

ARTÍCULO

NUEVAS PROFESIONES EN LA WEB 2.0 Y EL NICHOS DE LAS REDES SOCIALES

Lizbeth Luna González

Nuevas profesiones en la Web 2.0 y el nicho de las redes sociales

Resumen

Este trabajo expone cuatro profesiones surgidas a raíz de la Web 2.0; específicamente en las redes sociales. Su definición y funciones básicas. Se explica la relación que hay entre ellas como equipo de trabajo en un medio colaborativo, así como la relevancia de cada uno para cumplir la meta dentro de una campaña en redes sociales. Además de lo anterior, se plantea que la figura del *Record Manager* y en especial la del *Content Curator*, resultan relevantes para la evolución de la Web 2.0 a la Web semántica.

Palabras clave:

Social Media Manager, Community manager, Record manager, Curator manager, redes sociales, profesiones en la Web 2.0, Web 3.0, documentalista del futuro, bibliotecario 2.0, nuevas profesiones, trabajo en la Web 2.0, profesiones del futuro.

New professions for the Web 2.0 and social network niche

Abstract

This paper presents four new professions that have arisen as a result of Web 2.0; specifically social networks. Their definition and basic functions are discussed. The relationship between them within a work team in a collaborative environment is explained, as well as the relevance of each one in order to reach a goal within a social network campaign. Additionally, the figure Record Manager and in particular Content Curator are discussed, as they are particularly relevant to the evolution of Web 2.0 and the Semantic Web.

Keywords:

Social Media Manager, Community manager, Record manager, Curator manager, social networks, online marketing, social media, documentalist of the future, librarian 2.0, Job of the Future.

Introducción

A raíz de la Web 2.0, surgen nuevas profesiones que el medio requiere y que cobran auge en los últimos años. El nacimiento de nuevos roles se estableció en diversas áreas, entre ellas la mercadotecnia y la bibliotecología. Se encontró que las redes sociales podían ayudar a establecer estrategias para promover los objetivos de empresas, e incluso entidades gubernamentales y educativas. Son un nicho para establecer una comunicación directa y de colaboración con

el usuario o cliente, mediante la creación de comunidades. Estas comunidades cobran una importancia relevante, al grado que se toman como un parámetro para el éxito o el fracaso de marcas, proyectos y movimientos de cualquier índole; incluyendo el político, social y cultural.

La actividad en las redes sociales ha crecido a tal grado que actualmente se requieren profesionales dedicados específicamente para este fin. Así, surgen roles como: *Social Media Manager*, *Community Manager*, *Record Manager*, y más recientemente, el *Curator Manager*.

Social Media Manager, el estratega de la comunicación en los llamados Medios de Comunicación Sociales

El *Social Media Manager* es el estratega en las redes sociales. Conoce perfectamente la empresa, la marca, sus alcances y los medios sociales de los que deberá hacer uso para llegar al público objetivo y así lograr las metas planteadas por la organización o empresa.

El sitio *Puro marketing* define al *Social Media Manager*, como:

“[...] aquel que tiene la capacidad de darle a los medios sociales un enfoque empresarial, impulsar los objetivos de la empresa y crear una comunidad alrededor de los propósitos de cada negocio o marca. Un Social Media Manager define una estrategia en medios sociales.”

Community Manager, el ejecutor de las estrategias

El *Community Manager* o gestor o responsable de comunidades (virtuales, digitales, en línea), como recomienda la Fundación del Español Urgente que se denomine a esta figura, se encarga de gestionar determinadas comunidades. Su labor es más estrecha con los usuarios, por ser la voz y escucha de la empresa o institución, así como también la voz y escucha del usuario o público hacia la marca. Concretamente, representa a la empresa o institución. Por la naturaleza del medio, debe tener capacidad y poder de decisión conforme lo exige la red social donde se desenvuelve. Si la persona encargada de cubrir este rol lo ejecuta en forma eficiente, creará un posicionamiento y una reacción encadena.

[La Asociación Española de responsables de Comunidad \(AERCO\)](#) define al *community manager*, como:

“[...] aquella persona encargada/responsable de sostener, acrecentar y, en cierta forma, defender las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades y los planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de los clientes”.

Según José Antonio Gallego, presidente de AERCO, sentido común, empatía y capacidad analítica, so inherentes a la persona que desarrolla esta labor.

Tal es su importancia que incluso el cuarto lunes del mes de enero se ha determinado como el día mundial del *Community Manager* y el *Profesional del Social Media (Community Manager's Appreciation Day)*.

Social Media Manager vs Community manager

Muchos tienden a confundir al *Social Media Manager* con *Community manager*, sin embargo podemos definir las funciones del primero dentro de la estrategia y el segundo, en la ejecución de las estrategias diseñadas por el anterior. El *Social Media Manager* tiene a su cargo un equipo de personas; dedicados a los medios de comunicación social en Internet. Los *Community Managers*, son reponsables de uno o varios medios sociales en Internet, dependiendo de la estrategia diseñada.

Record Manager, el profesional de la documentación 2.0

Como complemento al rol anterior, surge en 2011 el *Record Manager* en los Estados Unidos. Muchos lo ven como equivalente del jefe de prensa de las redes sociales o bien el “documentalista del futuro”, como lo menciona Núria Queralt en su [blog “Record Manager. una profesión 2.0”](#)

Se encarga de recopilar, analizar, valorar, verificar y autenticar los contenidos de la Web relacionados con la empresa u organización; proporcionar el acceso a ellos, y mantenerlos actualizados e incluso destruirlos.

Según Queralt, la Norma [ISO 30300](#), desarrollada por la organización ISO [International Organization for Standardization](#), sobre el Sistema de Gestión para los documentos, define al Record Manager, como:

“[...] el profesional de la documentación y la información, siguiendo unas pautas comunes a la hora de almacenar, proteger o destruir los documentos de las empresas; así pues prevé una figura más estratégica que no administrativa.”

[La asociación Records Management Society \(Information and records management society\)](#) explica que la gestión de la información (records management), es:

“El proceso por el cual una organización gestiona todos los elementos de los registros, tanto de forma externa o generada internamente y en cualquier formato o tipo de medio, desde su inicio/recepción, todo el camino hasta su eliminación.”

Content Curator, el “intermediario crítico del conocimiento”

La información que se genera en Internet es constante y aumenta de forma exponencial. Según Rohit Bhargava, experto en Marketing y profesor de *Marketing Global* en la Universidad de Georgetown, señala que llegará un momento en el que la información que se sube a Internet se duplicará cada 72 horas.

Esta característica del medio genera el surgimiento del *Content Curator* o “curador de contenido” por su traducción al español. Bhargava (2009), en su “[“Manifiesto For The Content Curator: The Next Big Social Media Job Of The Future ?”](#)”, lo define como:

“Un curador de contenido es alguien que encuentra continuamente, grupos, organiza y comparte el contenido mejor y más relevante sobre un tema específico, en línea. El componente más importante de este trabajo es la palabra “continuamente” ”.

Núria Queralt Suau, presenta un cartel acerca del *Content Curator* y sus funciones:

¿Qué es un Content Curator?

“Persona que busca escoge y elige el mejor contenido de la red para luego comunicarlo desde la empresa.”
- Rohit Bhargava

continuamente

1. Encuentra
2. Agrupa
3. Organiza
4. Comparte

Relevante

Información

- Contenido de ‘calidad’
- Posibilidad de suscripción por ese mejor contenido
- Filtrado crítico
- Identifica lugares donde se producen conversaciones
- Sus conocimientos y experiencia aportan valor al contenido

- Necesario un Content Curator por cada tema
- Ya existen métodos propios de filtrado de contenido: recomendación de amigos, listas de Twitter...
- Hay herramientas online disponibles que realizan este trabajo

*ADN - Ayuda al Desarrollo de Negocio, S.L.

Imagen tomada de: <http://comunidad.iebschool.com/recordmanager/otra-nueva-figura-2-0-content-curator/>

Si el record Manager es el documentalista, el *Content Curator* es el bibliotecario 2.0 (Queralt 2012).

Rohit Bhargava, lo vaticina como “el trabajo del futuro” en los medios sociales, mientras que Dolores Reig, psicóloga social y editora del sitio [El caparazón](#) lo conceptualiza como el “intermediario crítico del conocimiento”.

Reigh (2010) define el objetivo de esta figura dentro de una organización:

“[...] es mantener la relevancia de la información que fluye libre o apoyada en herramientas concretas para la creación de entornos informacionales. Como valor competitivo, el de mantener, en última instancia, “a la última” a la empresa / organización que le forme o contrate, en cuanto al conocimiento que ahora es vital para su supervivencia”.

Su función principal es la filtración y la síntesis objetiva del contenido para compartirlo en la red. El *Content Curator* ayudará en la evolución a Web 3.0; donde las búsquedas, localización y recuperación de contenido semántico, de forma estructurada, apegada a estándares de veracidad y calidad, resultan fundamentales.

Varios ven la unión entre el *Community Manager*, *Record Manager* y el *Content Curator* como la combinación perfecta para generar el éxito de la campaña de marketing social diseñada y planeada por el *Social Media Manager*.

Conclusiones

La Web 2.0 abrió un campo de posibilidades para compartir información, para la interacción y la colaboración horizontal dentro de una comunidad. Las organizaciones lucrativas y no lucrativas descubrieron el potencial de estas herramientas y no dudaron en usarlas. Sin embargo, sus propias características demandan una atención constante. Esto genera el surgimiento de nuevas necesidades que deben ser atendidas. El *Social Media Manager*, *Community Manager*, *Record Manager* y *Content Curator* son figuras que cubren las nuevas necesidades de las organizaciones y que como equipo de trabajo pueden cumplir diversas expectativas. Esto permite que el campo profesional de diversas y muy variadas áreas, se vea ampliado hacia nuevos horizontes: tanto en la esfera del marketing como en la del aprendizaje y el conocimiento, con amplios caminos por recorrer. Varios de estos roles empiezan a definirse y en muchos lugares apenas se conocen. Parece que su proceso de “profesionalización” dependerá en la medida de que las necesidades de las organizaciones aumenten y se dé su demanda.

El futuro parece prometedor, no sólo como desarrollo profesional: figuras como las del *Record Manager* y *Content Curator* cobrarán especial relevancia para el acceso, clasificación y depuración de la información en una evolución natural hacia la Web 3.0.

Mesografía

aerco-psm, Asociación Española de Responsables de Comunidad y profesionales social media, “Socios AERCO” [en línea] [Consultada: 4 de junio de 2012].

Disponible en Internet <<http://www.aercomunidad.org/nuestros-socios/> >

aerco-psm, Asociación Española de Responsables de Comunidad y profesionales social media, socios AERCO. “23 de enero, Día del Community Manager y del profesional del Social Media” [en línea]. [Publicada: 22 de enero de 2012]. [Consultada: 4 de junio de 2012].

Disponible en Internet: <<http://www.aercomunidad.org/2012/01/22/23-enero-dia-del-community-manager-y-del-profesional-del-social-media/> >

ALVARADO, Christiam, “Que es un Social Media Manager” Inca-trade.com, Marketing Online Enfocado en la Redes Sociales [en línea]. [Consultada: 2 de junio de 2012]

Disponible en Internet: <<http://www.inca-trade.com/blog/marketing-en-redes-sociales-2-0/que-es-un-social-media-manager-cual-es-su-perfil/>>

BHARGAVA, Rohit, “Manifiesto For The Content Curator: The Next Big Social Media Job Of The Future ?” Influential Marketing Blog [en línea]. [Publicado: septiembre de 2009] [Consultado: 3 de junio de 2012]

Disponible en Internet: <<http://rohitbhargava.typepad.com/weblog/2009/09/manifiesto-for-the-content-curator-the-next-big-social-media-job-of-the-future-.html>>

fundéu BBVA, “«community manager» tiene traducción”

Fundación del Español Urgente [en línea]. [Publicada: 21 de enero de 2011]. [Consultada: 2 de junio de 2012]

Disponible en Internet: <<http://www.fundeu.es/recomendaciones-C-community-manager-tiene-traduccion-790.html>>

PEACOCK, Marisa, “What’s the Difference? Community Manager vs. Social Media Manager” CMSWIRE [en línea]. [Publicada: 1º. De septiembre de 2011]. [Visitado 3 de junio de 2012]

Disponible en Internet: <<http://www.cmswire.com/cms/customer-experience/whats-the-difference-community-manager-vs-social-media-manager-012576.php>>

Queralt Suau, Núria, Record Manager, Otra nueva figura 2.0: content curator [en línea]. [Publicada: 19 de marzo de 2012]

Disponible en Internet: <http://comunidad.iebschool.com/recordmanager/otra-nueva-figura-2-0-8>

[content-curator/](#)

REIG Hernández, Dolores, Content Curator, el intermediario del conocimiento: nueva profesión para la Web 3.0 El caparazón [en línea]. [Publicada: 9 enero de 2010]. [Consultada: 3 de junio de 2012]

Disponible en Internet: < <http://www.dreig.eu/caparazon/2010/01/09/content-curator-web-3/>>

ROHIT, Bhargava, “Manifesto For The Content Curator: The Next Big Social Media Job Of The Future ?” imb, Influential Marketing Blog [en línea]. [Publicada: 30 de septiembre de 2009]. [Visitado el 3 de junio de 2012]

Disponible en Internet: < <http://rohitbhargava.typepad.com/weblog/2009/09/manifesto-for-the-content-curator-the-next-big-social-media-job-of-the-future-.html> >

SANJUAN, Juan Carlos, “Community Manager vs Social Media Manager” Juan Carlos Sanjuan, Apasionado del Yield Management y Web 2.0[en línea]. [Publicada: 5 de septiembre de 2011]. [Visitado el 4 de junio]

Disponible en Internet: < <http://www.juancarlosanjuan.com/2011/09/05/community-manager-vs-social-media-manager/>>

Strella, Rachel, “Social media manager vs Community manager” Social media today, The world’s best thinkers on social media [en línea]. [Publicado: el 28 de noviembre de 2011]. [Visitado el 3 de junio de 2012].

Disponible en Internet: < <http://socialmediatoday.com/centralpawebster/396952/social-media-manager-vs-community-manager>>

TORRIJO Orts, Paula, “Nuevas profesiones Web 2.0: El Content Curator y El Record Manager” El blog de Paula. Community manager [en línea]. [Publicado: 19 de marzo de 2012]. [Visitado: 2 de junio de 2012]

Disponible en Internet: < <http://comunidad.iebschool.com/paulatorrijo/sin-categoria/nuevas-profesiones-web-2-0-el-content-curator-y-el-record-manager/>>

Vela, Dolores, “Definición y habilidades de un Social Media Manager” Social Media Strategies, Marketing en Medios Sociales y Comunicación 2.0 [en línea]. [Publicado: en 2011]. [Consultado: 4 de junio de 2012]

Disponible en Internet: < <http://www.socialmediacm.com/2011/02/habilidades-de-un-social-media-manager.html> >

Velasco, Carolina, “Un equipo perfecto de Superhéroes” Puro Marketing, Record Manager y

Community Manager[en línea]. [Publicado: 1º. De febrero de 2011]. [Visitado el 3 de junio de 2012]

Disponible en Internet: < <http://www.puromarketing.com/42/8905/manager-community-manager-equipo-perfecto-superheroes.html>>

Videos

¿Qué es un Community Manager? . <http://www.youtube.com/watch?v=N-7j64D4Sm4>

Community manager, <http://youtu.be/YJTFok9ib20>

Ligas relacionadas

ISO 30300, <http://www.iso30300.es/>

Norma ISO 30300 , AEC, Asociación española para la calidad, <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/iso-30300>

AENOR, <http://www.aenor.es/aenor/normas/buscadornormas/buscadornormas.asp?modob=S>

Information and records management society,

<http://www.irms.org.uk/about-us>

CASTAÑO, Alejandro, blog Tecnologías del documento-gestión documental, ¿Qué es la norma ISO 30300 de gestión documental? Publicado el 25 de abril de 2011

<http://tecnologiasdeldocumento.blogspot.mx/2011/04/que-es-la-norma-iso-30300-de-gestion.html>

QUERALT, Núria Suau, Record Manager, una profesión 2.0, Norma ISO 30300 y el Record manager, 29 de febrero de 2012

<http://comunidad.iebschool.com/recordmanager/norma-iso-30300-y-el-record-manager/>

