Otro post sobre The Cluetrain Manifesto

Todo el mundo habla de conversaciones y comunidades, pero, realmente ¿de qué estamos hablando?.

En 1999, cuatro expertos (hoy, serían considerados frikis) de las nuevas tecnologías componen lo que hoy conocemos como **The Cluetrain Manifesto**. Es un grupo de **95 tesis**, enunciadas a modo de manifiesto, con el fin de estimular un cambio radical en la forma de hacer negocios.

Por primera vez, se habla de conversaciones y no de comunicación unilateral. De la comunicación de corporación a consumidor, a la comunicación bidireccional. Es el análisis del impacto de Internet en los mercados y las empresas.

El **Manifiesto** propone que las corporaciones cambien drásticamente su forma de comunicarse con su mercado, para no correr el riesgo de extinguirse.

Los autores del **The Cluetrain Manifesto** son C**hristopher Locke**, **Doc Searls**, **David Weinberger** y **Rick Levine**.

El **enunciado primero** resume las 95 tesis y los conceptos que los autores pretenden expresar:

“*Ha comenzado una poderosa conversación global. Por medio de Internet, las personas están descubriendo e inventando nuevas vías para compartir conocimiento de relevancia a una velocidad pasmosa. Como resultado directo, los mercados se hacen más inteligentes, y más inteligentes que la mayoría de empresas*”.

Las 95 tesis las podemos agrupar:

1. Mercados igual a conversaciones (Tesis 1 – 6).
2. Hipervínculos vs. Jerarquías (Tesis 7).
3. La conexión entre los nuevos mercados y las empresas (Tesis 8 – 13).
4. Las empresas que entran los mercados (Tesis 14 – 25).
5. Marketing y respuesta en la organización (Tesis 26 – 40).
6. Intranets y el impacto en el control organizativo y estructural (Tesis 41 – 52).
7. Conectando los mercados de Internet con las Intranets corporativas (Tesis 53 – 71).
8. Nuevas expectativas de mercado (Tesis 72 – 95).

Todo el manifiesto se puede leer en http://cluetrain.com