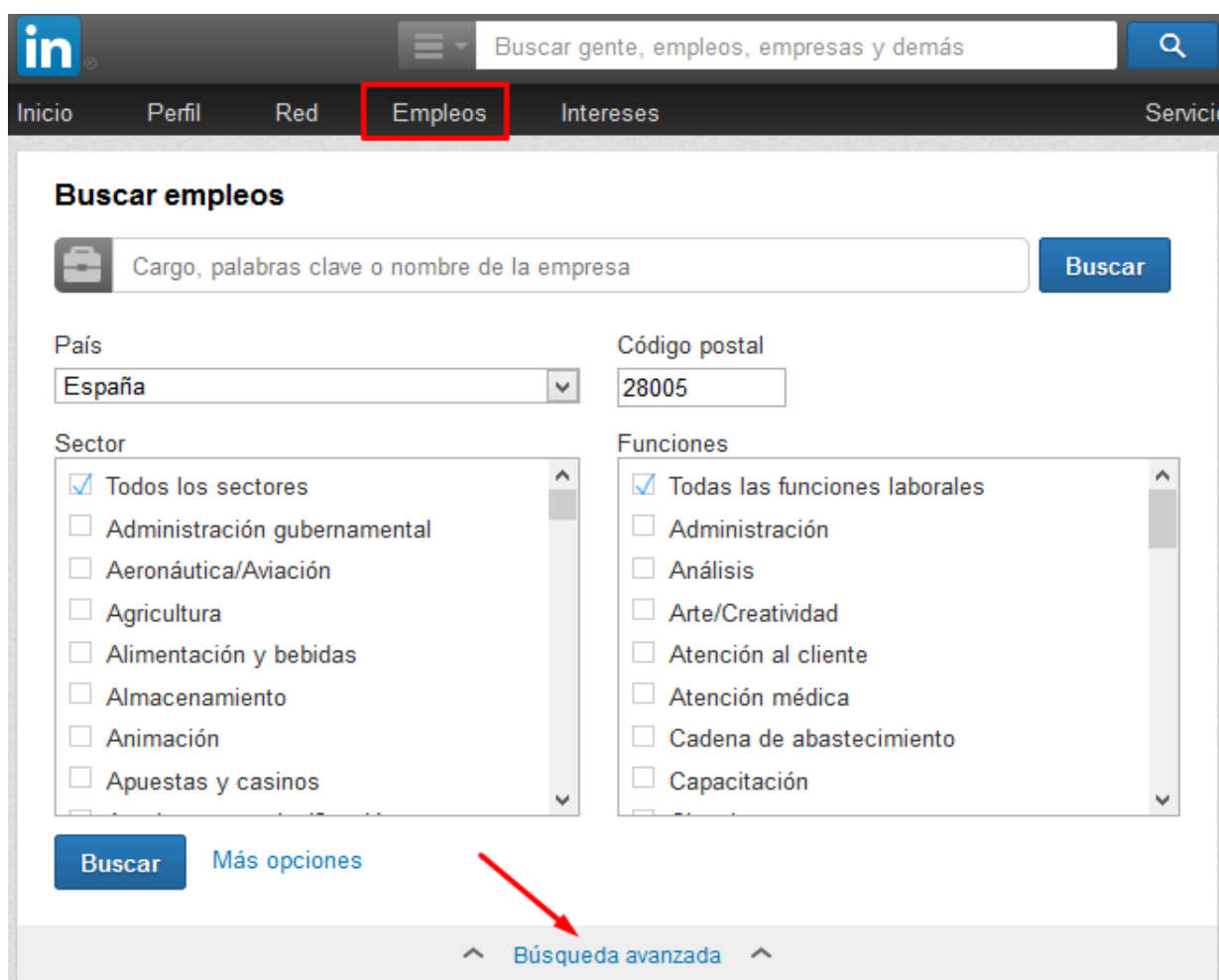
Buscar trabajo a través de LinkedIn



- **Realizar la búsqueda de ofertas de trabajo** poniendo el tipo de empleo en el buscador de arriba a la derecha.



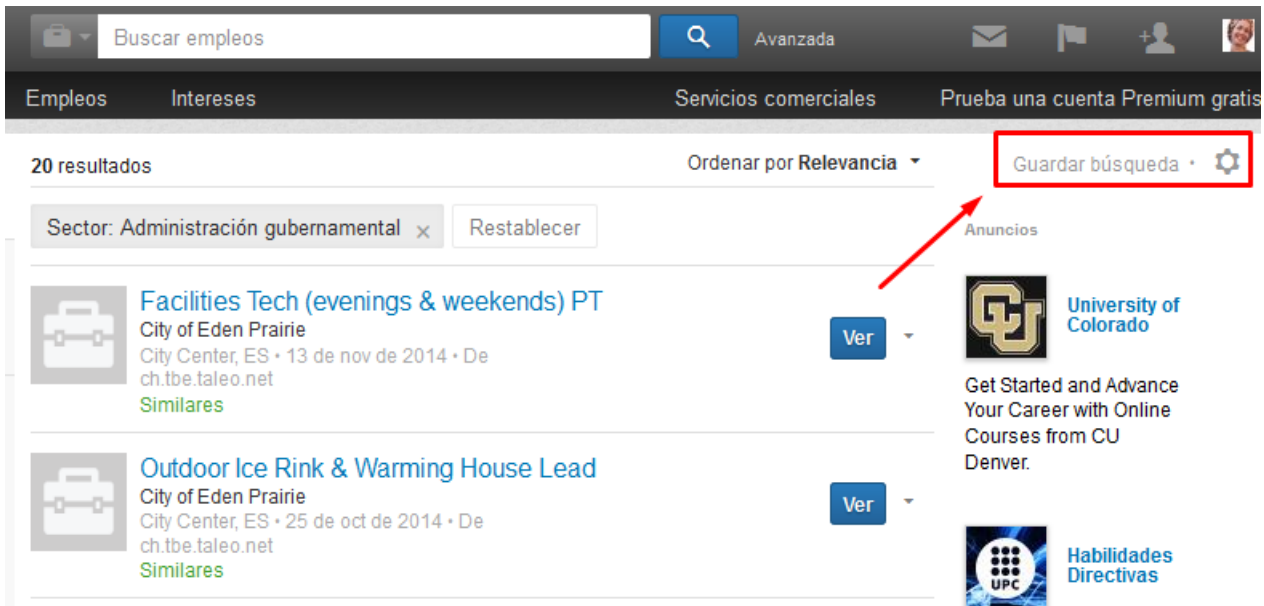
- **Realizar la búsqueda avanzada** seleccionando en el menu "Empleos" y luego dando al menu en cascada "Busqueda avanzada" y aquí rellenar los campos.



Buscar trabajo a través de LinkedIn



- Se puede **guardar la búsqueda**.



- Y también se puede **poner una alerta**.



Apuntes Finales

Las **Tecnologías de la Información y la Comunicación** (TIC) han aumentado, de manera exponencial nuestra capacidad de relacionarnos. Desde lo local a lo global, las nuevas tecnologías permiten formas de comunicación que necesitan un nuevo fondo y forma, adaptado a los medios que ponen a nuestro alcance, afectando también las relaciones personales profesionales.

En la era de la globalización e Internet, las **redes sociales son un elemento imprescindible y diferenciador** a la hora de acceder al mercado laboral, más en un país como España, que cuenta con una de las tasas de desempleo más altas de la Unión Europea. Tener acceso a la tecnología, y hacer uso de ella de manera eficiente, amplía nuestra empleabilidad.

Apuntes Finales

La **creciente digitalización de la sociedad**, acompañada de una nueva generación de ‘nativos digitales’, nos obliga a situarnos en vanguardia y formarnos en el uso de las TIC, si no queremos caer en la brecha digital. Esta brecha es un reto al que se enfrentan las personas más vulnerables y que debe superarse mediante **procesos formativos adaptados a la nueva realidad social** que ha configurado la revolución tecnológica.

Esta guía es la materialización del compromiso de UNAD con estas personas. Es un esfuerzo más por mejorar su empleabilidad y formación, con el fin último de facilitar su acceso al mercado laboral y así **vencer la brecha más importante** a la que se enfrentan, que no es la tecnológica, sino **la exclusión social**.

Un proyecto de:



Financiado por:



POR SOLIDARIDAD
OTROS FINES DE INTERÉS SOCIAL

Escrito y editado por:

Raffaella Toticchi y Jonás Candalija