

## El mundo es un pañuelo

Manuel Díaz Prieto  
La Vanguardia - 20/02/2005

¿A quién no le ha pasado que, hablando con un extraño, descubre conocidos comunes? No es casualidad: cualquier ciudadano está a menos de seis personas de cualquier otra

### TEORÍA DE MILGRAM

El sociólogo demostró que la gente está mucho más próxima entre sí de lo que cabría suponer

### CAPITAL SOCIAL

Se calcula que cada persona conoce a unas 250, quienes a su vez conocen a otras 250 personas

Te presentan a alguien. Y, por simple amabilidad, le preguntas:

-¿De dónde eres?

-De Verín, provincia de Ourense, frontera con Portugal -contesta el otro intentando ser simpático.

-¡Hombre! Yo hice la mili con un tío de Verín.

-¿Cómo se llamaba?

-Carlos Basalo

-¡Qué me dices! Era compañero de clase de mi hermano.

La conversación tiene lugar en Barcelona entre dos personas que no se conocen y sólo necesitaron tres pasos para encontrar a un conocido común. Solemos acha-

car este tipo de situaciones a la casualidad, pero nada más lejos de la realidad.

En la década de los 60, el sociólogo Stanley Milgram, profesor de Harvard, enunció una hipótesis fascinante. Cualquier ser humano se encuentra a seis -o menos- conocidos de cualquier otro habitante del planeta. Lo que se dio en llamar el teorema de los seis grados de separación, explicaba de forma científica el dicho popular "el mundo es un pañuelo".

Hasta entonces se pensaba que para que un granjero pobre de Iowa (EE.UU.) lograra que su carta fuese saltando de conocido en conocido hasta llegar a un senador californiano -ese fue el ejemplo que utilizó Milgram para que se entendiese su teoría-, tendría que recorrer gran cantidad de intermediarios, o bien que ese contacto jamás ocurriría. Sin embargo, con gran sorpresa, el sociólogo advirtió que en todos los casos el máximo de saltos necesarios fue de seis o menos. Su teoría sirvió para demostrar que el mundo era mucho más pequeño de lo que se pensaba en cuanto a relaciones y que la gente está mucho más próxima entre sí de lo que el sentido común podía suponer.

En la actualidad, y basándose en los nuevos conocimientos sobre la teoría de redes, el matemático Duncan Watts comprobó que aunque la estructura de relaciones es mucho más sutil y compleja que lo advertido por Milgram, la famosa distan-

cia de los seis grados es certera. Aunque el fenómeno, que funcionaba sobre todo a una escala nacional, con la llegada de internet se estaba globalizando.

La importancia de los estudios de Watts es que han permitido constatar que, en realidad, estos contactos siguen una topología de nodos en los que influye enormemente la calidad y tipo de conexiones existentes. Mientras más contactos tenga una persona y esas conexiones sean a otras personas bien conectadas, sus oportunidades de contacto serán mayores.

Compañeros de pupitre

¿Qué aplicación práctica tiene todo esto? Los padres y los alumnos de los colegios de elite conocen muy bien, aunque sea de forma intuitiva, el valor que los contactos con sus compañeros de clase tendrán en su futuro profesional. Unos contactos que se suelen engrasar convenientemente para mantenerlos activos en, por ejemplo, recurrentes cenas de ex alumnos.

Pero para hacerse una idea más precisa del valor de las relaciones, Rober Metcalfe, fundador de 3Comm, enunció una ley a la que le puso su nombre, y buscó un ejemplo muy gráfico: los aparatos de fax. Metcalfe, tras observar que las redes, bien sea telefónicas, de computadores o de personas, incrementan dramáticamente su valor con cada nodo adicional, explicaba: "El primer fax era una máquina triste... no tenía a quién enviarle un fax y, dicho sea de paso, ¿a quién se le ocurrió comprar el primer fax? Pero cuando apareció la segunda máquina de fax, el valor de la primera se incrementó en un 100%, ya que podía enviarle un fax a alguien".

Hasta aquí, la ley Metcalfe coincidía con las matemáticas tradicionales: un fax más otro es igual a un crecimiento del 100%. Pero la diferencia en el esquema de las redes es que el tercer fax no incrementa el valor de la red en un 50%, sino en un 200%, pues cada máquina tiene otras dos a las que enviar mensajes. Y así sucesivamente. Es decir, cada nuevo contacto que se añade a la red multiplica el valor para todos sus miembros hasta límites insospechados.

Esta teoría le da alas a la idea de que para triunfar en el mundo de los negocios resulta esencial, a la par que nuestras habilidades y conocimientos, tener y desarrollar una adecuada y eficaz red de contactos. Porque las redes de relaciones -las personales y las laborales- constituyen lo que se denomina nuestro capital social. Y es ese capital el que en definitiva nos brinda la oportunidad de poner en práctica nuestras habilidades y conocimientos. Piense que actualmente se calcula que el 85% de los trabajos y el 80% de los negocios se consiguen a través de relaciones. De conocidos.

Imagine que es un profesional de mediana edad y que busca trabajo. Los especialistas saben que no será a través de los anuncios por palabras como tendrá más posibilidades de encontrarlo, sino a través de la red de personas con las que ha entrado en contacto a lo largo de su vida laboral y que conocen nuestras aptitudes y calidad humana. Un consejo: no serán los conocidos más cercanos a los que más debemos apelar. Pues probablemente ellos ya conocen nuestra situación y, además, suelen ser pocos. Lo mejor es recurrir a

las relaciones débiles, es decir, a aquellos que vemos de forma circunstancial.

Se calcula que cada persona conoce, por término medio, a unas 250 personas, quienes a su vez conocen a otras 250 personas. Así pues, cualquier persona tiene acceso instantáneo a 62.500 personas (250 x 250), un gran volumen de contactos más o menos directos que tienen, a su vez, sus propios miles de contactos. Las posibilidades son infinitas, por eso es fundamental acrecentar y mantener lo que Mark Victor Hansen y Robert G. Allen llaman el "tarjetero del millón de dólares".

"Un periodista vale lo que vale su agenda". Es una frase hecha que los profesionales de los medios de comunicación han oído mil veces sin pensar que más que un lema exclusivo de su profesión es una verdad universal. Onassis decía: "Mi mayor fortuna son mis contactos".

En Estados Unidos se conocen las virtudes de estas redes hasta el punto de que hace ya años que florece un fenómeno denominado networking. Que consiste básicamente en lo dicho, alimentar y engrasar las redes de contactos. Y su mate-

rialización toma en ocasiones derroteros tan curiosos como organizar cenas para los amigos de tus amigos. O sea, llamas a tus amigos para decirles que inviten a amigos suyos que tú no conoces para ampliar la red.

Es un fenómeno en el que tiene un gran peso la cultura de las relaciones. Actualmente se pone como ejemplo Madrid como ciudad en la que florecen las relaciones en medio de comidas, cañas y fiesta. De forma que algo que es percibido como un defecto desde Catalunya sería una de las causas que explicaría la turgencia económica de la capital de España.

Pero no se trata -como piensan muchos- de generar relaciones interesadas pensando sólo en "qué puedo obtener de éste" y buscar contactos pensando exclusivamente en el interés propio. Se trata más bien, coinciden los especialistas en networking, de generar un ida y vuelta donde la interacción beneficie a ambas partes. Porque la forma más inteligente de aplicar la teoría de los seis grados es a través de la construcción de fuertes relaciones personales que nos ayuden a caminar juntos.