

RAROS EMPLEOS NUEVOS

Fans de Facebook y Twitter, con salida laboral

Empresas y al menos un gremio buscan contratar hoy en la Argentina a personas con un perfil particular e insólito: que pasen horas y horas frente a la computadora haciendo uso de las redes sociales

más famosas, con muchos amigos y permanentes posteos. Pagan hasta \$ 9 mil para encontrar tendencias. Pero no sólo para eso, también se los quiere para que manejen foros y desarrollen co-

municaciones internas y externas. ¿Exploración o burbuja? Para los expertos, puede llegar a ser un tipo de perfil laboral que llegó para quedarse. Testimonios de empleadores y postulantes.



DAVID IRIGOIN. Las seis horas por día que pasa en la Web 2.0, un atractivo para empresas y gremios.

MARTINA RUA
“Se busca Net-Workaholic. Con más de 250 amigos en Facebook. Que cambie su estado o twitee 4 o 5 veces por día y que tenga pasión por conversar.” Aunque parezca un aviso del año 2050, este texto corresponde a una búsqueda laboral que se está llevando a cabo hoy en la Argentina y que ya ha recibido decenas de postulaciones.

Empresas de los rubros más variados buscan expertos en las herramientas de la Web colaborativa ya que necesitan entender y satisfacer las necesidades de los clientes, cada vez más hiperconectados y dependientes de la inmediatez que les brinda Internet. Recorrer y administrar foros, estar atentos a lo que se dice de las empresas, encontrar tendencias y desarrollar comunicaciones internas y externas son algunas de las responsabilidades que se les piden. Esto abre un nuevo panorama laboral para muchos fanáticos de la tecnología que ya se lanzaron masivamente a la busca de estos puestos.

El sueño del pibe (2.0). Cualquiera podría pensar que pasar largas horas frente a la computadora viendo qué hace la gente en las redes sociales es algo sencillo. Sin embargo, los puestos requieren un gran poder de autonomía, responsabilidad y autogestión. En el Suterh (Sindicato Unico de Trabajadores de Edificios de Renta y Horizontal) surgió la necesidad de pensar la implementación de herramientas de la Web 2.0, o Web colaborativa, para mejorar la comunicación interna y externa del sindica-

to y sus ámbitos relacionados. “No existía el puesto y no sabíamos ni cómo denominarlo ¿Productor 2.0? ¿Editor web? Buscamos personas que tuvieran criterios para trabajar y entender las particularidades de cada herramienta. Si las usan, mejor. Pero si tienen la capacidad de aprender a usarlas y criterio, es suficiente”, describe Gabriel Grosvald, asesor de Web 2.0 para el gremio.

También Turner Internacional Argentina lanzó una búsqueda que llamó Gerente de Comunidad: “El año pasado hicimos la versión 2.0 del sitio de Cartoon Network, que llegó a tener

más de 3 millones de usuarios, por eso decidimos replicar esa iniciativa con TNT, la señal de películas”, dijo Sofía Fernández Barrio, coordinadora de reclutamiento de Turner Internacional Argentina. La búsqueda fue difícil porque es nueva en el mercado y los perfiles no resultaron apropiados. “Tuvimos que hacer un proceso orientado a personas que manejan comunidades de usuarios (como My Space o Yahoo). Utilizamos LinkedIn y recibimos postulaciones. Finalmente, el candidato elegido surgió de una de las principales empresas de tecnología de la Web”, describió.

¿Qué te puedo cobrar por esto?

M.R.
Al tratarse de puestos que casi no existen, es difícil establecer un rango salarial, y por esto hay pedidos desde \$ 1.300 y se llega a \$ 9 mil, según la preparación del postulante. Desde el Suterh dicen: “Los candidatos que entrevistamos tenían diferentes experiencias, edades y capacidades. Creemos que este tipo de puestos adoptan rutinas y características en función de la persona que lo asuma. Por eso, preferimos ofrecer un salario a

cada persona, de acuerdo con el perfil del candidato”, señaló Gabriel Grosvald, asesor de Web 2.0 para el sindicato. En la misma línea se enmarca la búsqueda de Officenet Staples. “Es muy difícil establecer un salario, porque la búsqueda es definida no tanto por las tareas, sino por las posibilidades que traen los postulantes. Tenemos definidas cuestiones de base, pero el techo es difuso, se define en función del avance de la selección de los

postulantes”, explicó Sebastián Paschmann.

Carrera. El ámbito educativo y las consultoras de recursos humanos tampoco están ajenos al fenómeno. Por ejemplo, la Universidad Tecnológica Argentina acaba de lanzar la carrera de Experto Universitario en Nuevos Medios Digitales, que promete preparar al alumno para “afrentar la actividad profesional que requiere de la utilización de los nuevos medios digitales”. ■

De profesión, adicto a las redes sociales

- Perfiles muy variados: jóvenes que terminan la escuela y aman los juegos on line, hasta especialistas con postgrados en medios digitales.
- Mayoría de hombres, pero las mujeres se animan cada vez más.
- Pasan entre 6 y 12 horas conectados a la red por día.
- Amplio conocimiento del lenguaje tecnológico que se desprende de la web 2.0.
- Participa de todas las redes sociales, especialmente de Twitter, Facebook, LinkedIn.
- Poseen blogs profesionales y personales.
- Actualizan su “estado” entre 4 o 5 veces al día y tienen más de 250 contactos en cada red social.
- Tienen conocimientos de Inglés, marketing y programación, entre otros.
- Criteriosos, autodidactas, multitareas y responsables.
- Cobran sueldos desde \$1.300 hasta \$ 9.000.



Infografía: S. Ucedo

Pero, ¿cuáles son las características que buscan los empleadores? “Preferimos que tenga experiencia en publicaciones on line y, más que nada, criterio. Saber qué se está diciendo y qué no a la hora de postear un texto o video. Que entiendan que estas herramientas son publicaciones y deben ser tratadas como tales”, explicaron en el Suterh.

En TNT, además de la preparación técnica, se hizo hincapié en que fueran usuarios frecuentes de Internet (“heavy users”). “Era ideal que tuvieran determinada cantidad de seguidores en Twitter, por

ejemplo, poseer cierto conocimiento de programación y amplio conocimiento de mundos virtuales”, agregó Fernández Barrio.

Análogos, abstenerse. Todas las compañías consultadas efectuaron sus búsquedas justamente a través de herramientas 2.0 (blogs y redes), lo que les proporcionó un primer filtro interesante. “Son perfiles específicos y anticipamos que íbamos a encontrar a esas personas como usuarios de algunas de las herramientas conocidas dentro de las mismas herramientas”, explicó Grosvald. La experiencia de Officenet Staples fue sorprendente: “Primero publiqué la búsqueda de un adicto a las redes en mi blog profesional y luego fue levantado por el gerente general en su blog, la twiteamos y la publicamos en nuestros perfiles de Facebook. Tuvimos más de 700 visitas al blog, y más de 1.300 personas vieron la búsqueda en 72 horas”, contó, sorprendido, Sebastián Paschmann, gerente de Comunicación Institucional de Officenet Staples.

David Irigoín, de 24 años, es licenciado en periodismo y estudiante de locución. Explicó a PERFIL por qué se postuló para uno de estos puestos. “Es un trabajo con muchas posibilidades de desarrollo, que permite aportar ideas sobre la mejor forma de conectarse. La Web 2.0 es fascinante. Paso la mayor parte del tiempo que estoy frente a la PC –seis horas por día– aprendiendo mientras navego”, dijo David Irigoín, que trabajó en una empresa de diseño web y como tester de videojuegos. ■

PARA QUE LOS BUSCAN

- Los avisos de búsqueda de estos “Web 2.0 adictos” tienen particularidades:
- “Que la rompa en Twitter y Facebook, mínimo 250 amigos o seguidores.”
- “Que twitee o cambie de estado de tres a cinco veces por día.”
- “Conocer sobre firefox, LinkedIn, wordpress, blogspot, delicious, googles insights (si no tenés idea de qué hablo, no es para vos).”
- “El seleccionado manejará la comunidad de usuarios del portal 2.0, monitoreando foros y comentarios.”
- “Preferentemente graduado de las carreras de Comunicación, conocimientos avanzados del idioma inglés. Internet heavy users (usuarios frecuentes).”