GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

El community manager pasa a estratega de redes cuando la IA asume programar, redactar y medir

Comunicados | 02/11/2026 | 00:00

Sherpa Campus describe las competencias que quedan en el puesto y cómo las reparte su formación de 22 módulos

Sherpa Campus describe las competencias que quedan en el puesto y cómo las reparte su formación de 22 módulos

Programar publicaciones, redactar un primer borrador, trocear un vídeo en piezas cortas y montar el informe de la semana ocupaban, hasta hace poco, la mayor parte de la jornada de un community manager. Esas tareas siguen existiendo. Lo que ha cambiado es quién da el primer paso: herramientas de inteligencia artificial proponen el calendario, escriben una versión inicial del texto, cortan el vídeo y ordenan las métricas. Sherpa Campus, escuela de formación en marketing digital, sitúa en ese desplazamiento el motivo por el que el puesto se está reconvirtiendo en social media strategist. La escuela no describe la desaparición del oficio. Describe un cambio de peso. La ejecución repetitiva pierde horas y el criterio gana responsabilidad.

Qué pide ahora el puesto cuando la ejecución mecánica ya no ocupa el día

El community manager se reconocía por la constancia de la publicación, la respuesta a los comentarios y la capacidad de mantener activa una comunidad. Nada de eso sale del trabajo. Sale del centro de la jornada. Una herramienta puede dejar lista una parrilla de contenidos y un borrador aceptable a primera vista. La persona que ocupa el puesto tiene que decidir si ese material responde a lo que la marca necesita, si el tono encaja con quien lo va a leer y si el dato del informe sirve para cambiar algo o solo rellena una diapositiva.

Las competencias que, según la escuela, empiezan a pesar en este perfil son de otro orden. Hace falta fijar un objetivo antes de abrir la herramienta. Hace falta distinguir un indicador que orienta una decisión de una cifra que solo adorna el reporte. Hace falta dirigir la IA: encargar, corregir y descartar. Y hace falta sostener más de un canal con una lógica distinta en cada uno, sin copiar el mismo mensaje de una red a otra. A eso se suma la marca personal de quien asesora. Una empresa que contrata este trabajo mira también si el profesional aplica a su propia presencia el criterio que recomienda.

"La parte mecánica del oficio la está absorbiendo la IA, y eso se nota en lo que se espera de quien gestiona las redes: ya no basta con saber programar y redactar. Se pide criterio de estrategia, análisis y soltura para dirigir las herramientas", señaló Eduardo Laserna, responsable de formación de Sherpa Campus. Para el responsable de formación, el cuello de botella del puesto deja de estar en producir piezas y pasa a estar en juzgarlas.

El cambio alcanza también a quien ya trabaja en el puesto y venía midiendo su valor por el volumen de piezas publicadas. Si la producción se acelera, publicar más deja de diferenciar. Diferencia explicar por qué se publica, en qué canal y qué se hará si el resultado no acompaña. Esa explicación es la parte del trabajo que la herramienta no cierra sola.

Qué incluye el curso de community manager con IA

Sherpa Campus imparte el programa 'Curso Community Manager & Social Media Strategist con IA', organizado en 22 módulos. La escuela lo plantea como una formación en la que la herramienta entra después de que queda definido a quién se dirige la marca, qué se quiere conseguir y cómo se va a medir. El curso de community manager con IA arranca, según el temario que el centro tiene publicado, por el diseño de una estrategia en redes sociales con IA y por el papel del social media strategist.

El programa baja después a canales concretos, siempre según esa ficha. Incluye marketing conversacional en X (Twitter) y Threads, Instagram estratégico para marcas, construcción de marca personal con IA y gestión multicanal con IA en Facebook y WhatsApp Business. Son bloques que la escuela enumera junto al resto de módulos que completan las 22 sesiones. La lógica que describe Laserna se repite en todos ellos. La IA acorta la producción. El profesional tiene que saber qué pedir, qué corregir y qué tirar.

"Un módulo puede enseñar a generar un borrador o un corte de vídeo en minutos. Lo que tiene que salir de esa clase es otra cosa: saber si ese borrador sirve a la estrategia y qué se hace con el dato cuando el informe ya no hay que montarlo a mano", indicó Eduardo Laserna. El responsable de formación añade que el perfil que las empresas describen se parece más a quien dirige un conjunto de canales que a quien solo mantiene el ritmo de publicación.

El temario publicado no se queda en una lista de redes. La sesión inicial aborda el papel del strategist, los primeros pasos de una estrategia digital y la gestión de una crisis de reputación. Las sesiones de canal separan la conversación en X y Threads, el uso de Instagram para una marca y la presencia simultánea en Facebook y WhatsApp Business, con analítica e informes entre las tareas de esa última. La marca personal ocupa un módulo propio, con un plan de trabajo y no solo con un perfil abierto. Sherpa Campus atribuye ese reparto a la ficha del programa y lo presenta como la traducción formativa del cambio de puesto.

Cómo se está moviendo la formación hacia el criterio y no hacia la herramienta

La adaptación que explica la escuela no consiste en añadir una clase de herramientas al final de un temario pensado para publicar a mano. Pasa por meter la IA dentro de cada competencia. La estrategia se diseña con apoyo de modelos, y el plan sigue siendo anterior al texto. La conversación en X y Threads se trabaja como gestión de comunidad, no como una cola de mensajes automáticos. Instagram se plantea desde la marca y desde el tipo de contenido que esa marca puede sostener, no desde el formato de moda de la semana. Facebook y WhatsApp Business se tratan como un sistema de atención y de presencia, con lectura de resultados, y no como dos cuentas que se actualizan por separado.

La marca personal entra en el mismo esquema. Quien recomienda una estrategia a una empresa necesita un criterio propio que se pueda enseñar. Por eso el programa le dedica espacio específico, ligado a un plan y no a una colección de consejos sueltos. El objetivo que formula la escuela es que la persona que termina el recorrido sepa encargar trabajo a la herramienta y sepa también rechazar el resultado cuando no responde al plan.

Sherpa Campus dirige el programa tanto a quien ya ejerce como community manager y quiere reordenar su método como a quien llega desde otras funciones del marketing y necesita el mapa de canales. El detalle de los 22 módulos y el enfoque de cada sesión están en la ficha del curso. El argumento de fondo, en palabras del centro, es que la herramienta ya forma parte de la mesa de cualquier equipo y que la formación útil es la que enseña a mandar sobre ella, no la que enseña a pulsar el botón más nuevo.

Sobre Sherpa Campus

Escuela de formación en marketing digital. Imparte el 'Curso Community Manager & Social Media Strategist con IA', un programa de 22 módulos que incluye estrategia en redes con IA, marketing conversacional en X (Twitter) y Threads, Instagram para marcas, marca personal con IA y gestión multicanal en Facebook y WhatsApp Business.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/comunicado/307769-el-community-manager-pasa-a-estratega-de-redes-cuando-la-ia-asume-programar-redactar-y-medir.htm