



**Viadana Claudia A**

**Isidori, Alicia**

**Zubeldía, Ma. Lourdes**

**Rossi, Veronica**

**Morales, Oscar**

*Instituto de Investigaciones y Asistencia Tecnológica en Administración - IIATA*

## **DE LA CULTURA 1.0 A LA CULTURA 2.0. ANÁLISIS DE UN CASO DE APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS 2.0 A LA COMUNICACIÓN INTERNA**

### **1 - Introducción**

Hoy podría plantearse esta pregunta: ¿Hay vuelta atrás cuando el cambio paradigmático está en pleno auge? La respuesta no se hace esperar. El cambio tecnológico es vertiginoso y sobre todo los adultos debemos predisponernos a abrir nuestras mentes a la incorporación de las TIC en todos los ámbitos de la vida diaria. Con mucha más razón las organizaciones, formadas por individuos, deben recurrir a todas las herramientas ofrecidas por la Web 2.0 para favorecer las redes de comunicación entre sus miembros y el entorno.

*“Las tecnologías de la información y la comunicación proveen poderosas herramientas para asegurar la perpetuación y reproducción de las estructuras básicas sobre las que se sustentan las actuales estructuras de poder económico, político, social y cultural. La utilización de las tecnologías 2.0 en distintas fases de los procesos productivos y en la comercialización de bienes y servicios ha permitido mejorar el lugar del capital respecto del trabajo en el reparto de la riqueza.”*  
(Levis, D., 2009: 164)

La Web 2.0 es un concepto que nos muestra la capacidad de interacción superior que se está desarrollando entre los usuarios de Internet y el modo en que esta forma de relacionarse es llevada a planos más allá de la tecnología, aterrizándolos en campos socioculturales.

La Web 2.0 es una forma de entender Internet que, con la ayuda de herramientas y tecnologías de informática, promueve que la organización y el flujo de información dependan del comportamiento de las personas que acceden a los contenidos de la Web de manera fácil, pero generando a la vez su propia construcción, su propia colaboración mediante herramientas que pueden atizarse de manera más intuitiva.

A partir del cambio de paradigma es preciso ampliar el sentido de la comunicación interna. Una comunicación que piense en un colaborador, con una propuesta para debatir temas de interés, con horizontalidad. Este es el paso de una cultura jerárquica 1.0 a una colaborativa 2.0

En el presente trabajo se realiza una aproximación acerca del impacto de la incorporación de la Web en la cultura organizativa; de los beneficios de su utilización en la comunicación



interna de las organizaciones y del modo en que se hace posible la inclusión de las redes sociales en el ámbito laboral, sin que ello entorpezca la realización de un trabajo eficaz.

Cuando se analizan las barreras para la introducción de una nueva tecnología, siempre se señalan los aspectos culturales como los más difíciles de resolver. La forma de efectivizar tal incorporación es mediante el encuentro de parámetros tecnológicos, sociales y económicos asociados a parámetros culturales. La convivencia de culturas de trabajo distintas lleva a la reflexión, al pensamiento crítico.

## 2 - Web social en la organización

La literatura administrativa se ha explayado en definir sistemas de información, de explicar el modo de implementarlos, hacerlos más eficientes, analizar las características que deben presentar los mismos, etc. Así se han definido canales ascendentes y descendentes, en red, en estrella... También se ha estudiado la comunicación informal y su rol facilitador o entorpecedor del funcionamiento de las organizaciones.

Por otro lado, las personas han ido incorporando la tecnología 2.0 para contactarse con familiares, amistades, etc. Hoy las empresas se ven inmersas en este flujo de información de entre sus empleados y el contexto de la propia organización a través de las redes sociales.

No se puede soslayar que las redes sociales existen y tienen protagonismo y las empresas no deberán ignorar que de ellas se habla también en la web. Están, por tanto, ante una disyuntiva: considerar esta nueva tecnología como una herramienta de uso privado, ajeno su operatoria de la empresa o advertir que es posible capitalizar estos contactos generados por su personal, consolidando vínculos con el exterior.

El desafío que se presenta a la empresa está en incorporar la web para una comunicación de ida y vuelta con el contexto –clientes y usuarios, proveedores, competencia- e internamente, fomentar la construcción de conocimiento colectiva, propiciar la innovación y la intercreatividad. Es que a partir de la Web 2.0, el usuario ha dejado de ser un espectador pasivo de la información para ser un actor, un protagonista comprometido en un intercambio en el que también comparte sus conocimientos.

Sin embargo no hay que perder de vista que esta transformación comunicativa supone una mayor transparencia de la organización, toda vez que hay un flujo irrestricto de información.

Vito Dibari (2009) afirma que

*“... las características de la Web 2.0 pueden resumirse en los siguientes diez apuntes que permitirán una mejor comprensión sobre la Web 2.0:*

1. *La Web es una plataforma. Hemos pasado de un software instalable en nuestros PC's a servicios de software que son accesibles online.*
2. *La Web es funcionalidad. La Web ayuda en la transferencia de información y servicios desde páginas web.*
3. *La Web es simple. Facilita el uso y el acceso a los servicios web a través de de pantallas más agradables y fáciles de usar*



4. La Web es ligera. Los modelos de desarrollo, los procesos y los modelos de negocio se vuelven ligeros. La ligereza está asociada con la habilidad para compartir la información y los servicios de forma fácil y hacerlo posible a través de la implementación de intuitivos elementos modulares.
5. La Web es social. Las personas crean la Web "popularizan la Web" mediante la socialización y el movimiento gradual de los miembros del mundo físico hacia el mundo online.
6. La Web es un flujo. Los usuarios son vistos como co-desarrolladores, la Web 2.0 permanece en el "perpetuo beta", se encontrará en el nivel de desarrollo beta por un periodo de tiempo indefinido.
7. La Web es flexible. El software se encuentra en un nivel más avanzando porque este nivel permite el acceso a contenidos digitales a los que antes no se podía llegar. Esta idea es similar a la del concepto del "Long Tail", que se centra en el contenido menos popular al que antes no se podía tener acceso.
8. La Web es combinable. La expansión de códigos para poder modificar las aplicaciones web (como Google hace con las aplicaciones de Google Maps) permite a los individuos, que no tienen porque ser profesionales de los ordenadores, combinar diferentes aplicaciones para crear nuevas.
9. La Web es participativa. La Web 2.0 ha adoptado una estructura de participación que alientan a los usuarios mejorar la aplicación mientras la utilizan, en vez de mantenerla rígida y controlada.
10. La Web está en nuestras manos. El aumento de la organización de la información enfatiza el uso amistoso de la misma a través de los enlaces. Gracias al fenómeno social del etiquetado cada vez es más fácil acceder a la información

La utilización de redes sociales presenta beneficios innegables, como la reducción de costos, la mayor accesibilidad e integración tanto hacia adentro de la organización como hacia fuera: todo ello contribuye a la integración de los "ciudadanos nativo" de Internet, como se identifica a esta generación que nació y creció con la red.

Es importante puntualizar cómo la comunicación al interior de las organizaciones genera múltiples ventajas, dando inmediatez a los contactos, posibilitando el trabajo en equipo entre personas distantes físicamente, permitiendo el intercambio horizontal de sugerencias y opiniones, fomentando la creatividad. Es fácil atisbar que estas características contribuye a que el trabajo más fluido, ágil, creativo, descentralizado y motivador para todos los participantes.

En un mundo en el que las redes sociales tomaron un rol fundamental en la comunicación, las organizaciones ven la necesidad de adaptar estas herramientas 2.0 a su comunicación interna. Este nuevo paradigma se centra no solo en la posibilidad de interrelación entre los participantes, sino fundamentalmente en la interacción y colaboración.

Anteriormente la Intranet era utilizada como herramienta de comunicación, pero esta tenía la característica de no permitir la interacción, sólo tenía comunicación unidireccional. Es por eso que podría decirse que las herramientas 2.0, con su carácter colaborativo, han dejado fuera de acción a la intranet. Las Redes colaborativas tienen la características que se desarrollan de abajo hacia arriba, a diferencia de la intranet que está pensada desde arriba hacia abajo.



Cuando las organizaciones toman la decisión de desarrollar herramientas 2.0, éstas le permiten mejorar tanto la actividad y comunicación internas como las externas. Otro beneficio de estas herramientas es la posibilidad de ahorrar costos, mejorar la relación con los clientes, permitiendo un mejor feedback con ellos y el aumento de la eficiencia de los trabajadores, ya que generan optimización del tiempo en la ejecución de algunas tareas y posibilitan la monitorización de otras.

### **3 - Características de las empresas con cultura 2.0**

La empresa 2.0 se caracteriza por tener una estructura plana, en la que cada empleado tiene la posibilidad de aportar sus conocimientos. Este tipo de organizaciones se identifica por el uso de distintas aplicaciones digitales desarrollados on line, tales como blogs, wikis, redes sociales en la que son los mismos usuarios los que pueden utilizar dichas herramientas, no estando ya reservadas para un grupo de entendidos.

Una tarea fundamental para el desarrollo e implementación de herramientas 2.0 es la capacitación en la utilización de la web social, lo que también requiere de nuevos espacios de trabajo adaptados a estas nuevas necesidades.

La utilización de este tipo de herramientas dentro de las organizaciones la convierten en dinámica, ya que el permanente contacto entre sus integrantes permite un crecimiento espiralado.

En cuanto a su aplicación en la comunicación interna, estas nuevas tecnologías permiten la interacción entre los integrantes a partir de la utilización de redes sociales internas, Estas herramientas son de carácter colaborativo y con ellas se genera un flujo de información que es compartido por todos en tiempo real. Esta característica le da transparencia a la gestión y genera horizontalidad en el manejo de la información. Este nuevo estilo de comunicación da más flexibilidad a la estructura a la hora de tomar decisiones.

En cuanto a la comunicación externa y la relación con los clientes, estas herramientas son facilitadoras al momento de darse a conocer, ya que las redes sociales permiten el dialogo directo entre la empresa y sus clientes. Esto facilita el conocimiento del mercado a través del feedback entre empresa y consumidor.

Este nuevo paradigma en la comunicación ha eliminado virtualmente las fronteras de la organización, dado que tanto los integrantes como los clientes tienen la posibilidad de interactuar independientemente del lugar físico en el que se encuentran.

Puede afirmarse que gracias a la incorporación de la tecnología 2.0, no existen fronteras. El trabajador no tiene por qué estar atado a ningún lugar ni espacio físico. La empresa 2.0 da pie al teletrabajo y a una mayor flexibilidad horaria, lo que ahorra costos al negocio.



El surgimiento de las redes sociales también ha modificado los procesos de búsqueda, selección y reclutamiento de personal, puesto que es posible encontrar en redes sociales específicas el perfil que la organización está necesitando.

#### **4 - Comunicación interna 2.0**

La comunicación se encuentra en un proceso de cambio a partir del desarrollo de las nuevas tecnologías y del arribo de la web social con sus herramientas de colaboración, generando además una transformación en la forma en que las personas se relacionan, tanto en el ámbito personal como dentro de las empresas.

Al hacer referencia a este proceso de cambio, se habla de software social o social media interno, una nueva tendencia en comunicación interna, que consiste en trasladar los elementos de la Web 2.0 (wikis, lectores de RSS, microblogging, almacenamiento en la nube, etc.) al interior de las empresas.

La web social es vista muchas veces como algo relacionado exclusivamente con aspectos ajenos al trabajo, más precisamente con el ocio y el entretenimiento, aunque con un uso correcto de las herramientas que provee la web social es posible aumentar la productividad y la cohesión en los equipos de trabajo. La posibilidad de comunicarse, compartir y gestionar archivos de manera conjunta potencia el trabajo en equipo.

El entorno 2.0 brinda la posibilidad de escuchar on line, "en vivo y en directo", las conversaciones que tienen lugar, tanto entre los empleados de una organización, como también entre empleados y clientes, empleados y proveedores, empleados y medios de comunicación, etc., sin la necesidad del desarrollo de herramientas tales como cuestionarios, encuestas, etc.. El acto de escuchar en este contexto es más enriquecedor para entender realmente las motivaciones y las expectativas de los empleados.

Esta escucha activa que permiten las redes sociales hace fundamental el formar parte activa del entorno de las mismas e incorporarse al mundo 2.0 de manera paulatina para lograr los objetivos de mejorar la colaboración personal, el clima laboral y la comunicación.

Las Redes Sociales marcaron un cambio revolucionario en el ámbito personal sino también en el espacio profesional. En la actualidad es posible gestionar e intercambiar el conocimiento de los integrantes de una organización. Es por eso que el próximo objetivo de las empresas es estimular la participación de los empleados en las diferentes herramientas 2.0, debiendo apostar por la implementación de las tecnologías 2.0 a nivel interno, potenciar su uso y la colaboración por parte de todos y llevar adelante la gestión del más importante de los activos que poseen: el conocimiento de sus empleados. Este es un elemento estratégico con el objetivo de permitir a los empleados compartir, descubrir y conectar.

##### **4.1 Por qué es beneficioso crear una red social interna**



Los cambios en los paradigmas comunicacionales tienen un impacto directo en las empresas, dado que sus empleados en el ámbito personal se comunican con SMS, escriben en blogs, comparten videos y participan habitualmente en redes sociales tales como Facebook, My Space.

La comunicación interna que estaba representada por la Intranet se ha visto superada a partir del desarrollo de herramientas tales como wikis, blogs, plataformas de e-learning, foros, pizarras digitales colaborativas o comunidades que potencian la interactividad entre los distintos miembros de una organización.

En especial las redes sociales, como herramientas de comunicación interna, aportan como principal característica la bidireccionalidad, en contraposición a los canales tradicionales de comunicación interna como la revista o revistin y aún la Intranet. Sin embargo, hay que tener especial cuidado en la implementación de las herramientas de colaboración social, desarrollando procesos de adaptación de la Web 2.0 a la cultura de cada organización en particular

#### **4.2. Ventajas del uso de redes sociales como herramienta de comunicación interna**

Siguiendo a Sebastián Cristi (2011) se puede afirmar que "la empresa debería promover su utilización en beneficio del trabajo en equipo y de un mejor ambiente laboral, siempre que se mantenga bajo control.". El mismo autor enumera las siguientes ventajas de la utilización de redes sociales como herramienta de comunicación interna:

##### *1.- Velocidad de Acceso Al Conocimiento*

*La Red Social permite al empleado colocar la información a disposición de todos, también crea instancias para compartir opiniones, ideas y recursos. Ayuda a generar conocimiento acerca de sus demás compañeros y de los nuevos integrantes de la organización, y a detectar fortalezas y debilidades.*

##### *2.- Mejor Comunicación*

*También facilita el diálogo y ayuda a crear confianzas entre colegas locales y de otras áreas o ubicaciones de la compañía. Tiende a constituirse en un canal de noticias y anuncios al interior de la compañía.*

##### *3.- Más sentido de pertenencia*

*El personal se mantiene mejor informado acerca de logros y problemas al interior de la organización, creando una aceptación más comprometida acerca de las situaciones positivas o negativas que afectan a la empresa. Este rompimiento de estructuras burocráticas en la información permite que el empleado comprenda y acepte las razones que motivan los cambios e incluso se involucra en el proceso.*

##### *4.- Incentiva la creatividad*

*Aporta como un medio apto para que los empleados -independientemente de su nivel jerárquico- aporten con ideas, comentarios y logros. Esto significa que el*



*empleado es escuchado y él obtiene un canal transparente que podría llevarle incluso a obtener ascensos al destacarse sobre los demás cuando sus aportes aportan valor. El empleador por su parte aprende a conocer a sus colaboradores y a reconocer ellos.*

#### 5.- Equipos Mejor Estructurados

*Los equipos de trabajo que giran en torno a un proyecto se comunican de mejor forma, comparten y unifican archivos, llevan un "Wiki" y pueden incorporar fácilmente la opinión de especialistas externos. Al mismo tiempo están atentos a los deadlines, el cumplimiento de objetivos y avance de las diferentes fases de desarrollo. El hecho de trabajar con acceso a información fresca, ideas y con una plataforma que incentiva la creatividad y el trabajo en equipo, indudablemente fomenta un trabajo más productivo y un mejor ambiente laboral, generando un lugar en el que todos sus componentes se sienten satisfechos y orgullosos de desempeñarse en una empresa que muestra preocupación por las relaciones internas y abre un canal con el que los usuarios ya están familiarizados y se sienten a gusto.*

### 5 - Dos Casos de Aplicación

En el año 2007 la empresa de seguridad LoJack desarrolló una Intranet multipropósito, con varios objetivos tales como: comunicaciones corporativas, directorio telefónico, biblioteca de documentación de procedimientos, administración de salas de reunión, clasificados internos, noticias de interés general.

A esta plataforma virtual tienen acceso alrededor de 750 usuarios. Para mantener esta plataforma, además de lo referido a la parte técnica específicamente, cuentan con un departamento con una dedicación permanente -no necesariamente exclusiva- que la administra funcionalmente. Asimismo requiere de un mantenimiento regular de toda la documentación operativa especializada que es compartida por los usuarios.

Dentro del Departamento de Comunicaciones Internas se designa un responsable del mantenimiento de así como también en las áreas de RRHH y de Sistemas. Lo importante es que estas personas no se dedican full time a esta tarea dado que cuentan con referentes internos que se dedican a el mantenimiento de sus sectores específicos.

Otro ejemplo en implementación de herramientas 2.0 es la Intranet que BGH desarrolló hace 4 años. Es una versión que le permite ofrecer mayor variedad de contenidos, con más interactividad. Esto posibilita la utilización de la misma en los distintos de distribución y en las Plantas que posee en Río Grande y Tucumán además de ser utilizada en todos los locales que tiene dentro del país.

Esta plataforma ofrece un servicios a sus usuarios que van desde Sala de Reuniones que es posible reservarla on-line, El menú que se ofrece en la semana tanto en la casa central y en las diferentes plantas. Una Mesa de ayuda que les permite a los usuarios gestionar servicios para el Área de Sistemas, la Agenda donde se concentra la información e inscripción



para eventos internos, sorteos, cursos, etc. Las áreas más consultadas son las de Álbumes de Fotos y Sección Aplausos en el que se recogen los reconocimientos de sus pares. Esta sección es muy valorada por los usuarios. La sección de Búsquedas Internas permite a los usuarios postularse para vacantes o recomendar CV de otras personas que no participan de la red.

### 5.1 - Caso Telecom

Telecom sostiene que las redes sociales revolucionaron el ámbito profesional y reconocen la necesidad de gestionar e intercambiar el conocimiento de las personas que forman parte de Telecom de manera diferente.

En este año comenzaron a utilizar herramientas que permitan mantener una comunicación colaborativa entre áreas, con el objetivo de mejorar procesos, innovar y posibilitar el crecimiento de la mano de la participación de todos.

Telecom desarrolló una red social –Tecotwitt-, una plataforma de micromensajería, similar a Twitter, que les permitirá enviar mensajes de texto cortos (hasta 140 caracteres). Para su implementación se les envió un instructivo con las claves para sacar el mejor provecho de dicha herramienta. En el mismo se les explica conceptos básicos tales como que es el Perfil y como completarlo, quienes son los seguidores, haciendo hincapié en que los mismos evalúan la calidad de los tweets, dado que entienden que lo que se dice en Tecotwitt puede resultarles útil y/o atractivo para conocer o para su labor diaria.

Otro aspecto a tener en cuenta es la posibilidad de enviar mensajes privados a los seguidores mutuos, estos mensajes brindan la posibilidad de comunicación instantánea entre seguidores.

El manual contiene explicaciones específicas sobre la estructura de los tweets que son imprescindibles para el manejo de la herramienta. Por ejemplo explican que los tweets se componen de un texto corto que no puede exceder los 140 caracteres. En ocasiones, los mensajes pueden contener enlaces a sitios Web o espacios de intranet (links).

Los tweets funcionan a modo de titular. Son mensajes cortos, atractivos y concretos que permiten comunicarnos de manera ágil con nuestros colegas.

Además, siempre que se pueda, se recomienda utilizar una hashtag simbolizado con el signo # que indicará cuál es el tópico sobre el que se está hablando. Utilizar hashtags nos ayuda a mantener agrupadas nuestras conversaciones por tema. Un ejemplo de utilización de hashtag puede ser: *<Preparate para la Copa Telecom #comunicacioninterna>*

Otro punto importante a mencionar en un Manual de Instrucciones son los enlaces que aportan valor agregado a los tweets. Además ayudan a completar la información que están tuiteando. Por ejemplo, se podría presentar el lanzamiento de un nuevo servicio o la actualización de beneficios mediante un breve tweet:

*<Conocé la promo que estaremos lanzando el próximo lunes <http://intranet/fcnasp/promos/portabilidad=553> #promos>*

*<Esta info nos puede servir para completar el plan de beneficios <http://www.benefits.uk> #capitalhumano\_beneficios>*





Los retweets son tweets de otros usuarios que le parecen interesantes para compartir con los seguidores. Por eso se republican en los perfiles. Para que los demás usuarios puedan hacer un RT de un tweets, el texto debería tener un máximo de 125-130 caracteres (según la longitud del nombre del perfil). Por norma general, deben escribirse con el formato siguiente:

RT + @nombredelperfilretuiteado + texto + enlace + #hashtag

RT @tecnimap2010. Toda la actualidad del evento en Facebook <http://ow.ly/1gCCQ> #tecnimap

La otra opción es presionar sobre el botón retweet que se encuentra debajo de cada tweet.

Otras veces no se desea compartir cierta información con todos. Para esto se cuenta con la opción Mensaje Directo (DM) que permite comunicarse con usuarios específicos o con todos los seguidores sin hacer pública la conversación. Esta herramienta se puede usar mediante la opción mensajes del propio perfil o utilizando el modificador "d" seguido del nombre del usuario al que queremos contactar:

< d martinsilva charlemos hoy a las 16 sobre la encuesta >

Un aspecto muy importante para el correcto funcionamiento de la herramienta es la etapa de evangelización en la que se establecen códigos de conducta o ética que pretenden garantizar una convivencia constructiva entre todos los que participan de Tecotwitt. . En este caso se pueden destacar los siguientes:

**1- Aportá valor.** Conectarte a Tecotwitt no implica tomar al pie de la letra la pregunta "¿Qué estás haciendo?" desde el desayuno hasta la hora de ir a dormir. Cuando pongas un tweet intentá buscar que sean interesantes, atractivos, novedosos. Algunas ideas para twittear pueden ser: iniciativas que impulsen acciones, pensamientos motivadores, logros, desafíos, ideas innovadoras, avances de proyectos.

**2- Entablá conversaciones.** Intentá crear un vínculo con tus seguidores. Tomate tu tiempo para leer y responder a sus comentarios y opiniones. "Escuchar" a tus seguidores es clave para sostener la interacción.

**3- Compartí información.** Cuando alguien que seguís publique un tweet que consideres importante, compartilo. Hacer un retweet demuestra tu reconocimiento al valor que aportan otros usuarios. Tené en cuenta que el volumen de retweets no debería superar el de tus propios tweets.

**4- Tuiteá con frecuencia.** En circunstancias normales se recomienda publicar entre 1 y 10 tweets diarios, excepto cuando se estés participando de un evento interesante para la compañía y tu grupo de seguidores. En estos casos puede ser interesante publicar más tweets.

No obstante, tené en cuenta que no debés saturar el timeline de tus seguidores. No postees muchos tweets uno tras otro. Harás que pierdan su interés en lo que publiques o te reporten por spam.

**5- Seguí a usuarios que aporten valor.** Buscá seguir a personas que te inspiren y que te ayuden a agregar valor a tu trabajo diario. Buscá a compañeros de otras áreas de la organización que tengan tus mismos intereses y seguilos.



**6- *Hacé preguntas.*** Comenzá conversaciones sobre temas de interés para tus seguidores y vos mismo. Esta es una buena práctica que te ayudará a mantener interés en tu perfil y disparar nuevas ideas.

**7- *Usá hashtags (#) para tus tweets.***

*Tus seguidores pueden buscar y filtrar contenido por medio de tus etiquetas. Además son un indicador de los temas de más actualidad en Tecotwitt. En caso de que estés participando de eventos es importante incluir en el tweet el hashtag que haga referencia al mismo.*

**8- *Aprendé a responder a los comentarios.***

*En los casos en que te hagan críticas constructivas, la opción más adecuada es contestar públicamente para mostrar que das respuesta a las opiniones. Si la crítica es negativa, habrá que analizar la queja y responder de forma constructiva.*

**9- *Evitá las temáticas que generen controversias.***

*Los mensajes deberán ser simples y directos, mantener un estilo de comunicación claro, veraz, correcto, exacto y conciso; tratando de evitar la exageración, la conjetura, las conclusiones apresuradas y las observaciones ofensivas o infundadas sobre personas o instituciones. Asimismo deberá evitarse el tratamiento de temas gremiales, políticos o religiosos.*

**10- *Protegé la confidencialidad.***

*Sé responsable al tratar temas que involucran a la Compañía. Respeta las políticas que resguardan la información y siempre que compartas algo, hacerlo en el marco del Código de Conducta y Ética Empresaria del Grupo.<sup>1</sup>*

**5.2 - Caso Oracle**

Oracle, empresa multinacional de software de negocios, ha puesto en marcha su red social propia: Oracle Social Network, red social empresarial que permitirá a los usuarios de negocio trabajar juntos utilizando una amplia suite de herramientas de colaboración.

Oracle Social Network permite a los usuarios encontrar y colaborar con las personas adecuadas dentro de una organización y entre diferentes empresas –proveedores, partners y clientes- utilizando la información procedente del sistema de recursos humanos y de su propia red social privada.

Esta herramienta dispone de varias funcionalidades entre las que están creación de un perfil profesional del usuario, creación y gestión de grupos, al estilo de LinkedIn, dónde compartir intereses y temas de carácter profesional.

Además ofrece otro tipo de funcionalidades como actualizaciones de estado, intercambio de documentos, correo electrónico, alertas de actividad, foros de debate, mensajería instantánea.

---

<sup>1</sup> Manual de Uso de Tecotweet de Grupo Telecom. (2011)



nea y hasta conferencias Web.

Entre las ventajas que ofrece a los profesionales de gestión de talento y recursos humanos es una interacción con su cliente interno, colaborando para planificar la dotación de personal, diseñar programas eficaces de retribución (beneficios e incentivos), fijar objetivos y metas profesionales y otros programas de gestión del talento.

La realidad es que las redes profesionales y sociales cada vez están más integrados en la vida empresarial y además, este tipo de iniciativas acerca a los profesionales de gestión de talento y recursos humanos a su cliente interno, ayudándoles no sólo a planificar la gestión y atracción de profesionales sino también a interactuar más, "conectando" con los profesionales que gestionan empresas en su organización, y les ayuda a conocer más su necesidades y dar mejor respuesta a su cliente interno.

## **6 – Reflexiones finales**

La incorporación del uso de la web 2.0 dentro de la organización, más específicamente la implementación de las redes sociales como medio para promover la comunicación, permite optimizar el acceso a la información por parte de los empleados y se crea un espacio para la generación de diálogo, interacción y nuevos aportes en el cual cada uno puede sentirse escuchado. Al estar todas las áreas de la empresa conectadas a través de las redes se eliminan las estructuras burocráticas, todos pueden conocer tanto los problemas de la empresa como sus logros haciendo que se involucren dentro de los diferentes esquemas que se atraviesan en la organización fundando un mayor sentido de pertenencia.

La implementación de la redes a la actividad laboral incentiva las relaciones internas, mejora la creatividad y el trabajo en equipo, produciendo de esta manera una sinergia que fortalece a la organización.

El cambio de paradigma y el advenimiento de la web 2.0 transformó el valor de las relaciones, la inmediatez de las comunicaciones, el rol activo de cada persona miembro de la interacción, generadores de contenidos y creadores de sentidos nuevos y auténticos, participantes de forma activa de la organización. Es importante destacar que si bien se percibe un cambio de paradigma, es importante que existan una cultura 2.0 para que el uso de las herramientas.

El rol de la comunicación interna es fundamental, y si el desarrollo de nuevas tecnologías la fomenta, es un punto importante a aprovechar. La realidad pone de manifiesto que si la empresa no toma la iniciativa, alguien lo hará por ella y ocupará un lugar en las conversaciones que se llevan a cabo en las diferentes redes sociales. Las empresas deben entender que el cambio de paradigma incluye al control sobre la información y la comunicación. Si reconoces esta nueva característica de la comunicación, los empleados lo verán como un ámbito propicio para la colaboración.

Es por esto que la idea de prohibir el uso de las redes sociales no es lo aconsejable dado



que controlar esto sería contraproducente si pensamos que la mayoría de los empleados cuentan con dispositivos móviles a través de los cuales pueden estar conectados on line con las diferentes redes sociales que ofrece la web 2.0

Partiendo de esta idea de colaboración y analizando las variables "comportamiento", "persona" y "ambiente", es posible afirmar que el éxito del uso de las redes sociales estará directamente relacionado con las características de las personas que forman parte de la organización así como con el ambiente de trabajo. ES imprescindible dispone de empleados involucrados y participativos que sean referentes de su área, que lideren y dinamicen los espacio.

## BIBLIOGRAFÍA

- Cardoso, G. "De la Comunicación de Masa a la Comunicación en Red: Modelos Comunicacionales y la Sociedad de Información". Instituto de la Comunicación UAB Portal de la Comunicación. [www.portalcomunicacion.com](http://www.portalcomunicacion.com)
- Casacuberta Sevilla, D, (2002) "Creación colectiva" .España, Editorial Gedisa,
- Castells, M.(2002) "La era de la información: Economía, Sociedad y Cultura". Madrid, Ed. Alianza.
- Castells, M.(2009) "Comunicación y poder". Madrid. Ed. Alianza.
- Castells, M. "Internet, libertad y sociedad: una perspectiva analítica" [www.uoc.es](http://www.uoc.es)
- Cristi, S. (2022). "Red social al interior de una empresa, las ventajas". <http://www.quioteca.com/e-business/red-social-al-interior-de-una-empresa-las-ventajas/> Consultado Septiembre 2011
- Dibari, V. (2009). "Las Diez Características de la Web 2.0: Internet ha Cambiado ¿y tú?" En <http://vitodibari.com/es/las-diez-caracteristicas-de-la-web-2-0-internet-ha-cambiado-y-tu.html> >, consultado en Julio 2011
- Fernández, E.; Vinyals, M.. " Piscitelli A." Aula abierta. Entrevistas del Portal. [http://www.portalcomunicacion.com/esp/pdf/aab\\_ent/pisc.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/esp/pdf/aab_ent/pisc.pdf)
- Finkelievich S.(2004) "La sociedad civil en la economía del conocimiento: TICs y desarrollo socio-económico". Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales Universidad de Buenos Aires.
- Finkelievich, S., Prince, A.(2006) "Universidades y TIC en la Argentina. Las universidades argentinas en la Sociedad del Conocimiento". Buenos Aires, 2006
- Levis, D. (2009). "La Pantalla ubicua". Editorial La Crujía
- Massoni, S. (2007) "Estrategias: Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido", Argentina, Homo Sapiens ediciones,
- Piscitelli, A. (2002) "Ciberculturas 2. 0. En la era de las máquinas inteligentes". Buenos Aires Editorial Paidós..
- <http://winred.com/internet/las-redes-sociales-y-a-la-creacion-de-nuevos-modelos-de-gestion-del-talento/gmx-niv113-con22820.htm> Consultado en Octubre 2011
- <http://winred.com/internet/las-redes-sociales-y-a-la-creacion-de-nuevos-modelos-de-gestion-del-talento/gmx-niv113-con22820.htm>



[gestion-del-talento/gmx-niv113-con22820.htm](http://gestion-del-talento/gmx-niv113-con22820.htm) Consultado Septiembre 2011

-<http://reyesocialespe.wordpress.com/2011/07/10/redes-sociales-en-el-ambito-empresarial-%C2%BFcomo-gestionarlas-y-articularlas-con-la-comunicacion-interna/> Consultada Septiembre 2011

-<http://mandomando.com/2011/07/20/mejora-la-social-media-interna/> Consultada Agosto 2011

- Reclutando. Net. Oracle lanza una red social para sus empleados. (2011)[http://www.reclutando.net/oracle-lanza-una-red-social-paraempleados/?utm\\_source=feedburner&utm\\_medium=feed&utm\\_campaign=Feed%3A+Reclutandonet+%28Reclutando.net%29](http://www.reclutando.net/oracle-lanza-una-red-social-paraempleados/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+Reclutandonet+%28Reclutando.net%29) Consultada en Octubre de 2011