

Por: **JESÚS MACEIRA**

## SABÍA QUE...

El Periodismo digital, también llamado ciberperiodismo, es un término nuevo para describir la tendencia del periodismo que tiene como espacio principal de desarrollo al Internet. Según palabras de Ramón Salaverría "es la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos".

# El Gerente de Comunidades

El Community Manager es un rol bien conocido en Europa y Estados Unidos, pero es ahora cuando está sonando con más fuerza en América Latina y, sin duda, se está convirtiendo en una profesión emergente en países como Venezuela, donde el uso de redes sociales como Facebook o Twitter la han hecho más que necesaria.

Con la aparición a mediados de los 90 de foros, grupos de noticias, listas de correo y otros sistemas de distribución de contenidos en la web, la interacción en el mundo digital ha ido en aumento, trayendo como consecuencia lo que hoy se conoce como "Comunidades en Línea".

Según Wikipedia, las Comunidades en Línea son "aquellas cuyos vínculos, interacciones y relaciones tienen lugar no en un espacio físico sino en un espacio virtual como internet." Partiendo de ese concepto, algunas empresas comenzaron en su momento a crear comunidades en la web, donde necesitaron de los llamados "Moderadores", personas que iniciaron el Community Management.

Actualmente el Community Manager es la persona responsable de crear, gestionar y dinamizar una comunidad de usuarios en Internet; en torno a una empresa, marca o personalidad, sin importar el canal que usen. Y aunque esta definición es también una discusión abierta en la red, lo que sí está claro es que es un rol cada vez más importante para las empresas que deseen gestionar su identidad digital.

Existen mitos que magnifican o subvaloran la labor del Community Manager, quizá porque no es cualquier perfil el que se debe buscar a la hora de emprender una estrategia en redes sociales. Además de combinar conocimientos técnicos y de marketing, el gestor de la comunidad digital debe poder: interpretar tendencias y emociones de la gente, usar la conversación como valor de calidad para las estrategias de promoción, prensa o mercadeo, evangelizar y registrar actividades de marca así como conversar directamente con las personas a través de la comunidad.

El Community Manager viene a ser el vocero oficial de la empresa ante las personas en Internet. Un embajador capaz de tomar decisiones y darle voz a la estrategia de Social Media. Y aunque apenas estemos conociendo este rol, es solo uno, entre otros que están surgiendo disruptivamente en la sociedad del conocimiento.

JESÚS MACEIRA

**@jesusmaceira**