This page was exported from - Mentat
Export date: Wed Nov 11 23:46:13 2026 / +0000 GMT

No Confundamos Pericia con Popularidad

Si alguien es muy popular en un tema no siempre significa que sea un experto en ese tema.

Hace un tiempo se difundió bastante la idea de que para adquirir maestría en una disciplina o tema, es decir, para volverse un verdadero experto, **se necesitan al menos 10 años.**

No obstante, en Internet un individuo puede volverse popular mucho antes de que pasen 10 años hablando de temas de los que es aficionado o simplemente porque consigue los libros y difunde con sus propias palabras - y en forma gratuita - todos los contenidos que toma o va aprendiendo de ellos.

Pero dirás ¿Alcanza eso para volverse popular? Y te diré que sí.

Primero. Se pueden volver populares por el efecto de la generosidad; de hecho, es la base de la popularidad de sitios hiper famosos porque muchísimo público acude a ellos para conseguir gratis lo que de otra manera tendría que pagar. Son tan pero tan populares que ya ves, ni hace falta nombrarles y me entiendes perfectamente. Incluso dentro de estos sitios, es tan importante el aporte en abundancia y gratis, que los usuarios que aportan se clasifican en jerarquías de experiencia y popularidad, posteando lo que resulta de su trabajo de buscar, copiar, seleccionar y compaginar contenidos de otras fuentes.

Segundo. En Internet hay que sumarle el efecto de una estrategia de marketing bien instrumentada con las herramientas que están disponibles precisamente para eso.

Teniendo en cuenta lo anterior, un sitio web puede tener poco tiempo de trayectoria y si lo maneja un conocedor de las herramientas de marketing puede llegar a un nivel muy alto de popularidad. Indiscutiblemente.

Ok. Está bien, pero ¿cómo se puede confundir a populares con expertos?

Es cierto, no es tan sencillo como se dice pero, vamos, si te visita medio mundo y logras que te tengan en cuenta, estás en las mejores condiciones para animarte a - como dicen todos los gurús del marketing en Internet - construir tu imagen de experto en el tema.

He ahí la cuestión que está detrás de toda publicidad y, como no decirlo, de la política también. Piensa en esos casos en los que se construye al candidato político a partir de su popularidad en el cine o el deporte.

En todas partes pueden existir diferentes grados de improvisación, pero en la red, el **como si**, muchas veces, podría ser todo lo que encuentres.

Para no confundir popularidad con experiencia conviene enfocarse en comprobar la verdadera trayectoria y obra en la temática que tiene el fulano o la fulana; dentro y fuera de la red. Verás, no se trata de títulos - se obtienen en 5 años o menos - sino de trayectoria, iniciativas y aportes.