

# Llegan los profesionales 2.0

El auge de las redes sociales empieza a crear nuevas ocupaciones aún poco conocidas

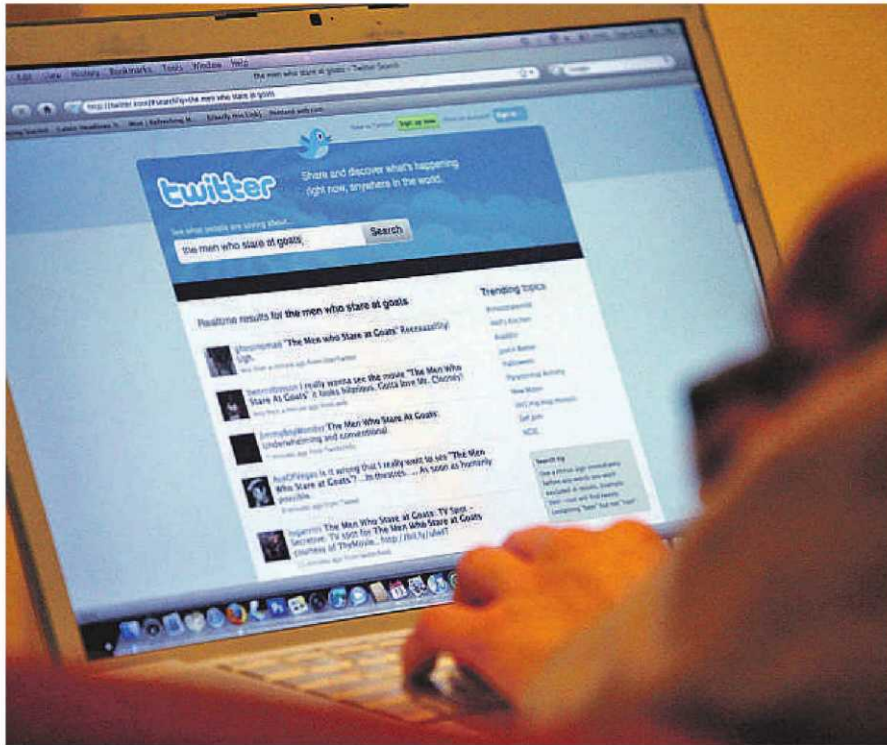
Nuria Peláez

Desde su nacimiento, internet no ha parado de revolucionar el ámbito social, pero también el laboral. El mundo de la World Wide Web ha originado decenas de nuevas profesiones, desde programadores y diseñadores web hasta especialistas en comercio electrónico. Pero la revolución no ha finalizado. La denominada web 2.0, basada en servicios que fomentan el intercambio de información entre usuarios como las redes sociales o los blogs, está generando la tímida aparición de nuevas ocupaciones aún muy poco conocidas.

La más consolidada es la de *community manager*, un puesto habitual en las empresas anglosajonas que en los últimos meses ha empezado a implantarse en compañías como Banc Sabadell, Repsol, Bankinter o El Corte Inglés. Su función principal es comunicarse con los clientes a través de las redes sociales y recoger todo lo que digan estos para ayudar a mejorar internamente la compañía. También suele encargarse de mantener actualizada la presencia de la compañía en redes como Facebook o Twitter.

José Antonio Gallego, presidente de la Asociación Española de Responsables de Comunidad Online (Aerco) y *community manager* del BBVA, explica que su jornada diaria empieza analizando qué se ha dicho sobre el banco en las redes sociales y elaborando un informe con la información relevante para los diversos departamentos. "Si detectamos un tema importante vinculado a nuestra entidad o a la competencia, profundizamos hablando con líderes de opinión y llevamos la información al departamento correspondiente para que pueda mejorar ese producto o servicio", explica Gallego.

El sueldo de un *community manager* sénior suele situarse a partir de los 30.000 euros. Al tratarse de un perfil muy nuevo, en España apenas existen profesionales de este tipo con experiencia, por lo que muchas personas procedentes de otros ámbitos acaban reciclándose para ejercer este tipo de funciones. Es el caso de Albert Medrán, un politólogo que ejerce de consultor de comunicación on line en Llorente & Cuenca. Su campo de aprendizaje, como



Estar al día de lo que pasa en redes como Twitter (en la imagen) forma parte del trabajo diario de los profesionales 2.0 REUTERS / ARCHIVO

## Profesionales autodidactas y a la última

De momento, las profesiones 2.0 son prácticamente autodidactas. Por ejemplo, para ser *community manager*—el perfil más consolidado en este ámbito—no existe formación reglada en España, aunque la Asociación Española de Responsables de Comunidad Online (Aerco) imparte cursos propios. Su presidente, José Antonio Gallego, descubrió esta profesión en EE.UU., mientras trabajaba para eBay. "Lo más importante para ejercer esta profesión es dominar las redes sociales y herramientas de la web 2.0, tener un alto nivel de empatía y capacidad analítica y experiencia en marketing y comunicación", explica Gallego, que actualmente ejerce este puesto en el BBVA. Manuel Fidalgo, consultor de tecnología de Page Personnel, añade un requisito más: "Cualquier perfil 2.0 debe dominar el inglés, no sólo el técnico, sino también el coloquial que se habla en las redes sociales".

### ENTREVISTA a Yolanda García Moreno, consultora de comunicación en medios sociales

## "Mis padres aún no entienden a qué me dedico"

La mayoría de los veinteañeros pasa muchas horas en Facebook, Tuenti o Twitter. Yolanda García, de 26 años, también. La diferencia es que ella, además, ha convertido los entresijos de estas redes sociales en su profesión. Asesora de comunicación on line en Tinkle y docente en el máster en Comunicación Corporativa e Institucional Digital PR 2.0. de la Universidad de Alcalá, su trabajo no es fácil de explicar. "Mi día a día comienza con un repaso a mi lector de feeds y la consulta de las actualizaciones en los perfiles que tengo en las diferentes redes sociales —explica—. Es básico conocer casos de organizaciones y detectar nuevas tendencias. Luego reviso



Yolanda García, de 26 años

los materiales relacionados con mis clientes, para detectar temas donde debemos dar respuesta proactiva". Y es que, según García, "en este nuevo contexto de economía de la atención, es clave ser ágil en la interacción con el público objetivo". Como muchos otros profesionales vinculados a la web 2.0, Yolanda García ha sido una autodidacta. "Cuando empecé a estudiar Periodismo, mis padres estaban ilusionados imaginándose como presentadora de los informativos en una cadena de televisión o redactando crónicas desde algún país del mundo —recuerda—. No pensaban que acabaría dedicándome a esto... y, de hecho, creo que aún no tienen muy claro a qué me dedico".

el de la inmensa mayoría de los profesionales 2.0, fue su propia experiencia personal, en su caso como autor de blogs. "Mi trabajo depende de las necesidades de cada empresa, muchas de ellas firmas del Ibx 35 que necesitan orienta-

ción estratégica para saber qué pueden hacer en las redes sociales", explica Medrán, de 25 años.

La juventud es la tónica general entre estos nuevos profesionales. "La mayoría de los candidatos tiene entre 25 y 35 años", seña-

la Manuel Fidalgo, consultor de tecnología de Page Personnel. Según esta firma de selección, entre los más cotizados figuran los consultores SEO, un perfil de carácter técnico —se requiere ingeniería en informática— cuyo

sueldo puede alcanzar los 60.000 euros anuales. Su misión es posicionar a la compañía en los primeros puestos de los buscadores de forma natural, mientras que el consultor SEN busca el mismo objetivo mediante campañas de marketing. Las empresas también tienen problemas para encontrar programadores con experiencia en lenguajes muy utilizados en la web 2.0 como .NET, PHP y J2EE. Los sueldos se sitúan en torno a los 35.000 euros.

Aparte de estos perfiles específicos, el manejo de la web 2.0 acabará formando parte del trabajo diario de todo tipo de profesionales. "Los valores 2.0 formarán parte de la cultura empresarial y será una habilidad transversal", augura Javier Celaya, fundador de Dosdoce y autor de numerosos libros sobre la web 2.0. Por ejemplo, un abogado tendrá que conocer las implicaciones legales de las redes sociales y un director de RRHH tendrá que incorporar estas herramientas a la gestión de equipos. Según Celaya, "las empresas tienen ya muchos empleados que usan redes sociales en su vida personal, sólo falta ver cómo pueden aplicar esas habilidades a su trabajo".