



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA

Nuevas profesiones de la red relacionadas con la comunicación

| | |
|--------------------------|--|
| Apellidos, nombre | Cabrera Méndez, Margarita (mcabrera@upvnet.upv.es) |
| Departamento | Departamento de Comunicación Audiovisual, Documentación e Historia del Arte |
| Centro | Universidad Politécnica de Valencia |



1 Resumen de las ideas clave

En este artículo vamos a presentar los nuevos perfiles profesionales que surgen de las empresas que se dedican a la red. Internet ha propiciado la necesidad de nuevos perfiles y el hecho de que muchas profesiones de toda la vida hayan tenido que evolucionar o cambiar hacia las nuevas necesidades.

No entendemos los nuevos perfiles como únicamente técnico o informático, más bien los relacionados con el uso de las nuevas tecnologías y la generación de contenidos para ellas.

2 Introducción

Podríamos decir que el perfil profesional es la descripción de las características existentes en un determinado empleo definidas por el sector al que pertenece y que se espera sean desempeñados por el aspirante a un puesto de trabajo o trabajador. Tratando de establecer la relación cargo-función-responsabilidad como también los componentes, actitud, habilidades y destrezas que se requiere para el desempeño de dicho cargo.

También podemos definirlo como la reseña que describe los conocimientos y experiencia del trabajador. O el conjunto de capacidades y competencias que identifican la formación de una persona para asumir en condiciones óptimas las responsabilidades propias del desarrollo de funciones y tareas de una determinada profesión.

Cómo definimos nuestro perfil profesional es clave para que un entrevistador te llame para la entrevista y te tenga en cuenta en un proceso de selección. Y el problema es que con el nacimiento de nuevas profesiones es muy difícil saber encajar qué perfil tenemos realmente, porque en la mayoría de veces, como veremos, no coincide con estudios o carreras de toda la vida.

3 Objetivos

El objetivo general es determinar los perfiles profesionales relacionados con la comunicación y surgidos del trabajo generado por las nuevas tecnologías de la información.

Una vez que los alumnos hayan estudiado el artículo, leyendo con detenimiento todo el material facilitado, deben ser capaces de:

| |
|--|
| 1. Identificar diferentes perfiles |
| 2. Conocer las características básicas de cada uno de ellos |
| 3. Identificar a qué estudios puede hacer referencia cada nuevo perfil |

Tabla 1. Objetivos del artículo.

4 Desarrollo

Podemos, de manera autónoma, crear un contenido para la web sin tener conocimientos técnicos, pero también es cierto que cuanto mejor conozcamos el medio más sencillo será introducir, adaptar y difundir el mensaje.

El universo de internet requiere de conocimientos multidisciplinares, no solo escribir pensando en publicar en medios digitales, en cómo lee nuestro público en pantalla o en el canal que vayamos a utilizar (blog, wiki, página web...), sino que es imprescindible aplicar las nuevas disciplinas que han surgido en los últimos tiempos: arquitectura de la información, maquetación, nuevas narrativas, diseño de interacción, hipertexto, guion multimedia, usabilidad, multimedia, accesibilidad, posicionamiento, optimización, aspectos jurídicos... perfiles profesionales especializados en técnicas que se deben tener en cuenta a la hora de comunicar en los nuevos medios.

4.1 Características de los nuevos perfiles profesionales

Veamos, a continuación, algunas de las nuevas profesiones relacionadas con la escritura en internet y nacidas con la evolución de la comunicación digital:

Arquitecto de la información: es el perfil que se encarga de la arquitectura de la información, planea la mejor forma de organizar los contenidos para que el usuario encuentre lo que necesita en el menor tiempo posible.

Debe ser capaz tanto de abstraerse para poder imaginar el proyecto globalmente, como de llegar al detalle de las necesidades específicas de cada pantalla. Tendrá que fijar los flujos de interacción, es decir, cómo navegan los usuarios por el proyecto, definir el etiquetado, las búsquedas y, en definitiva, estudiar los requerimientos de eficacia y eficiencia del sistema para aumentar la utilidad y satisfacción de los usuarios con la agrupación de contenidos.

Bloguero: hispanización del término inglés blogger. Se trata de la persona que tiene un blog o publica entradas en blogs.

No es necesario que sea un profesional, el bloguero suele tener autonomía de

decisión sobre el contenido y el diseño de su medio de comunicación. Se relaciona de tú a tú con el usuario, con el lector, lo que hace única la experiencia como medio de comunicación y lo separa de otros formatos, incluso de las secciones de opinión de diarios digitales más clásicos.

Gestor de comunidades o community manager: según la Asociación Española de Responsables de Comunidad (Aerco), «un community manager es 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». Lo ampliaremos en siguientes capítulos.

Copy: es el redactor creativo, su trabajo consiste en crear guiones creativos, eslóganes, títulos, guiones de banners...

Es el responsable de la línea editorial para la promoción de un sitio. Entre las habilidades de un copy web está la de pensar en los medios sociales y en cómo se ha de posicionar un texto en los mismos, conjugar creatividad con posicionamiento y brevedad.

Digitalizador: cuando se habla de digitalización o de material digitalizado generalmente se hace referencia al escaneo y a la fotografía digital de documentos que pueden consultarse y visualizarse en archivos digitales. El digitalizador es el experto en este trabajo, sabe tratar desde documentos recientes hasta los procedentes de un fondo antiguo, con cuya manipulación hay que tener especial cuidado. También debe ser experto en digitalización masiva, es decir, en el manejo de software para la captura automática de datos y su posterior conversión en documentos de texto, por ejemplo, para grandes cantidades de documentos de la administración pública que han de pasar del papel al soporte digital.

Diseñador web: el diseñador web no es solo aquel que diseña y entrega una imagen de cómo ha de ser un proyecto multimedia. El diseño web es una disciplina que exige grandes dosis de creatividad sumadas a un alto nivel técnico.

Tienen que saber aplicar las bases del diseño de toda la vida: composición, color, tipografía, metáforas visuales, etc. y además combinar toda esta base con su aplicación en pantalla: navegabilidad, interactividad, usabilidad, accesibilidad, arquitectura de la información, etc. y con la interacción de medios como el audio, el texto, la imagen y el vídeo.

Editor de web: es la persona encargada de gestionar y organizar los contenidos en una web, debe definir la línea editorial por la que se regirá y asegurar que todo lo que se publica vaya en esa línea. Lo ideal es que tenga definido el perfil de usuario para poder encajar perfectamente la línea editorial.

Especialista en marketing electrónico: perfil que se encarga de la estrategia y promoción de los nuevos medios. Utiliza técnicas de publicidad o promoción (basadas en texto, imagen o vídeo) en las que se hace uso de internet para llegar a más público. Debe dominar las metodologías de la viralidad y

campañas de publicidad en internet.

Experto en accesibilidad: para que un contenido en internet llegue al mayor número de usuarios posible es imprescindible que sea accesible, es decir, que el mayor número de personas tengan acceso y puedan navegar y comprenderlo independientemente de sus capacidades físicas, técnicas o intelectuales. Este perfil debe manejar las herramientas de autoevaluación que analizan el código y revisan el cumplimiento de los estándares web.

Experto en analítica web: son los encargados de medir y analizar las estadísticas de una web o producto digital. Pueden definir la audiencia y ayudar en el posicionamiento a partir de los datos que extraen.

Experto en metadatos: es un perfil derivado de los especialistas en documentación y gestión de la información. Su trabajo es parte del tratamiento documental y consiste en describir (generar metadatos) tanto en la forma como en el contenido de los documentos para facilitar su recuperación y consulta. En el contexto digital es muy útil para facilitar las búsquedas.

Experto en SEM: este especialista se diferencia del SEO en que suele implicar el pago de publicidad contextual. No es lo mismo hacer una estrategia destinada a mejorar la visibilidad de una página web en los buscadores de internet pagando a los buscadores que sin pagar, son estrategias distintas y muchas veces complementarias.

Experto en SEO: SEO es la abreviatura de search engine optimization, que en castellano se traduce como optimización para buscadores o directamente por posicionamiento web. Es una profesión de reciente creación (experto en SEO, consultor SEO, o SEO, a secas) en la que se busca situar un producto, empresa o servicio entre los primeros resultados de los buscadores más conocidos. Se encarga de optimizar una web, o dar las claves al resto del equipo para poder posicionarse mejor en los motores de búsqueda.

Experto en usabilidad: esta disciplina debería ser parte de todas las demás, aunque también hay expertos en este campo que se encargan de facilitar el uso de un proyecto digital por parte de los usuarios, especialistas en verificar el correcto funcionamiento del producto. Guía a los diseñadores de interacción en su trabajo, y les ayuda a evaluar sitios web tanto cuando hacen un rediseño como cuando están preparando prototipos de diseño de interacción. El objetivo principal es captar la atención del usuario y que este quede satisfecho. El resultado debe ser un producto de fácil utilización.

Gestor de contenidos: su responsabilidad es la elaboración de una estrategia que defina la actualización de los textos y el resto de los elementos para el mantenimiento del proyecto en el tiempo. Será el encargado de hacer que los contenidos se actualicen cuando corresponda, en el canal adecuado y con el registro apropiado para el destinatario del mensaje.

Guionista multimedia: al igual que es necesario un guionista para la realización de un largometraje, también es necesaria esta figura para cualquier producto multimedia, desde una infografía, una animación o un juego interactivo. Este profesional debe estructurar las pantallas, definir cada una de las escenas y

determinar las interacciones de todos los elementos que participen en el producto, especificando el sistema de navegación, procesos, acciones y actividades interactivas.

Montador/maquetador: el profesional que en último lugar compagina guion, estructura, diseño, etc. y lo une todo en un producto final. Ha de ser experto en los programas informáticos de montaje y edición, como pueden ser los gestores de contenido web.

Realizador de vídeo: el perfil profesional encargado de crear y editar material audiovisual pensado para los nuevos medios, en los que tanto los formatos como los contenidos y la duración han de estar pensados para la red.

Responsable de contenidos: es el equivalente al llamado «curador de contenidos» (del inglés: content curator).

Es el profesional encargado de buscar, seleccionar, agrupar, organizar y compartir contenidos sobre un tema en particular. Debido a la gran cantidad de información a la que tenemos acceso hoy en día, es un perfil que consigue extraer el mejor contenido de un determinado tema y servirnoslo en bandeja para nuestro consumo. Lo ampliaremos en siguientes capítulos.

Responsable de reputación digital: la reputación digital hace referencia a la imagen y reputación pública que una persona, empresa, producto, servicio o marca adquiere en internet, independientemente de la adquirida fuera de la red. Este perfil profesional debe controlar todo lo que se dice de la empresa en la red, a través de herramientas de sistematización de la información disponible, analizarla e interpretarla.

4.2 Dónde se forman los nuevos perfiles

Aunque la mayoría de las personas con estos perfiles cuentan con formación superior, es muy común el perfil autodidacta y puede venir derivado de diferentes estudios.

No existe demasiada formación reglada específica para todas estas profesiones, más bien son adaptaciones de antiguas profesiones, como el periodismo, la documentación, el diseño editorial, el marketing, la comunicación audiovisual, la filología, la lingüística, y un largo etcétera en el que tienen cabida casi todos los estudios, porque para poder escribir en internet, lo primero es saber escribir, y lo segundo tener un tema que tratar.

Como vemos, en la comunicación por internet tienen cabida varias facetas de los oficios de toda la vida, a la vez se puede ser redactor, editor, copy, productor, comercial... puede ser un 'todo' de manera autónoma, sin necesidad de pertenecer a un gran medio.

Aún así si queremos que nos contraten o subcontraten habrá que reinventarse,



crear una marca personal y saber transmitir de la mejor manera posible la calidad de nuestro trabajo. El periodista es su propia marca, ha de ser auténtico y diferenciarse, para ello no es necesario narrar su vida, se trata más de la forma de contar las historias. Para poder demostrar la valía es imprescindible tener un blog o espacio de referencia donde se pueda valorar el trabajo y hacer referencia a los logros conseguidos.

.

5 Qué me debe quedar claro

Debemos entender que las nuevas tecnologías están haciendo que cada día aparezcan nuevos perfiles profesionales, Si nos vamos a dedicar a esto será importante que sepamos dónde encuadrarnos, que veamos cómo se está preparando nuestra competencia y de qué estudios vienen. Qué necesidades tienen las empresas y qué necesito para estar a la altura del perfil profesional al que me quiero dedicar.

5.1 Utilidad

Aunque puedan parecer obvias las definiciones que en este artículo se han hecho, os aseguro que me ha sido difícil encontrar información que de una manera científica y profesional lo hiciera. Todo el mundo utiliza estos términos y pocos se paran a pensar qué significan realmente y a qué hacen referencia. Por lo tanto entendemos que a cualquiera que vaya a trabajar en los nuevos medios o medios sociales debe tener la clara la diferencia y las características.

6 ¿Cuándo utilizaré los conocimientos adquiridos?

¡Siempre!.

El día a día de cualquier profesional y de nuestra vida cotidiana está íntimamente relacionado con la red, los nuevos medios y los medios sociales, con lo cual, siempre será útil saber qué son y qué características tienen los nuevos medios y los medios sociales.

7 Bibliografía

- ANDERSON, Chris; WOLFF, Michael (2010) *The Web Is Dead. Long Live the Internet*. Disponible en: www.wired.com/magazine/2010/08/ff_webrip/all/1 [fecha consulta: 02/05/2013]
- BARR, Chris (2010) *The Yahoo! Style Guide: The Ultimate Sourcebook for Writing, Editing, and Creating Content for the Digital World*. St. Martin's Griffin.



- BIANCHINI, Adelaide (1999) *Conceptos y definiciones de hipertexto*. Disponible en: <http://ldc.usb.ve/~abianc/hipertexto.pdf> [fecha consulta: 02/05/2013]
- DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- Diccionario Panhispánico de Dudas. <http://dpd.rae.es/> [fecha consulta: 02/05/2013]
- Eduteka (2003) *Hipertexto; qué es y cómo utilizarlo para escribir en medios electrónicos*. Disponible en: www.eduteka.org/Hipertexto1.php [fecha consulta: 02/05/2013]
- El castellano, La página del idioma español. www.elcastellano.org [fecha consulta: 02/05/2013]
- FRANCO, Guillermo (2008) *Escribir para la web*. Knight Center for Journalism in the Americas. Disponible en: http://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf [fecha consulta: 02/05/2013]
- FUNDACIÓN DEL ESPAÑOL URGENTE (2012) *Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales*. Barcelona: Galaxia Gutemberg.
- FUNDACIÓN DEL ESPAÑOL URGENTE (2008) *Manual del español urgente*. Madrid: Cátedra.
- Fundéu BBVA, *Estilo, manual de estilo para los nuevos medios*. www.manualdeestilo.com. [fecha consulta: 02/05/2013]
- MARTINEZ, Concepción y ROMERO GUALDA, M^a Victoria (coord.) (2002). *Lengua española y comunicación*. Ariel, ISBN: 84-344-1291-8
- PALACIOS, M. y DÍAZ NOCI, J. *Ciberperiodismo: Métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco
- Real Academia Española. www.rae.es [fecha consulta: 02/05/2012]
- RTVE, *Manual de estilo de RTVE*. <http://manualdeestilo.rtve.es/> [fecha consulta: 02/05/2013]



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA

- ROJO, Guillermo y SÁNCHEZ, Mercedes (2010) *El español en la red*. Madrid-Barcelona : Ariel / Fundación Telefónica.
- Wikileaks. <http://wikileaks.org/> [fecha consulta: 02/05/2013]