

DIGITAL

UNIVERSO MULTIMEDIA

ENRIQUE DANS

Profesor del Instituto de Empresa

## La comunidades en la era de Internet

Es muy interesante ver el papel que las comunidades juegan en nuestra vida. Nunca los "conjuntos de personas vinculadas por características o intereses comunes" (definición de "comunidad" en el DRAE) habían jugado un papel tan relevante en la sociedad como lo están empezando a hacer ahora. Viéndolo, se diría que estamos en una revolución que afectará a todos los elementos de nuestra vida, desde cómo nos relacionamos, hasta la forma en la que las empresas compiten o los políticos gobiernan. Y detrás, dos variables fundamentales e íntimamente relacionadas: la conectividad y el cambio del paradigma de relación.



*"Las empresas tienen que aprender a vivir en comunidades y participar en ellas"*

La conectividad es lo que dota a las comunidades de sentido. Siempre hemos tenido comunidades, pero nunca antes habían tenido un instrumento como la red a través del cual relacionarse con tanta facilidad y conveniencia. La red reduce la fricción, de manera que las comunidades pasan a ser operativas en todo momento, no únicamente cuando se reúnen. Antes, las comunidades restringían su actividad a los momentos de interacción física y a lo que pudiesen hacer a través de medios de comunicación limitados: si querías hablar con un miembro de la comunidad, debías hacerlo en base unívoca. Si querías comunicarte con todos, estabas restringido a un modelo unidireccional. En la red puedo hacer cualquier cosa: comunicarte sin limitaciones, mantener repositorios de conocimiento o de mensajes anteriores, desarrollar discusiones, coordinar actividades... Con respecto al mundo anterior, es algo completamente ilimitado, otra dimensión. Así, la red ha pasado a albergar algunas de las comunidades más eficientes del mundo, desde las que desarrollan software libre hasta las que se intercambian música o discuten sobre los temas más variopintos. Las primeras comunidades fueron cosa de geeks, de tecnólogos, los "iniciados", los primeros que aprendieron a apalancar su poder. Pero en Internet, todo es susceptible de generar una comunidad, y algunas empresas empiezan a darse cuenta de sus innumerables ventajas: los lectores de mi página, por ejemplo, forman una comunidad, sumamente dinámica y viva. En la empresa en la que trabajo, los alumnos de un curso generan comunidades con antiguos alumnos, profesores y directivos de empresas que les permiten disfrutar de contenidos completamente actualizados y prolongar el valor en tiempo y calidad de una acción de formación. Un verdadero cambio dimensional.

El otro factor a considerar es el cambio en el paradigma de relación. Está detrás de cosas como el auge de los blogs o la llamada "web 2.0" y, desengáñese, no son simples "términos de moda". Son lo que ocurre cuando la sociedad se encuentra con un instrumento de comunicación y gestión de comunidades tan eficiente como Internet: que las cosas cambian. Todo cambia. Antes, la libertad de prensa sólo era para el que tenía una. Ahora, cualquiera puede decir en Internet lo que quiera, y habrá quien le lea, le busque, le encuentre. Estamos en un punto en el que los únicos que se están quedando fuera de la comunidad son empresas acostumbradas al monólogo, al oscurantismo, al "ellos contra nosotros".

Ahora, las empresas tienen que aprender a vivir en comunidades, desarrollarlas, alimentarlas, participar en ellas, o la revolución se desarrollará sin ellas. Pronto, todos seremos parte de comunidades de ese tipo: nos relacionaremos, compraremos o nos formaremos en ellas. Nos afectará como personas, como clientes y como ciudadanos. Vaya paladeando la palabra: comunidades, como si fuera un mantra. Pronto, estarán en todas partes.