

## CARRERA PROFESIONAL

# Monstruos del ego con marca de cartón piedra

La fiebre de la marca personal lleva a la aparición de perfiles profesionales irreales, más preocupados de una falsa visibilidad que de los resultados. Los procesos de selección se llenan de candidatos de cartón piedra que engañan para mantener una realidad insostenible. **Por Tino Fernández**

La inflación de tesis y másteres con esteroides y la *titulitis* que lleva al dopaje académico tienen en buena parte su origen en una obsesión enfermiza por una marca personal mal entendida, y en la creencia errónea de que ciertos atajos y mentiras pueden crear una imagen profesional que resulta eficaz.

En la mayor parte de los casos, engañar, inflar o acumular títulos lleva a crear profesionales de cartón piedra que no aguantarían un proceso de selección en condiciones.

Las consecuencias para quienes se aventuran en este mundo de medias verdades académicas, currículos hipertrofiados y personajes de pega en las redes sociales suelen ser graves, y lo son también para el sistema de reclutamiento: el exceso de perfiles profesionales falsos es un obstáculo para los procesos de selección y para reducir la tasa de fracasos cuando se trata de elegir al candidato idóneo para una empresa y para un puesto.

Carlos Rebate, autor de *Influencers, todo lo que necesitas saber sobre influencia digital*, considera que “hoy el mercado laboral requiere continuas reinversiones personales en ciclos cada vez más cortos y con una incertidumbre cada día mayor. La carrera sirve para capturar nuestras inquietudes de juventud, aportar cierta estructura a nuestro pensamiento y, en el mejor de los casos, adquirir alguna competencia blanda. Poco más”.

A esto añade que “las universidades tienen muchas dificultades para crear una oferta educativa adaptada a la velocidad de los cambios que vivimos y viviremos. Esto nos lleva a una desintermediación de la educación, a la globalización académica, y a la entrada de nuevos actores en el ecosistema educativo, desde las plataformas de cursos masivos online (los MOOC tipo Coursera), pasando por los nuevos canales de difusión del conocimiento, la posibilidad de aprender directamente de las propias empresas (caso de Google con *Tensorflow*, la biblioteca de código abierto para aprendizaje automático) hasta los gurús internacionales en cualquier materia, adquiriendo su infoproducto (curso online) a un módico precio”.

Rebate sostiene además que nunca en la historia de la humanidad fue más fácil y económico recibir formación de calidad (y también de poca calidad). Añade que “tal vez por eso nunca fue más sencillo coleccionar títulos y sacarle brillo a nuestro perfil de LinkedIn, que a veces resulta contraproducente. Nuestra formación (carreras, másteres, posgrados, cursos) es útil en la medida en que tiene sentido para nosotros y obedece a nuestra curiosidad o a las necesidades de conocimiento que tenemos en un momento vital concreto”.

Asegura asimismo que “las titulaciones académicas están sobrevaloradas. Grandes compañías como Apple, Google o IBM, han comenzado a no exigir una titulación para contratar, ya que



no importa tanto lo que sabemos o lo que dice nuestro expediente académico –que posiblemente no usemos nunca y nos pone frente a retos para los que no estamos preparados– como lo que somos capaces de aprender y de lograr (actitud y competencias)”.

## El valor diferencial

Margarita Mayo, profesora de liderazgo en IE Business School, coincide en que “las empresas no contratan por lo que uno sabe ahora, sino por lo que es capaz de aprender”, y explica que “lo más importante cuando hablamos de marca personal no son los títulos sino cómo nos diferenciamos de otras personas. Cuáles son nuestros valores”.

Andrés Pérez Ortega, consultor en estrategia personal, recuerda la frase de Margaret Thatcher: “Si nuestra única oportunidad es la de ser iguales, no es una oportunidad”. Añade que “hoy es muy fácil ser idénticos académicamente”, y recuerda que “no importa tanto que digamos lo que sabemos como que demostremos lo que hemos hecho realmente con ese saber o, al menos, lo que creemos que podemos hacer. No nos van a pagar más simplemente por las horas o el dinero que hemos invertido sino por el que vamos a ahorrar. No se trata de poseer títulos sino de qué hacemos con ellos para generar un impacto. La atomización de diplomas, grados, másteres,

licenciaturas, créditos y toda la parafernalia académica, provoca que se puedan llenar varias hojas de un currículo con listados interminables de supuestos aprendizajes”.

Rebate coincide en que “en el pasado todo era más predecible: uno estudiaba algo, se convertía en su profesión, y, por regla general, aplicaba los mismos conocimientos durante décadas, hasta que se jubilaba y le regalaban un reloj. Cuando sólo unos pocos afortunados tenían acceso a una titulación universitaria, contar con ella suponía una diferenciación. Hoy casi cualquier candidato se acerca al mercado laboral con una carrera y un máster, cuando no con doble titulación, idiomas y estancias en el extranjero”.

Mayo subraya además que lo que importa es ser auténtico: “La confianza es clave, y transmitir una imagen falsa que no es la nuestra nos perjudica. Si se destruye así la confianza resulta muy difícil de recuperar. La selección no es solo en una dirección. Si usted no se presenta como es (con una imagen irreal y falsa), eso le perjudica. Si miente, finalmente se descubrirá”.

Pérez añade que “un título ya no demuestra nada. Hubo un tiempo en el que tener uno de los primeros MBA de prestigio podía ser algo para presumir, y poseer ciertos títulos hacían que alguno se sintiera un ser superior. Pero a medida que se fueron multiplicando las escuelas de negocios y las uni-

versidades, todo eso dejó de ser una medalla que colgarse. El peso de la reputación profesional pasó a depender más de la empresa de la que uno forma que de la formación que tuviese”. Cree asimismo que esa *titulitis* es una necesidad sólo en determinadas profesiones. Desde hace un par de décadas un título ya no demuestra demasiado, simplemente es un peaje más que hay que pagar para poder entrar en el mundo profesional. No es ego, es supervivencia. Estos títulos tienen más importancia para ciertos políticos que carecen de experiencia profesional o que no han puesto en marcha una empresa”. Y concluye que “aprender es imprescindible, pero los títulos cada día valen menos. Lo fundamental no es tener un currículo repleto de cursos sino de logros”.

## La huella real

A todo esto Pérez añade que mucha gente aún no termina de entender que la marca personal es la huella que dejamos y no los títulos que acumulamos: “El mercado no premia el esfuerzo sino el valor añadido. Eso significa que, si pasa la vida estudiando, quizá su familia le dará palmaditas en la espalda o le dirá que está trabajando mucho y que además es muy listo y está muy preparado, pero si no es capaz de hacer algo valioso con todo eso es como tener un ordenador de última generación para jugar al *Buscaminas*”.

Silvia Leal, experta en transformación digital, recuerda que la marca se concibe como una ventana de visibilidad, aunque hay trabajos y personas que tienen dificultades para obtener esa visibilidad. Leal opina que “la marca puede convertirse poco a poco en algo adictivo. Algunos se centran más en lo que se hace hacia afuera que en lo que se debe hacer internamente en el propio trabajo. El error está en convertir esa ventana en el centro neurálgico de la vida laboral y hacer que las redes pasen de ser un escaparate de todo que hacemos realmente a una película en la que nos convertimos en protagonistas un tanto enfermizos. Se añade que las redes magnifican todo esto. Antes uno hacía un curso y lo veían cuatro. Ahora lo publicita en las redes y lo ve todo el mundo. Esto potencia la *titulitis* y puede favorecer la mentira. En ese sentido, las redes multiplican el problema de manera exponencial”.

Por su parte Andrés Pérez advierte de que mucha gente joven se queja de no encontrar algo “de lo suyo” a pesar de tener cuatro carreras, seis másteres y decenas de cursos: “La cuestión es si se habrán preguntado alguna vez qué pueden hacer con todo eso, o cómo pueden transformar toda esa energía potencial en trabajo o movimiento. ¿Qué pasa si “lo mío”, lo que me “apasiona” no le interesa a nadie? Si como profesional usted no es capaz de convertir ese inventario de cualidades –que todos tenemos– en algo que mejore las cosas, no conseguirá nada”.