

MANIFIESTO CLUETRAIN

TESIS VIGENTES: 1, 2 ,3 ,4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 93, 94.

TESIS NO VIGENTES:

- 12: A mi parecer no creo que las compañías sepan menos sobre sus productos que el mercado online. Pero por encima de todo, no me encaja la parte de que no existan secretos.
- 13: Creo que las barreras entre los empleados y la percepción de ellos como seres humanos ya están destruidas, es decir, vemos a la persona que hay detrás de lo que podría ser “La compañía”. Aún existe algún último bastión en compañías de corte tradicional, pero no percibo que sea la norma general actualmente.
- 14: Hemos empezado a observar como las corporaciones hablan más humanamente hacia sus audiencias.
- 15: Ya ha sucedido, y, por ende, ya no es vigente. Las voces se han heterogeneizado.
- 16: Aún se pueden observar grandes eventos para promocionar productos como podrían ser los de Apple.
- 30: Por desgracia aún existe cierto fanatismo a determinadas marcas.
- 44: En mi opinión no creo que los trabajadores traten de ignorar las políticas de empresa.
- 74: No somos inmunes a la publicidad, cómo hemos podido observar con las elecciones de Estados Unidos.
- 92: El problema del año 2000 ya sucedió.

En cuanto a la relación de estas tesis sobre comercio electrónico con nuestra asignatura, puedo comentar que se engloba en el cambio de paradigma de la Web 1.0 a la Web 2.0 vista en clase, siendo estas tesis las modificaciones necesarias para realizar la transición. Estas modificaciones o tesis tratarían a grandes rasgos sobre:

- Los mercados como conversaciones.
- Las conexiones entre los nuevos mercados y las compañías.
- Cómo las empresas entran en el nuevo mercado.
- Marketing y las respuestas que proporcionan las organizaciones.
- Las intranets y su impacto en el control y estructura de las organizaciones.
- La conexión entre las intranets y el comercio electrónico.
- Las expectativas de los nuevos mercados.