



The new working class

LA IRRUPCIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS ASOCIADAS A INTERNET Y HERRAMIENTAS COMO EL BIG DATA HAN CONTRIBUIDO A LA CREACIÓN DE NUEVOS PUESTOS DE TRABAJO BASADOS EN OFRECER SERVICIOS DIGITALES DÓNDE LA INFORMACIÓN ES EL EJE ANGULAR.

Es lunes a primera hora de la tarde en un restaurante de Puerta de Toledo, Madrid. Un camarero de avanzada edad camina desprendiendo alegría canturreando y con una sonrisa tatuada en la boca mientras recoge los cubiertos de la última mesa del salón. Durante esta escena tan cotidiana, Sandra y Natalia toman café mientras evalúan desde sus ordenadores portátiles los resultados de distintas campañas publicitarias desarrolladas para uno de sus de sus clientes. Las dos trabajan en Talentum Digital, una agencia de Marketing Online que ofrece distintos tipos de servicios de publicidad digital.

Tanto Sandra como Natalia trabajan en puestos de trabajo cuyo servicio es plenamente digital. Sandra es la Community Manager de la agencia, se encarga de gestionar las redes sociales y los blogs

de las empresas que contraten sus servicios. Natalia es Gestora SEO (Search Engine Optimization) y se dedica a optimizar las páginas webs de los clientes para que éstas aparezcan en los primeros resulta-

“Cada vez son más las empresas que quieren gestionar de manera profesional su contenido en la web y en las redes sociales ya que ambas vías pueden generar enormes beneficios a las empresas”

dos de búsqueda de Google.

Pese al indiscutible poder de la técnica publicitaria del “boca a boca”, tan comúnmente desarrollada en cualquier barrio, las empresas han dado un paso más hacia delante, concienciándose de que la imagen de su negocio en internet es igual o incluso más importante que la del local físico.

AL ALCANCE DE TODOS

Dicen las malas lenguas que la publicidad digital existe por y para servir a las grandes empresas, sin embargo la realidad es otra, ya que, cada vez son más pymes las que ven en las redes sociales y en internet un nicho para captar nuevos clientes.

“Tenemos todo tipo de clientes en nuestra agencia, de hecho la mayoría de nuestros usuarios son pequeñas y medianas empresas: fontaneros, clínicas dentales, tiendas eróticas, fotógrafos... cada vez son más las empresas que quieren gestionar de manera profesional su contenido en la web y en las redes sociales ya que ambas vías pueden generar enormes beneficios a las empresas” declara Sandra mientras analiza los resultados de la última campaña realizada para un cliente en Facebook.

Natalia, por su parte, se dedica a optimizar páginas webs para que salgan mejor posicionadas en el buscador de Google. “Es un trabajo diario, costoso, técnico y a medio-largo plazo, ya que, los resultados comienzan a preciararse a partir del tercer





mes de trabajo (aproximadamente). Además de ello, en muchas ocasiones implementamos estrategias a ciegas, porque no contamos

conceptos que no hace mucho tiempo eran términos de ciencia ficción propios de un capítulo de Black Mirror. Sin embargo, con el

nos han sorprendido con un anuncio en Facebook del restaurante por el que acabamos de pasar o una oferta de libros de la página en la que acabamos de comprar un par de ejemplares para clase.

¿Cómo sabe Facebook que acabamos pasar por la puerta de este restaurante? Iván Alejandro, administrador de sistemas (SysAdmin) y

“Prácticamente ningún usuario se para a leer los términos y condiciones de ninguna red social antes de crearse un perfil, y eso es un grave error.”

con el beneplácito de Google (a pesar de que trabajamos para él), quien pone trabas y cambia continuamente los procedimientos, algo que hace que tengamos que estar constantemente al día de las nuevas tendencias y actualizaciones y sobre todo, debemos dedicar bastante tiempo al análisis para encontrar y corregir posibles fallos que puedan arruinar nuestros objetivos: el posicionamiento de nuestro cliente en el Top 10”.

ESTADO DE VIGILIA

Social Media, posicionamiento SEO, industria 4.0 o Big Data son

constante crecimiento de las nuevas tecnologías en la sociedad se están desarrollando puestos de trabajo que hace apenas quince o veinte años no existían. Sandra y Natalia son claros ejemplos de este fenómeno, ambas, Licenciadas en Periodismo, decidieron centrar su carrera por la vía empresarial.

Sin embargo, las nuevas tecnologías y en concreto las redes sociales han sido duramente criticadas por el intrusismo en datos personales de los usuarios registrados en páginas como Facebook o Instagram. En muchas ocasiones, las redes

experto en Big Data lo responde de manera contundente: “Facebook sabe esa información porque tú se la concedes consensuadamente al aceptar su política de datos. Si te das cuenta, prácticamente ningún usuario se para a leer los términos y condiciones de ninguna red social antes de crearse un perfil, y eso es un grave error. En el apartado de política de datos de Facebook se detalla que la página recopila información cuando visitas o utilizas sitios web y aplicaciones de terceros que usan sus servicios al clicar el botón “Me gusta”. Dicha infor-

“EL BIG DATA TE AYUDA EN LA TOMA DE DECISIONES”

orrido unos 600 km va a tener que reemplazar esta válvula porque le va a fallar. A ti ya te permite tener la pieza a cambiar en stock, tener al especialista preparado para cambiarla y te va a evitar los tiempos de espera y los costes de tener a ese tren parado que normalmente es el mayor coste que afecta a los pasajeros y a la compañía. En resumen, el Big Data te ayuda en la toma de decisiones” nos explica Inés.

PROTECCIÓN DE DATOS BAJO LLAVE

Durante la entrevista, Inés nos cuenta algo sobre un caso en el que están trabajando, pero sin embargo no puede contarme nada sobre ello debido a acuerdos de confidencialidad. Y es que no todo es intrusión cuando hablamos de Big Data.

La Unión Europea, en mayo de

2018 empezará aplicar el Reglamento General de Protección de Datos con un total de 99 artículos redactados para lograr la protección de los datos personales en distintos ámbitos. Otra de las técnicas para proteger los datos de los usuarios son los datos hashados.

“Un hash es una especie de código que permite identificar a distintos usuarios porque tienen el mismo identificador pero no me dicen quién eres tú, Pepe Pérez con DNI X. Yo te digo en media que es lo que ocurre pero nunca te digo quiénes son esos usuarios. Por ejemplo, hay un grupo de 30 hombres entre 20 y 30 años que pasan por delante de una tienda y que luego van a comprar pero no te digo sus nombres y apellidos. Es decir, el agregado de datos si te lo puedo dar, pero no te puedo

dar el dato en detalle” nos explica Inés.

Una cuestión interesante, que el tiempo dará respuesta, es si la información extraída de las nuevas tecnologías evolucionará a una postura más ética o intrusiva.

Por una parte, la Ley ha hablado con el nuevo Reglamento de la Unión Europea, por otra, Gigantes como Facebook o Google tienen guardados todos los pasos que dejamos en la web para crear nuevas tendencias en el mercado. Cualquiera que fuere el caso, la conclusión es clara, y es que las nuevas tecnologías revolucionan el mundo a una velocidad de vértigo sin llamar al timbre, por lo que no vendría de más llevar algo de ropa puesta.

Víctor Villalba