

Entrevista **Enrique Dans** | Profesor y director del Área de Sistemas y Tecnologías de la Información del Instituto de Empresa

## “No se puede ignorar el fenómeno ‘blog’”

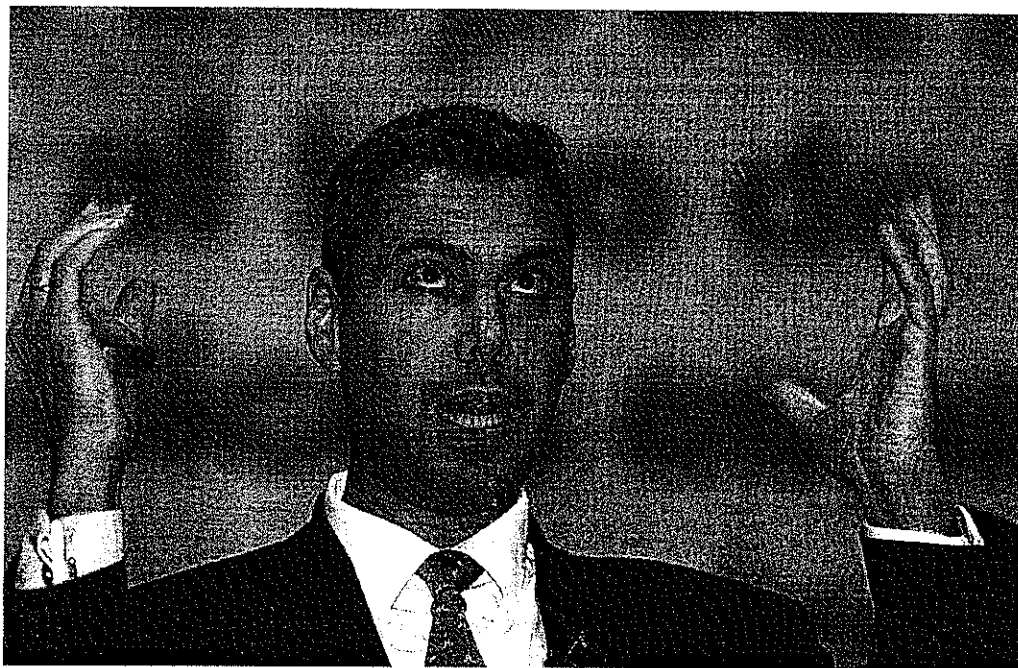
**Las empresas, según este experto, deben valorar más la importancia de los diarios o bitácoras que están en Internet**

¿Cuál es el papel de las tecnologías en la gestión empresarial? Ese fue más o menos el título de mi conferencia en el Foro Empresa del IAF. Es un título que me encontré, que pude haber cambiado y no lo cambié porque pensé en hacer un juego muy interesante. Con ese título la gente espera que hables de tecnología: el impacto de los ERP, los CRM... Incluso empecé con una primera transparencia llena de siglas que luego desaparecía para decir: la tecnología que realmente está impactando hoy en día en las empresas son las personas. ¿Por qué? Porque hemos pasado del momento en que sólo la tecnología nos iba a dar muchas ventajas competitivas, y ahora estamos en una época en la que la gente se ha dado cuenta de que, en realidad, las personas utilizan la tecnología para adquirir más información, para ganar más cultura o para ser más productivos.

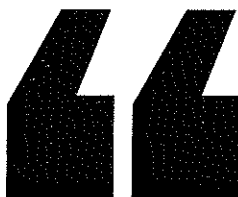
¿Cuál fue entonces el enfoque de su discurso?

Como tal, la tecnología no es un aspecto de ventaja competitiva, aunque sí el uso que haga de ella. El cambio tecnológico y la red lo que están provocando es una democratización muy fuerte en la forma de producir contenidos. Hoy todos pueden hacerlo a un coste ridículo. Yo puedo tener una paginita en la que uso de referencia medios de toda la vida y también los medios pueden acudir a mi página a buscar temas. Yo no pretendo ser periodista, pero he abierto la posibilidad de crear contenidos y las empresas no están acostumbradas a eso. Hay contenidos que están ahí y que las empresas ni oyen, ni ven ni se relacionan con ellos. Si tú como empresa sólo escuchas lo que sale en los medios oficiales y te comunicas en forma de publicidad o de modo corporativo te estás perdiendo un montón de contenidos, lo que la gente dice de ti. Y algunos son tus clientes, otros tus trabajadores... Tú piensas en un 'blog' y piensas en un tío publicando sus pensamientos, pero no piensas en su uso corporativo.

**Propone entonces el buen uso de la herramienta tecnológica como una forma de mejorar la comunicación con el cliente.** La comunicación, sí, pero también puede ser útil en el desarrollo de producto. Si mantienes una comunicación abierta con el mercado, lo que te vas a enterar es que cosas quiere éste de ti que no le estás dando. Una queja en un 'blog' puede ser una joya en información, y si no la escuchas te



Enrique Dans, profesor del Instituto de Empresa, en Zaragoza. GUILLERMO MESTRE



Como tal, la tecnología no es un aspecto de ventaja competitiva, aunque sí el uso que haga de ella

Si mantienes una comunicación abierta con el mercado te enterarás de qué quiere éste de ti que no le estás dando

la juegos, porque la 'blogosfera' y estos medios alternativos han conseguido una trascendencia muy fuerte. "El País" tuvo que retirar una campaña hace poco por una presión en los 'blogs'. Mire también lo que pasó en EE UU con los datos falsos de Bush. **Habla usted con naturalidad de los 'blogs' y de la 'blogosfera'. Dé una definición de estos términos.**

Seguro que hay definiciones por ahí, pero yo diría que es una página, llevada por una o varias personas, con una estructura determinada, cronológica y por tanto con una periodicidad -que no tiene por qué ser diaria, pero tienden a hacerlo cuando tienen éxito- y en la cual en la estructura las últimas entradas se quedan arriba y a partir de ahí, si vas bajando te encuentras con entradas y luego hay archivos. La diferencia entre una página personal en Internet y un 'blog' es que la página era la 'vanity page' ("éste soy yo y esto es lo que hecho") y el 'blog' tiene un componente participativo. Es una página mucho más dinámica.

**Es un diario en Internet.**

Sí, un cuaderno de bitácora en la red. Unos y otros suelen referenciarse mucho entre ellos. Cuando dices algo, das la posibilidad al lector de irse a ver a otros sitios por qué lo dices. Son páginas muy entrelazadas.

**¿Cuál es el futuro de los 'blogs'?**

Vamos a vivir un momento de explosión. Ahora el tema está calentito, porque se ha demostrado su efectividad. Por ejemplo, su influencia en las elecciones americanas ha sido notoria.

**¿En qué sector tendrán más influencia los 'blogs'? ¿En el periodístico, el político, el empresarial?**

No se puede ignorar el fenómeno 'blog', especialmente en algunos sectores. Dentro de la comunidad empresarial, si estás en algo que

### PERFIL

#### Los 'blogs' o cómo divertirse trabajando

Enrique Dans es un joven profesor que ha convertido su gran afición, las nuevas tecnologías y -sobre todo- sus derivados, en su trabajo habitual. Tras licenciarse en Biológicas por la Universidad de Santiago de Compostela, abandonó su Galicia natal para cursar un MBA en el Instituto de Empresa porque quería aprender cómo montar una compañía. Ahí se quedó como profesor, para lo que se formó mejor en la Universidad de California en Los Ángeles (UCLA) durante cuatro años. Hoy es el máximo responsable del departamento de Sistemas y Tecnologías de la Información en el Instituto, donde da clases e investiga sobre muchas cosas, entre ellas sobre el fenómeno de los 'blogs' (diarios o bitácoras en Internet marcados por su amplia participación). Su pasión por las nuevas tecnologías no le quita tiempo, asegura, para compaginar su vida familiar y laboral, como demostró el pasado fin de semana al conocer Zaragoza en compañía de su mujer y su hija, a quien ha contagiado hábitos relacionados con el uso de la red. Nada en la 'blogosfera' le es hoy extraño, y en la capital aragonesa ha podido conocer a 'bloggeros' de los que hace tiempo había oído hablar. La semana pasada intervino en el I Foro Empresa del Instituto Aragonés de Fomento (IAF) y después se indignó al escuchar a Juan Luis Cebrián, consejero delegado de Prisa, decir que el fenómeno 'blog' tardará 20 años en madurar. "Cuando no te sientes cómodo con un cambio, lo que haces es ignorarlo", criticó.

tiene que ver con tecnología entras en la red y te vas a encontrar con 'blogs' que hablan de ti o de tu producto.

**¿Hasta dónde llegará el fenómeno?**

A un uso muy amplio, en muchos sitios. Seguro que un político va a tener que tener una herramienta de este tipo, otra cosa será que la atienda mejor o que la atienda de manera delegada, incluso. Es una

forma de comunicarse con la ciudadanía.

**¿Tienen 'blogs' las empresas?**

Hay compañías que lo usan para mantener un diálogo en el mercado, otros como fuente de comunicación interna. En mi departamento decimos el chascarrillo de que yo, como director de área, hago "management by blog".

**LUIS H. MENÉNDEZ**  
lhmendez@heraldo.es