

# “No faltan mujeres dando el callo en SEO, falta que estemos en situaciones de visibilidad pública”

ALICANTE. El SEO es un sector donde no faltan mujeres. A diario, oficinas y otros espacios de trabajo, en puestos de más o menos responsabilidad, ven cómo la optimización en motores de búsqueda, en buena parte, está siendo empujada por ellas. No obstante, **esta realidad**, que llega a comprender el 50% en algunas empresas, **no se ve reflejada en la visibilidad pública que tienen estas expertas**. La labor SEO no es un mundo de hombres en la actualidad -aunque sus orígenes, el mundo *webmaster* sí lo era-. Entonces, ¿por qué algunos eventos del sector solo invitan a hombres? ¿por qué algunos medios solo consultan a expertos y no a ellas? [Las cinco ponentes mujeres del evento SEOPLUS 2019, celebrado por quinto año en la Universidad de Alicante \(UA\)](#) exponen su visión, desde su propia experiencia, de la falta de representación femenina en eventos, del feminismo y de la importancia de visibilizar esta realidad. Además, **analizan hacia dónde va a ir el sector, dónde es importante poner el foco para mejorar, y cómo el desarrollo de la inteligencia artificial afectará al futuro laboral**. **Marta Romera y Lola Gallent**, consultoras SEO en Internet República, **Viky Becerra**, responsable SEO de Leadtech, **MJ Chacón**, directora de su propia agencia SEO y **Alyona Dvornikova**, responsable SEO en España de American Express explicaron su experiencia en un encuentro con **Alicante Plaza** durante el evento SEOPLUS 2019.

## El reto de estar al día en el mundo SEO

Para MJ Chacón, es imprescindible “seguir a gente mejor que tú y ser una parte activa de la comunidad, para dar lo que recibo

de ella. También hay que leer mucho de blogs, de Google o sitios referentes, de eventos y hacer mucho *testing* y probar muchas cosas por ti misma". Para Viky Becerra, la curiosidad es imprescindible para estar al día en el sector. **"Si no eres curiosa, a la velocidad a la que va Google, lo que sirve hoy, dentro de cuatro meses, quizá no valga"**.

Además, Marta Romera puso de relieve la importancia de acudir a eventos porque **"de Google todos sabemos cosas, pero si yo no hubiese venido a este evento, no sabría nada de Baidu. Que una ponente nos cuente su experiencia y la comparta es importante, también lo podemos compartir a la comunidad"**. Lola Gallent mantiene que **"hay que tener proyectos propios para poder empatizar, hay muchos clientes diferentes y lo que vives en tus carnes para sacar adelante el trabajo, ninguna agencia te lo podrá mejorar"**. Chacón **también puntualizó la importancia de filtrar el "ruido"** porque en los últimos tres años se ha generado más información y contenido que en los últimos 15 años y que hay que reconocer qué es lo bueno, hay que encontrar los buenos contenidos.

En cuanto a tendencias, según Alyona Dvornikova, el SEO es muy amplio y abarca más que el tráfico orgánico, está presente en todo. **"el engagement también es SEO, y es un reto"**. Ahora, cree que el presente y futuro pasa por que el SEO trabaje en conjunto con el diseño de UX y que esa labor ha de ir a intentar mejorar la experiencia de los usuarios.



📷 Marta Gallent.



📷 Alyona Dvornikova.  
Chacón también piensa que **“hoy no se puede hacer SEO sin**

**pensar en el usuario.** Hay que trabajar mucho con personas, ver los casos de uso, cómo la arquitectura de la información afecta al SEO. Las personas son clave. Y es que, sobre esto, Romera también ve que **cada vez cuenta más la intención de búsqueda en Google**, para detectar oportunidades e intentar reconocer la intención del usuario cuando consulta un buscador, de cara a las ventas. Compartir, según Gallent, también es el futuro del SEO, y lo que antes solo se quedaba entre *gurús*, **“cada vez lo usa más gente y se comparte, no para ponerse una medalla, sino para avanzar y generar más conocimiento entre todos”**.

## **¿La IA hace peligrar el futuro laboral en SEO?**

Alyona Dvornikova no cree que haya peligro. **“Puede que el tráfico orgánico vaya a desaparecer, pero el SEO es arquitectura de la web, su esqueleto, la accesibilidad, visibilidad, el almacenamiento, todo eso siempre va a ser necesario** mantenerlo con personas. No obstante, sí es cierto que cada día cambia más”

Para MJ Chacón, el hecho de que se hable cada vez de *deep learning* “no sé si nos afectará tan de lleno para oír lo de: “despedida, va a haber un algoritmo trabajando en tu lugar”, pero sí cree que es importante ser conscientes de que el cambio empieza a ocurrir. No obstante, asegura que, aunque se pierdan algunos trabajos, surgirán otros y que el SEO es una disciplina que da muchas habilidades y no es estanca. “No conozco a un SEO que solo sea eso. Ahora necesitamos saber UX porque las personas son importantes, no creo que llegue a ver que las máquinas nos sustituyen. Los aspectos emocionales van a ser más importantes y las máquinas es difícil que lleguen a empatizar o sentir”. Para Marta Romera, aunque sea algo que parezca lejano, los perfiles se tendrán que reinventar y llevar a nuevas habilidades. **“El SEO es uno de los perfiles más completos: analiza datos, automatiza procesos... y de cara al *paid media* en las búsquedas, es fundamental** que sepamos CRO o UX, quizá otros perfiles de marketing online no tienen esos

requisitos”.



📷 Marta Romera.



📷 MJ Chacón.



## ¿Por qué cuesta ver a mujeres en el foco en el mundo SEO?

Lola Gallent mantiene que “estamos en los puestos de trabajo, pero no en lugares de exposición al público o de visibilidad. **Somos muchísimas, y de cara para fuera estamos luchando por tener la misma visibilidad pública y que quede claro que tenemos el mismo valor profesional que los hombres**”. Chacón expuso que “creo que esta es la primera vez que un medio me consulta como experta. Me contactaron una vez de un medio para preguntarme sobre redes sociales, pero no era mi campo. **Como experta nadie me ha venido a preguntar**”. Algo con lo que coinciden el resto de las cinco ponentes a pesar de que, como en la firma Internet República, donde trabajan Romera y Gallet, de las 30 personas consultoras que trabajan, la mitad son mujeres.

El problema, según las ponentes, es que, a pesar de que, en el público asistente a eventos hay muchas mujeres, no se les invita como ponentes. ¿Por qué?. Según MJ Chacón, “por comodidad. **Seoplus se ha currado traer a mujeres, pero el resto de eventos tiran de la gente que ya conocen, que son chicos. Me parece un ataque, porque existimos**”. Chacón admite que es posible que la balanza de profesionales aún no sea de 50% hombres y 50% mujeres “porque es una profesión que históricamente viene del *webmaster*, mayoritariamente con perfiles de chicos pero con el paso de tiempo se han añadido muchos perfiles de mujeres, entonces, donde estamos en los eventos?”.

Y es que, para las ponentes, **quienes organizan los eventos tienen la responsabilidad añadida y la capacidad de demostrar que el SEO es un sector diverso, de mostrar esa realidad**. “Hay mujeres, pero no nos quieren sacar y cuando señalas eso, se sienten atacados. No es justo, también existimos, tenemos mucho que aportar y no salimos porque los organizadores no hacen esa reflexión o autocrítica”. Para Marta Romera, “tienen la responsabilidad social con el sector para decir: voy a

buscar esas referencias”.



📷 Viky Becerra.



📷 Las cinco ponentes.

Para MJ Chacón es **“una cruzada personal. Me he ofrecido a organizadores a ayudarles, hemos creado un directorio con nombres de mujeres para que no puedan decir “las invitamos pero todas han dicho que no”, es mentira. Y si no lo es, es porque han probado con tres, cuando en la lista hay 200. No es una guerra, pero estamos aquí, existimos, lo tienen que saber no solo queremos ser el lado pasivo, ni meras espectadoras, tenemos mucho que decir”**. Lola Gallent apunta a que **“es cierto, y se hacen listados de los mejores 50 perfiles SEO que seguir donde no hay ni una mujer, si fuese al revés resultaría raro”**.

**“En mi caso, la responsabilidad que asumo cuando me dan la oportunidad de compartir mi experiencia en este tipo de espacios, con gente muy experimentada en el sector es un doble reto. No solo por “novata” a la hora de expresarme en público, también tengo una responsabilidad con las mujeres SEO, por representar a mi sector, es un doble reto”**, según la experiencia de Marta Romera.

Además, está la presión añadida de las consecuencias de errar. **“A los grandes pesos pesados, hombres, nadie les juzga si un día cometen un error, pero a nosotras nos miran mucho más con lupa, lo tenemos más difícil. Si yo me equivoco en una charla, se me echan encima, tenemos el listón más alto”**. Dentro del entorno laboral, Viky Becerra asegura que **“hay trabas a las que te enfrentas por ser mujer. Yo soy jefa de departamento y hay prejuicios, a veces hay que trabajar tres veces más que un hombre, “demostrar” más”**. Algunas de las ponentes, además han cobrado menos que compañeros hombres por el mismo puesto de trabajo. Para Becerra, el sector SEO es un entorno que **“tradicionalmente ha sido un mundo de hombres y hay que cambiar la mentalidad. Las mujeres tenemos que ir a eventos, salir a exponer, creérnoslo, saber que no pasa nada si nos equivocamos, cuando más se aprende es rompiendo el hielo”**.

Por su parte, Alyona Dvornikova mantiene que **“nunca me he sentido excluida en el mundo SEO, siempre bien acogida, pero**



hay sectores de la vieja escuela que piensan, -y en parte es verdad-, que el SEO es algo solo técnico, de *webmasters*, que suelen ser hombres, pero no es así, el SEO tienen muchas ramas. Yo trabajo más en estrategia de contenido y otra parte del equipo en cuestiones más técnicas”. No obstante, para Dvornikova, **“este rol está cambiando y ahora hay más mujeres en este trabajo. El tiempo ya va cambiando y en programática también hay ya muchas mujeres expertas trabajando. Yo, aunque se esa función no la aplico, porque otra parte de mi equipo, más especializada, es la que hace esa labor”**.

Chacón apuntó, además a que **“al principio yo no tenía muchas referentes mujeres, por eso cuando me dan la oportunidad de hablar en charlas voy a todas, aunque me cuesta mucho trabajo extra. Preparar las charlas requiere mucho tiempo, no es gratis, pero es mi responsabilidad, si hay mujeres que me ven, puede que se animen a dar charlas y cada vez seremos más y cada vez más los organizadores invitarán a más gente.**

Exponerse, según las ponentes, no es fácil, sabiendo que les van a juzgar pero es importante ” entre todos y todas” crear un panorama que represente a todo el mundo SEO. **“Cuantas más mujeres salgan, mayor será el éxito”**.

evento en el paraninfo de la ua

**Seoplus 2019: Ponencias sorprendentes y foco más allá del SEO, en usuarios, clientes y competidores**

This content was originally published [here](#).