

De Instagram a la fama mundial

En Instagram y Twitter lo conocen como @cintascotch, aunque aclara muy bien en su biografía: Diseñador gráfico que no vende cinta scotch, no insista. En Facebook en cambio, lleva su nombre completo: Javier Pérez Estrella, esto porque desde pequeño aprendió por reclamos de su madre, a no excluir de la firma su apellido materno.

Lo de bautizarse como "cinta scotch" surgió cuando tenía unos 14 años y estaba participando en un concurso de cuentos y poesía. Recuerda que, uno de los requerimientos era presentarlos bajo un seudónimo, entonces decidió usar algo (cinta scotch) que no tuviera nada que ver con su nombre. Desde ese entonces, luego de resultar ganador, decidió usarlo siempre. De hecho, hoy es su marca personal con la que sube todas las ideas a las redes.

Este guayaquileño de 28 años, estudió Tecnología en Diseño Gráfico y Producción Audiovisual en la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL). Es amante del diseño gráfico y la fotografía, pero mucho más de las ilustraciones, las cuales le dieron la fama mundial que nunca esperó.

Todo inició el 28 de octubre de este año cuando lo contactó el editor de Colossal, un reconocido portal de noticias sobre diseño, quien le pidió permiso para publicar las imágenes de su proyecto "Instagram Experiments". Aceptó. Luego de la publicación "todo tomó dimensiones descomunales".

Fue tal el impacto de esta publicación que en menos de un día ya tenía 10.000 seguidores en Instagram. Antes no llegaba ni a 500.

A partir de ese día, un lunes que asegura nunca olvidará, sus ilustraciones empezaron a aparecer en blogs de todas partes del mundo. Han sido tantos que se le ha hecho imposible llevar el número.

Hasta ayer los seguidores en su cuenta de Instagram pasaban los 56.000. Además ha recibido una centena de menciones en Twitter, decenas de correos, cientos de comentarios, miles de notas en Tumblr.

Pero, su fama no se ha quedado en seguidores, publicaciones o reconocimientos. Le han significado negocios con empresas del extranjero. Actualmente trabaja en la portada de varios libros y en imágenes para una campaña de cosméticos y para una aerolínea.

Ha recibido propuestas para exponer su arte en otros países, pero por el momento no cuenta con los fondos para viajar seguido. Además trabaja en una Agencia Digital: Cafema, que formó con unos amigos.

Por ahora quisiera que su "fama" le sirva para incrementar las ventas en su tienda online society6.com/cintascotch, en donde plasma sus diseños en camisetas, forros para teléfonos, tazas y en donde le pida el cliente. Además planea realizar una exposición en el país.

Se preguntará qué tienen de bueno sus ilustraciones, por qué han logrado tanta viralidad. Lo primero que se observa es creatividad por doquier, lo segundo es el empleo de diversos materiales con trazos y lo tercero...véalo usted mismo: @cintascotch. **GC**

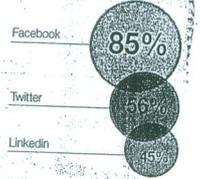


PERFIL
JAVIER PÉREZ ESTRELLA (@CINTASCOTCH)
 DISEÑADOR GRÁFICO EN AGENCIA CAFEMA

¿QUÉ HACEN LOS USUARIOS DE REDES SOCIALES ANTES DE BUSCAR TRABAJO?



USUARIOS QUE BUSCAN TRABAJO EN REDES SOCIALES



EL 'CV'

YA NO SE IMPRIME, SE CREA EN LA RED

EL 89% DE EMPRESAS ESTADOUNIDENSES BUSCA A SUS EMPLEADOS EN LINKEDIN Y OTRAS REDES SOCIALES. AHORA IMPORTA LA REPUTACIÓN "EN LÍNEA"

GUANNELLA ESPINOSA COBOS
 ESPECIALISTA EN REDES SOCIALES EN AGENCIA LAIKA

Alguna vez le ha preguntado a Google: ¿Quién soy? Seguro que sí... ¿Qué ha visto? Si su presencia en Internet es nula o lo que es peor "desfavorecedora", lamentablemente eso es la misma información que ve la gente cuando ingresa su nombre al buscador. ¿Sabe quién es esa gente? Entre tantos, la persona que le hará la entrevista de trabajo que tanto esperaba.

La hoja de vida no se imprime más, se crea en la red. Lo dicen las estadísticas: el 89% de las empresas en Estados Unidos buscan desde el 2011 nuevos empleados "en línea". Ahí radica la importancia de construir una reputación en Internet lo suficientemente interesante para ser encontrado y por qué no contratado.

"Si quieres sobresalir en tu profesión y ser un referente, debes ser parte del mundo 2.0"

SOFFIA MESTANZA
 agencia Nube

PRIMER PASO: 2.0
 Sofía Mestanza, directora de PR 2.0 y personal branding en Nube Creatividad + Estrategia, explica que lo ideal para "venderse" como profesional es estando en las redes sociales debido al alcance que estas tienen y al posicionamiento que logran en los buscadores: debemos convencernos de que la

comunicación bien dirigida a través de este tipo de plataformas, siempre generarán ganancias monetarias y sobre todo profesionales.

SEGUNDO PASO: BRANDING
 Debe construir su marca personal, es decir, descubrir aquellas aptitudes y características que lo definen y diferencian del resto. Luego, podrá sacarles provecho eligiendo las herramientas de difusión 2.0 acordes a su profesión.

"Si eres un profesional en una área del conocimiento empresarial, es recomendable tener un blog temático"

LUIS CARLOS CHAUQUEA
 Interlat Group

Si se trata de un presentador de TV o un actor, debe crearse un canal de YouTube y difundir su reel, por ejemplo... Lo siguiente es crear un perfil en LinkedIn, en Facebook, una cuenta en Twitter y en Google Plus, así lo recomienda Luis Carlos Chauquea, colombiano, director general de Interlat Group (escuela de Negocios en Internet y Marketing Digital).

El experto en campañas de marketing aconseja que en estos espacios se publique contenido acorde a la vida profesional del usuario con la ayuda de videos, infografías, textos, etc. "El lenguaje debe ser sencillo: la manera que te expresas en tus redes es el reflejo de lo que eres en la vida", añade.

"Si su trabajo es bueno los demás lo hablarán. Colabore en proyectos, comparta su experiencia..."

NUMO ACOSTA
 Agencia Laika

TERCER PASO: SER ACTIVO
 Nuno Acosta, guayaquileño, gerente y director creativo de Agencia Laika, menciona que lo mejor para hacerse conocer como profesional en el mundo 2.0, es participar en diversos espacios como: blogs de conocidos, foros y grupos.

CUARTO PASO: WEB
 Tener un sitio web personal, es el punto clave según Acosta, para esto recomienda: www.flaavors.me, una página ideal para realizar portafolios y que se puede alimentar con contenido de todas las redes sociales. Con él coincidirá Mestanza: una página le permitirá ser más profesional y explícito en los servicios que está ofreciendo.

NO PUEDE NO ESTAR EN:
 LinkedIn: Para todo profesional que desea ser visible en un área del conocimiento específico. En esta red las personas buscan expertos y si usted no está no lo encontrarán.

Twitter: Aquí podrá exponer sus puntos de vista por los que quisiera ser identificado como referente. Lo ideal es crear una cuenta con su nombre ya que será encontrado fácilmente en los buscadores.

Facebook: Es la red de redes, con 1.150 millones de usuarios activos al mes en todo el mundo, además se indexa bien.

...esde hace vari
 ...manas, atrajo
 ...entos de perso
 ...as, especialme

n El
ncen

 ca de 70 pe
 cipación en
 se desarro

 hotel Biñu Bu