

Jean-Marc Gales, actual director de ventas mundiales de Mercedes Benz, se incorporará en marzo al grupo PSA Peugeot como director general de Citroën.

Manuel Lopes, hasta el momento managing director de Synovate Brasil, compaginará sus actuales competencias con las de director de operaciones en América del Sur. Por su parte, **Jesús Caldeiro**, hasta ahora client service director de Synovate Madrid, ha sido nombrado client services and practices director de Synovate Brasil.

Smäll ha fichado a **Pau Virgili** como socio. Con anterioridad, Virgili fue director de marketing de gran consumo de Hewlett Packard para Europa, Oriente Medio y África.

Manuel Balsera ha sido promocionado al cargo de vicepresidente ejecutivo de CP Proximity Madrid. Balsera trabaja en BBDO desde 2007.

Enric Baturone se ha incorporado a OMD España como líder de la unidad digital en la oficina de Barcelona. A lo largo de su trayectoria, Baturone ha trabajado en Publicitas, Canal 9 y Doubleclick.



Rafael Rojano y **Gerardo Fontanes** se han incorporado a d6 como directores creativos. Rojano ha desarrollado su carrera profesional en OgilvyOne, Air Miles España y Steinberg. Fontanes procede de Bassat Ogilvy y ha trabajado para cuentas como American Express, IBM, ING Direct, Grupo Eulen o CEPSA.

Inerzia Comunicación ha incorporado a **Jaime Toribio** como director de servicios al cliente. Con anterioridad, ha trabajado en Engloba, Young & Rubicam, Publicis Casadevall y Pedreño, y La Banda Marketing Promocional. **Ana Martínez** también ha entrado en la compañía como directora de arte.

Ogilvy Healthworld Madrid ha promocionado a **Silvia Revuelto**, hasta ahora directora de cuentas, al cargo de account teams leader, puesto de nueva creación. Por su parte, **María Ródenas** ha sido promocionada a supervisora de cuentas. Ródenas forma parte del equipo de Ogilvy Healthworld desde septiembre de 2005.

Punta Alta ha incorporado a **Cristina Prados** como directora del área de RRPP. Prados ha trabajado en ABC, RBA revistas, Barcelona Televisió y Saatchi&Saatchi Healthcare, entre otras.

PDM ha incorporado a **Itziar López** como consultora del departamento de marketing y ventas. Durante el último año López ha trabajado como supervisora de cuentas en Ruiz Nicolí Líneas.

El equipo creativo de IgnitionK ha incorporado a **Gloria de Castro** como redactora para la cuenta de Orange. **Belén de Pedro** y **Abel de la fuente** también se han unido a la compañía en calidad de directores de arte.

Brandideas

Mamá, quiero ser gurú

Mil millones de personas. Se ha llegado a la mítica cifra. Internet ya cuenta con un ejército de mil millones de usuarios que navegan de un lado para otro. Demasiados como para que no existan tentaciones de "orientarlos" de alguna manera. Mucho se ha hablado del papel de los gurús. Para bien o para mal, los gurús siempre han estado ahí, filosofando, divagando, sentando cátedra... aunque no todos los que han opositado a ese "cargo" han demostrado estar preparados para ejercerlo. Gurús ha habido, hay y habrá, pero no es menos cierto que, como todo en la vida, también en esto "de ir de gurú" hay clases. Hay gurús que mueven al mundo y los hay que su máxima aspiración pasa por "mover la silla" al primero que pillan.

¿Existe alguien con la suficiente influencia como para manejar el mando de la que es, posiblemente, la herramienta más poderosa del mundo (con todos mis respetos para Rocco Siffreddi)?

Dicen que el nuevo dueño del mundo "físico", nuestro amigo/logo-marca Obama (lo siento, no quería nombrarlo, pero me ha salido sin querer...) también sabe liderar el mundo virtual. Es el gran gurú de la nueva era de la comunicación. En la Inauguración 2.0, que así han llamado al arranque de su mandato, se alcanzaron picos históricos en tráfico de internet. Es el primer gran hombre de estado que ha aparecido con "asesor tecnológico" incluido en el pack. No sólo eso, es que encima le está haciendo caso. Mr. Phillips, este gurú/asesor (algo así como el director de marketing online) ha sabido mover su marca por los centros más influenciadores de los social media con resultados sorprendentes.

Por alusiones, y ya empezamos a bajar el nivel... En España, nuestros dos "obamas" entran ahora en campaña y claro, sus gurú-asesores ya les han fabricado, otra vez, sus perfiles en las redes sociales para canalizar sus mensajes de una forma cool. Hay que estar en las nuevas formas de comunicación, dicen. En Facebook, en Twitter y en keteke, en todas... Incluso les han preparado reuniones con algunos gurús patrios conocidos. Como si no supiéramos que en el curriculum digital de ambos se ve clarito que no han sido capaces de superar el primer paso de un simple registro. Ni quieren, ni saben (no, they can't).

Si seguimos descendiendo en la gurú/escala nos encontramos con otro tipo de orientadores. Gurús de andar por casa. No mandan, pero si intentan influenciar. Suelen actuar como porteros de discotecas, y perfectamente sincronizados en algunos casos, se colocan en la puerta y deciden quién entra, de qué forma y hasta cuándo. Y da igual que no lleves calcetines blancos o si no te apetece salir por patas del local.

Eligen herramientas sociales de la Red poco frecuentadas por las marcas, para "influenciar" sobre ellas cuando deciden entrar a su garito. Y claro, una vez allí, intentan imponer sus reglas con la colaboración de sus advenedizos. Si tu marca no coincide con los valores que impregna la herramienta que custodian, malo. Y ya no entras con buen pie. Si la comunicación de tu marca no se corresponde con lo que ellos piensan que se debe comunicar, peor. Te plantan un boicot y "te lo vas pensando mejor, que para eso soy el gorila/gurú de aquí".

Malas cartas. Pasos hacia atrás. Si una marca, da igual que sea grande o pequeña, no va a poder planificar libremente su estrategia para elegir las herramientas de social media que quiere utilizar para construir su identidad en la Red, algo está empezando a fallar en todo este entramado que tanto nos está costando montar entre todos.

Sé gurú amigo, pero intenta ser de los buenos...

Fernando Sánchez Luque, director de comunicación de BetyByte