

Desde el Pacífico

Los autores de 'Naked conversations' ven en los 'blogs' una aplicación del principio "los mercados son conversaciones".
POR FRANCIS PISANI



Los 'blogs': una obligación para las empresas

EN UNOS MESES, los blogs de empresas pasaron de experiencia pionera a herramienta indispensable. Lejos de ser un lujo o una locura, son hoy una obligación, según el libro *Naked conversations. How blogs are changing the way businesses talk with customers* (Conversaciones al desnudo. Cómo los blogs cambian la forma en que las empresas hablan con sus clientes). "La mercadotecnia de masas cuesta más que nunca y es menos eficiente que nunca", declaró Seth Israel, uno de los autores (el otro es Robert Scoble), durante una presentación de su libro ante una asamblea de publicistas reunidos en el New Communication Forum que tuvo lugar en Palo Alto. "Lo importante son las relaciones desarrolladas a partir de conversaciones", aseguró.

Israel y Scoble ven en los blogs una aplicación evidente del principio según el cual "los mercados son conversaciones" como ya planteó el Cluetrain Manifiesto hace siete años. "Es la primera tecnología que permite que una conversación se vuelva instantáneamente global", escriben en el libro. "Es la primera que descentraliza las comunicaciones corporativas".

"El 'blog' es la primera tecnología que permite que una conversación se vuelva global al instante y que descentraliza las comunicaciones corporativas"

Una quinta parte del libro está dedicado a consejos: como *bloguear* bien (tener "conversaciones al desnudo", mostrar pasión

y autoridad en su campo, por ejemplo), los errores comunes (usar lenguaje de comunicado de prensa, tapar conflictos...) y recetas para evitar el despedido por *bloguear*.

Los cambios son considerables. Estamos entrando en una era conversacional donde "clientes y empresas se instalan en un campo más equilibrado, utilizan el lenguaje sencillo de las conversaciones sin adornos. La mayoría de la gente confía más en esas voces que en las de profesionales incorporadas en un anuncio de 60 segundos. Este cambio desplaza los clientes desde los confines de las corporaciones al centro, que es su legítimo lugar".

Los blogs de empresas son de reciente aparición, hasta en Estados Unidos. En una entrevista por e-mail, Shel Israel nos contó que cuando empezaron a trabajar en el libro (en febrero de 2005) la mayoría de los comunicólogos, analistas y directivos despreciaban los blogs corporativos. "Los consideraban una moda pasajera, divagaciones de adolescentes bitacoristas o propios de quienes están obsesionados por la política". Otros los veían como un conducto más para escupir comunicados de prensa. Luego "el desprecio se volvió cólera: los *blogueros* eran percibidos como *hackers* capaces de alterar los resultados de Google", asegura Israel.

Hoy, una encuesta del Guidewire Group entre empresas de Estados Unidos revela que "un 90% dijeron tener la intención de adoptar programas de medios sociales (social media): blogs, podcasts, video-blogs, wikis... en 2006", según Israel.

Una encuesta del Guidewire Group dice: "En EE UU el 90% de las empresas tienen la intención de adoptar 'blogs', 'podcasts' o 'wikis' en 2006"

No con la misma extensión, el fenómeno es ahora global. Sin embargo, varía en función de las culturas,

sean ellas nacionales o de empresas. Se *bloguea* duro en Sun, no en Apple; en Yahoo, no en Google; en Estados Unidos, no tan fácilmente en China.

Naked conversations explica la importancia de los blogs de empresas y su historia, en particular la aparentemente extraña apertura de Microsoft. Scoble es un empleado de Bill Gates y está convencido de que los *blogueros* de la empresa (eran 1.500 hace un año) le hicieron mucho bien. Su consejero delgado, Steve Ballmer, le dijo en una entrevista: "Confiamos en que nuestra gente representa a la compañía. Para eso les pagamos".

En general, los blogs de empresas no son una locura vanguardista. "Este libro va de negocios, eficiencia y beneficios. *Bloguear* es hacer negocio de forma inteligente. *Bloguear* es más barato y efectivo que la mayoría de los programas de mercadotecnia. Algún día, cada empleado tendrá su blog y una dirección de correo electrónico. Entonces, las empresas que no *blogueen* serán vistas con desconfianza por culpa de sus culturas cerradas", vaticina Israel.

SHEL ISRAEL <http://seems2shel.typepad.com/>
ROBERT SCOBLE <http://scobleizer.wordpress.com/>
NEW COMMUNICATION FORUM <http://www.newcommforum.com/>
CLUETRAIN MANIFIESTO <http://cluetrain.com>
NAKED CONVERSATIONS (el blog del libro) <http://redcouch.typepad.com/>

NAVEGANTES

LOS LECTORES QUE quieran expresar su opinión, comentar la actualidad del mundo de Internet, las telecomunicaciones o las nuevas tecnologías; los que deseen difundir su propia página o recomendar aquella que les guste, pueden escribir por correo electrónico a la dirección ciberpais@elpais.es. Los textos tienen que ser breves e incluir el nombre, la dirección postal y el teléfono.

OPINIÓN

'Star Trek'

Se cumplen 40 años de una de las sagas televisivas y cinematográficas más prolíficas de la ciencia ficción, *Star Trek*. Pero no soplan buenos vientos para sus fans, puesto que la productora Paramount decidió hace un año cancelar la producción de nuevos episodios por baja audiencia, debida a la penosa gestión que los responsables de la franquicia han hecho en los últimos años.

Pues bien, tal como ocurrió a principios de los setenta, los fans están decididos a que *Star Trek* no quede en el olvido. En aquella ocasión, miles de cartas y las primeras convenciones de seguidores hicieron recapacitar a la productora. Hoy, gracias a este poderoso medio que es Internet, lo están volviendo a hacer. De las muchas iniciativas que hay en la Red, cabe destacar la de un grupo de aficionados norteamericanos que se han propuesto revivir la serie original de *Star Trek* (la de Mr. Spock) rodando nuevos episodios y ofreciéndolos gratuitamente a



GALERÍA COLECTIVA DE FOTOS DE SARRIA. Sarria es el pueblo más grande del Camino de Santiago en Galicia. Dispone de fotos antiguas del archivo histórico de Sarria, gentes, paisajes, monumentos, el Camino de Santiago y vistas panorámicas de la comarca. La hacemos entre todos [laarrian@s](mailto:laarrian@s.com) (o no). Jesús Quintana.

● www.fotosdesarria.com

través de la Red. Su misión: continuar la "misión de cinco años" de la tripulación original del *USS Enterprise...* y lo están consiguiendo con millones de visitas y la adhesión para futuros episodios de actores de la serie original, como Walter Koenig (Chekov) y George Takei (Sulu). Fernando Martínez.

● www.startreknewvoyages.com
● www.trekminal.com

SITIOS

El Bibliomano

Las páginas de El Bibliomano están

realizadas por Chema Giménez en Madrid y editadas utilizando SPIP, programa providencial para mi independencia. Tratan de mi afición a los libros, en especial a los que arrastran cierto color amarillento; pero me gustan todos, estén donde estén, en polvorientas librerías o en el ciberespacio que habitan ahora. E. B.

● www.bibliographos.net/bibliomano

Decopasión

Portal español sobre decoración, que permite escoger entre una amplia selección de muebles, lámparas y complementos de estilo actual. D. C.

● www.decopasion.com

Música libre

Difunde música libre y permite a los artistas poner su música en la web a disposición de todo el público. Gonzalo Cid.

● www.suenaasi.com

Guía de Córdoba

Andalocío, una agenda con las actividades culturales y de ocio en Córdoba y su provincia. Juan Antonio Gavilán.

● www.andalocio.es

Las plegarias de Fabián

Ya podéis descargaros Plegarias EP. Ecos de Dylan, Wilco, Jeff Buckley... para inspirar unas canciones tan melancólicas como esperanzadoras. Mezclas y masterización de Yuri Méndez, y la participación de La Pequeña Banda Magnética. Fabián.

● www.fabiandc.com

Aclaración

— El juego *Runaway 2* ha sido desarrollado por Péndulo Studios, y no por Alcachofa Soft



¡AÚPA ATHLETIC! El centenario y entrañable Athletic Club de Bilbao atraviesa su peor momento deportivo. Por ello, para animar un poco a sus numerosos seguidores y peñistas, os presento esta página web, en la que se puede encontrar absolutamente todo lo relacionado con los *leones* de San Mamés, (historia, anécdotas, noticias, actualidad, fotografías, foros, direcciones de peñas, etcétera). Hay también un apartado para descargar fondos de pantalla, canciones, el himno y muchas cosas más. Carlos Vicente.
● www.aupaathletic.com

elpais.es

Fórmula 1

Los sitios de Internet de publicaciones o emisoras del Grupo Prisa (EL PAÍS, Cadena Ser, As y Cuatro) ofrecen un especial sobre la temporada de Fórmula 1 en la que ya reina Fernando Alonso.

El especial incluye calendario de las competiciones, clasificaciones, fotogalería (con imágenes del espectáculo adyacente que se vive en cada circuito) y una serie de gráficos animados en los que se pueden ver con detalle los aspectos técnicos de un coche de carreras o el fulgurante historial de Alonso. Una área de participación permite intervenir en foros y chats.

