

Bienvenidos al universo *crowd*

Sucede algunas veces que una práctica se convierte en usual antes de adquirir una denominación. Al inicio del siglo XXI se creaba gracias a internet una gran enciclopedia *online*: Wikipedia. La comunidad internauta comenzaba a colaborar en un proyecto común mediante el uso de unas herramientas colectivas y siguiendo unas reglas predefinidas. Dicha comunidad practicaba y practica el *crowd*.

Esther Plaza Alba

El pasado mes de abril se presentaba el Manifiesto *Crowd*, una obra firmada por el biólogo Juan Freire y el politólogo Antoni Gutiérrez-Rubí. Un total de 66 principios para explicar el cambio que ha producido en las empresas la participación de sus miembros y por qué no, de todo su entorno.

Universo *crowd*

«Las multitudes no son una turba, caótica, ni una masa, homogénea, son un colectivo diverso y organizado» (Principio n.º 2).

En este principio se explica la diferencia entre la masa y la multitud, que se encuentra en la inteligencia. Se trata de la evolución hacia la variedad, hacia la diversidad, hacia la innovación. Las multitudes poseen además, capacidad de adaptación, es decir, de ser resilientes ante cualquier cambio y sobre todo, ante la adversidad.

«La empresa *crowd* transforma el conocimiento colectivo en relaciones, organización y negocio» (Principio n.º 16). Tres conceptos que caben en uno: procomún. Donde lo fundamental vuelve a ser la puesta en común, la deliberación, el debate. Todo ello para llegar al punto fuerte de la comunidad, esto es, la inteligencia colectiva.

«La empresa *crowd* transforma la competitividad en competencia y la rivalidad en cooperación» (Principio n.º 18). Las estructuras empresariales verticales han dejado paso a aquellas horizontales, donde la opinión fluye de una manera sencilla, no hay escalones ni empujones porque prima la cooperación y la transparencia. Es lo que José Cabrera, experto en la dirección de equipos multiculturales, en entornos globales y alta tecnología, llama redarquía¹. Descubrimos entonces una nueva forma de trabajar donde el valor central ya no es la competitividad sino la capacidad de cooperar y conectar con los demás con el fin de que el flujo de trabajo se mantenga abierto y sea experimental y colaborativo. Estamos ante el *crowdworking* e internet es su medio ideal para desarrollarse plenamente. Un ejemplo de ello en el terreno profesional colegiado se está gestando a modo de compendio o ponencia sobre los colegios profesionales y los derechos fundamentales, coordinado por Unión Profesional².

«Una empresa puede estar cerrada al exterior o abierta al mundo, ahogarse o transformarse» (Principio n.º 10).

Pensemos en un espacio útil para practicar el *crowdworking*. El pasado 24 y 25 de mayo tuvo lugar la segunda edición de la Conferencia Española de Coworking, en Barcelona. Una muestra de las nuevas dinámicas de trabajo y estructuras empresariales ligadas a la colaboración, donde el hecho de compartir un mismo espacio físico de trabajo aumenta las posibilidades de creación de sinergias lo que puede devenir en auténticos proyectos innovadores.

«Conectividad empresarial no es unir puntos, ni tejer redes... es establecer relaciones para pensar, desarrollar y comercializar conjuntamente» (Principio n.º 14).

En el *coworking* el espacio compartido permite la multidisciplinariedad, la colaboración, el *networking*, todo ello en un hábitat ideal para profesionales, emprendedores y empresas que quieren explotar este nuevo modelo profesional.

Del *crowdworking* al *coworking*

El interés del *coworking* por ser un punto de encuentro para profesionales independientes que buscan un lugar de trabajo económico y que quieren colaborar a favor de intereses comunes en un determinado proyecto, ha sido también descubierto por el entorno profesional colegiado.



Foto: 3G Office

¹ Redarquía y cambio organizacional. Blog Innovación en la gestión, de José Cabrera

² Revista Profesionales143 (P22-24)

Así, el Colegio de Ingenieros Técnicos Industriales de Barcelona —CETIB— abrió el pasado 3 de septiembre Tecnoworking (www.tecnoworking.cat), un centro de *coworking* ubicado en el Paseo de Gracia. Como principal objetivo, el CETIB se propuso proporcionar un espacio físico para que sus profesionales, emprendedores y pequeños empresarios tuvieran un lugar de trabajo, además de una plataforma ideal para exponer sus iniciativas laborales.

En Burgos ha sido el Colegio de Arquitectos otro de los colectivos en sumarse a esta nueva modalidad de trabajo compartido o en comunidad. Con ello este órgano profesional pretende cumplir un doble objetivo: conceder facilidades a colegiados que no posean un estudio propio y necesitan un espacio físico para trabajar y por otra parte, sacar rendimiento a dependencias del colegio que se encontraban vacías y que no se utilizaban. Por un importe razonable los *coworkers* pueden ocupar una mesa de trabajo y disponer de conexión wifi a internet.

La proliferación en ciudades pequeñas está siendo llevada a cabo en este 2013, después de comprobar sus efectos positivos en las grandes ciudades tales como Madrid o Barcelona, lugares en los que se instala el mayor número de centros de *coworking* (hasta un 40 % de todos los existentes en España), mientras que las ciudades con menos de 100 000 habitantes solamente albergan el 15 % de dichos centros, según datos proporcionados por la última encuesta distribuida por Coworking Spain.

Estos y otros nuevos modelos de trabajo fueron analizados en el encuentro organizado por el Workplace Innovation Group en colaboración con Microsoft, el pasado 8 de mayo, en el que se reflexionó sobre los nuevos usos de los espacios y la utilización de la tecnología para llevar a cabo una nueva forma de trabajo. Para Francisco Vázquez, presidente de 3g Office, moderador de la última mesa de debate, «apostar por el *coworking* tiene interesantes ventajas para los profesionales como poder reservar con antelación un viaje, mejora la productividad y creatividad profesional, compartir inquietudes, enriquecer conocimientos, crear sinergias...». Además, «los beneficios mediambientales son notables, ya que el consumo de luz, papel, agua, etc. se amortiza gracias a su uso compartido». ■

Crowdfunding

El pasado 14 de mayo se estrenaba la primera película española rodada gracias al *crowdfunding*. Una alternativa real de financiación, aconsejable para todos aquellos emprendedores que no cuentan con recursos propios para desarrollar su producto. Un auténtico modelo de preventa que concede la oportunidad buscada al emprendedor de llevar a término su idea inicial gracias a la predisposición de aquellas personas o entidades que se deciden a financiar la puesta en marcha de su proyecto.

ESPACIO
DIRCOM

dircom
Asociación de Directivos de Comunicación

La comunicación corporativa, clave para salir de la crisis

La Asociación de Directivos de Comunicación, Dircom, ha presentado la publicación de referencia en el sector, el Anuario de la Comunicación 2013, con la presencia de Daniel Tisch, Chair de la Global Alliance, que se ha referido a los problemas con los que se encuentra el dircom en la actualidad.

Para el presidente de la federación de comunicadores, que reúne a más de 160 000 profesionales, «los dircom somos valiosos, pero no valorados», a pesar de encontrarnos en una época en la que lo que hacemos es más importante que nunca.

El Chair de la Global Alliance ha dado la enhorabuena a Dircom, por ser líder y colaborador en el seno de la comunidad de comunicadores. «Con mi viaje a Madrid, la Global Alliance y Dircom comenzamos un viaje juntos: el WPRF2014». Dircom organizará en otoño del 2014 el VIII Congreso Internacional de Comunicadores al que asistirán cientos de profesionales del sector.

Por su parte, José Manuel Velasco, presidente de Dircom, ha querido ahondar en la visión de la Asociación. «Desde la comunicación debemos contribuir a la transformación social y aprovechar la crisis para fortalecer el posicionamiento de los dircom en las empresas. Además tenemos el desafío de crear empleo en el sector de la comunicación».

La presentación del Anuario de la Comunicación 2013 ha contado con una ponencia del presidente de Barrabés, Carlos Barrabés, en la que ha destacado que «la desigualdad, la inestabilidad y la sostenibilidad son los grandes retos que debe superar el mundo».

Sebastián Cebrián, director general de Dircom, ha sido el encargado de presentar el Anuario de la Comunicación 2013, que ha definido como «un referente que desarrolla las tendencias del nuevo rol del dircom del s. XXI». Asimismo, ha destacado que la comunicación es una gran aliada para salir de la crisis, como queda patente en la publicación de Dircom. «Las empresas que apuestan por la comunicación son más efectivas y viables», ha afirmado.