Capítulo 10

Blogs. Microblogs y comunicación instantánea

Temas del capítulo

- Blogs dentro de la organización
- Comunicación al instante a través de microblogs
- Microblogging horizontal
- Microblogging entre un jefe y sus colaboradores
- Microblogging brinda infinidad de posibilidades

Como se expresara en la *Introducción,* en ningún caso formará parte de este trabajo la explicación sobre cómo se usan las redes sociales o cualquier otra variante de las tecnologías sociales, como blogs, microblogs, etc. Se dará por supuesto que el lector, por ejemplo, sabe cómo utilizar Twitter, solo por mencionar la más conocida de este tipo de redes.

Para analizar los temas del capítulo se debe tener en cuenta que será necesario un diseño aplicable dentro de un ámbito cerrado, la organización. Por lo tanto, implica contar con un software específico que permita la interacción dentro del ámbito de la organización, sobre la base de la aplicación que se desee utilizar.

Blogs dentro de la organización

Blogs y microblogs tienen sobre sus espaldas la fama de que allí las personas cuentan *qué pasa* y que eso solo refleja nimiedades y/o cosas intranscendentes, o, en un

© GRANICA

Blog

Sitio en la Web que se mantiene con entradas o publicaciones regulares de su creador o creadores, según corresponda. Un blog puede ser individual o grupal. El contenido de un blog se puede asimilar a un diario personal o bitácora en la Web, donde el autor cuenta acerca de su propia vida o actividad.

sentido opuesto, que las personas que allí publican lo hacen con un afán de difundir temas a modo de publicidad encubierta. Esto es cierto y sucede en muchos casos. Sin embargo, no siempre es así y no tiene que, necesariamente, ser de esta forma.

En un blog o microblog se pueden transmitir ideas y circunstancias de interés para otros dentro del ámbito laboral.

Fomentar la utilización de blogs internos puede constituirse en una herramienta interesante, siempre bajo la premisa de combinar herramientas dentro de un mismo ámbito o empresa.

Los blogs, usualmente, estarán alojados en la intranet de la organización, en la cual se podría diseñar un apartado específico.

Dichos blogs podrían tener diferentes propósitos, unos relacionados con la organización y otros que no lo estén. Unos pueden contar "lo que pasa" y otros profundizar sobre temas diversos. Todos pueden ser interesantes en la medida en que, como se dijo, se respeten ciertas pautas o políticas fijadas previamente.

Al igual que sobre otras aplicaciones, se sugiere la definición de criterios de utilización antes de su puesta en marcha. Ver capítulos 5 y 8.

Los blogs ofrecen muchas ventajas, por ejemplo, permiten publicar comentarios, ordenar ideas, de una forma más permanente que el envío de mails o correos electrónicos.

Blogs sobre temas organizacionales

Los puede haber de diferente tipo, algunos ejemplos:

- Sobre proyectos que la organización esté llevando a cabo.
- Relacionados con contenidos teóricos, buenas prácticas de una especialidad en particular –por ejemplo, la disciplina que nos convoca, Recursos Humanos–.
- Una persona o área podría crear un blog como una forma de ir exponiendo sus avances, por ejemplo, sobre una investigación o un proyecto que lleva a cabo como parte de sus funciones. En la misma línea, se podría informar sobre ventas, publicidad u otros aspectos que se considere importante que sean conocidos por todos los colaboradores.

- Un colaborador que está realizando estudios universitarios sobre un determinado tema decide compartir los nuevos conocimientos, tendencias, etc., sobre el asunto en cuestión en un blog organizacional.

Los blogs, al igual que los microblogs, también cuentan con seguidores. Se expondrá este concepto más adelante.

Ejemplo de un blog sobre Recursos Humanos

Una empresa ha definido un nuevo plan estratégico para los próximos cinco años. Como parte del mismo decide revisar o rediseñar, según corresponda, su modelo de competencias.

Frente a esta situación, Recursos Humanos podría crear un blog para contar *lo que está pasando* en relación con ese proyecto, comenzando por explicar el cambio de estrategia y cómo se relaciona con ella el modelo de competencias y continuando con un detalle día a día o semana a semana de los avances al respecto.

Los seguidores podrían comunicar sus dudas sobre la estrategia, o sobre el modelo de competencias, o dar sus opiniones al respecto. Según la índole de las preguntas y comentarios, se les iría dando respuesta, ya sea desde Recursos Humanos o bien desde la Dirección General.

Blogs sobre temas no organizacionales

Dentro de la intranet de la organización, muchas empresas fomentan las actividades extracurriculares de todo tipo, deportivas, solidarias, hobbies personales[1], etcétera.

En esta línea de temas, una persona podría crear un blog sobre cocina, jardinería o cualquier otro tema de su interés y que, a su vez, desea compartir con otros, dentro de la organización en la cual se desempeña. Eventualmente, podría relacionarlo con el desarrollo de una competencia, si esto fuese pertinente. Las actividades extracurriculares, los deportes y los hobbies desarrollan competencias diversas; por esta razón, con frecuencia, tienen un lugar dentro de la intranet.

1 Para los interesados en conocer más sobre estas buenas prácticas, se sugiere la lectura de la obra *Desarrollo de talento humano,* Nueva Edición (Ediciones Granica, Buenos Aires, 2008) y *Las 50 herramientas de Recursos Humanos que todo profesional debe conocer* (Ediciones Granica, Buenos Aires, 2012).

© GRANICA

Como se explicara en el Capítulo 8, por ejemplo, desde la *Gerencia de Social Media* se debería controlar que los blogs no contengan información que pueda molestar a otras personas, o que implique comportamientos no éticos, reñidos con las buenas costumbres, faltas de respeto, discriminatorios o situaciones análogas no adecuadas. Con estas únicas excepciones, los temas propuestos deberían ser abiertos. Cada colaborador debería poder elegir libremente la temática a tratar en su blog.

Comunicación al instante a través de microblogs

Microblog

Se trata de mensajes cortos (por ejemplo, 140 caracteres o menos) enviados a un grupo de seguidores.

Ejemplo más conocido: Twitter.

Microblogging

Conectividad al instante a través de micromensajes.

Las redes sociales basadas en la transmisión de mensajes breves han tenido una rápida expansión y son profusamente utilizadas por personas de índole diversa. En esta parte de la obra se verán algunas ideas de posibles aplicaciones internas.

Como se ha comentado, los diseños internos serán de utilidad en empresas con gran número de colaboradores. Para la exposición de los temas de este capítulo me he basado en una red social de microblogs existente, de uso público.

La conectividad, como se viera en el capítulo *Social media y su influencia en la vida cotidiana de las personas,* requiere que las personas tengan acceso constante a la Red mediante algún dispositivo que lo permita.

Por lo tanto, los temas de este capítulo serán aplicables en organizaciones donde los colaboradores dispongan de ese tipo de facilidades. Implica contar con la posibilidad de diseñar redes de microblogs internas para ser utilizadas en teléfonos inteligentes o tablets o a través de un ordenador.

Una red social interna de microblogs cubriría, especialmente, la comunicación interna entre grupos numerosos, especialmente cuando dichos equipos deban trabajar de manera coordinada y a distancia. Por ejemplo, equipos de ventas, de logística, igualmente jefes a los cuales reportan muchos colaboradores, dispersos entre sí, y otras situaciones similares.

La comunicación podrá darse en todas las direcciones. Se verán en las páginas siguientes algunas opciones posibles.

Microblogging y los seguidores

Otra de las principales características de este tipo de redes es que mediante ellas una persona emite un mensaje que es recibido de manera instantánea por un grupo de individuos, que son sus seguidores. En el caso que nos ocupa, tanto el emisor como sus seguidores pertenecerán a la misma organización.

Seguidores (Followers)

Usuarios de una red social que reciben al instante información proveniente de otra persona a la cual decidieron 'seguir'.

El término se utiliza, generalmente, en relación con los microblogs.

Seguidores de seguidores (Followers of followers)

Usuarios de una red social que reciben al instante información proveniente de otra persona que a su vez es 'seguidora' de una tercera.

Esta circunstancia les permite, si así lo desean, transformarse ellos mismos en seguidores de esta última.

El desafío del mensaje breve

Como surge de la definición dada en párrafos previos, un micromensaje cuenta con hasta 140 caracteres, incluyendo los espacios. Por lo tanto, es un mensaje corto, en el cual se debe exponer una idea en pocas palabras.

La forma en que las personas utilizan los micromensajes es diversa. Están los que escriben con abreviaturas; los que dejan de lado la ortografía, mayúsculas, puntos y cualquier otra regla existente al respecto, y –los menos– quienes se expresan con propiedad en pocas palabras.

Desde ya, se está proponiendo una comunicación instantánea, por lo cual, y solo atendiendo al sentido común, no parece lógico utilizar mucho tiempo en construir frases elaboradas. Sin embargo, tampoco es recomendable caer en el otro extremo. En todo momento debe cuidarse el uso adecuado del idioma y, como mínimo, escribir sin faltas de ortografía.

En resumen, el desafío será escribir mensajes cortos que transmitan una idea concreta, respetando las reglas básicas del idioma.

Microblogging y los distintos dispositivos disponibles

En una organización, como en cualquier otro ámbito, pueden coexistir diferentes tecnologías informáticas y de comunicación. Incluso muchas personas pueden utilizar más de una de las variantes posibles.

A continuación se expondrán dos figuras con diseños similares a los existentes en materia de microblogs, uno utilizable en un teléfono digital, el otro en una pantalla

© GRANICA

de ordenador portátil –notebook o netbook–, o en una computadora de escritorio. También podría implementarse en tablets u otros dispositivos que lo permitan.

En una organización podrán utilizarse de manera combinada cualquiera de los dispositivos mencionados u otros donde sea posible estar conectado de manera permanente a la red diseñada a tales efectos. Además, una misma persona podrá disponer tanto de un teléfono inteligente como de un ordenador, solo por mencionar dos ejemplos.

Microblogging a través de un teléfono inteligente

En la figura al pie se expone un esquema simplificado de una red social a través de micromensajes, también denominados *tweets*.

En la pantalla pequeña (de la figura) se expusieron tres mensajes breves. Usualmente es posible ver solo unos pocos y, bajando por la pantalla, visualizar los restantes.

Escribir un micromensaje en un teclado pequeño es una invitación a no ser tan preciso en la utilización del lenguaje. Como en esta obra las aplicaciones analizadas están referidas a contextos organizacionales, ya señalamos que, si bien no se propone una escritura elaborada, tampoco parece adecuado escribir con errores de ortografía flagrantes.

Microblogging a través de un ordenador

En este punto he resumido ordenadores portátiles y tablets. Sin bien sus prestaciones son diferentes, en este caso son similares.

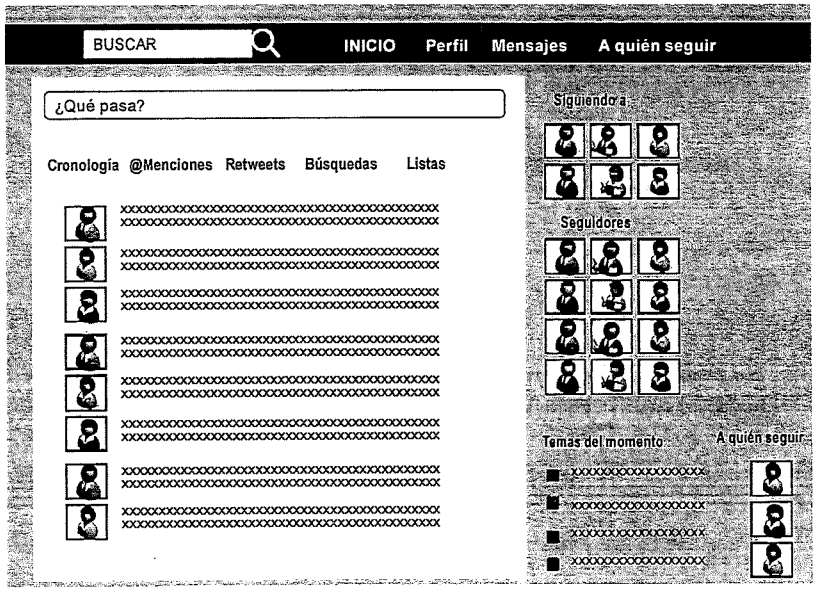
En la figura expuesta a continuación se muestra, igualmente que en el caso anterior, un esquema simplificado basado en una red de utilización pública. Otros diseños son posibles.

En la imagen se expone un mayor número de mensajes. Asimismo, pueden verse tanto las personas a las cuales se sigue como a los propios seguidores.

Dado que se trata de una red interna, se podrán sugerir temas de debate, y promover ciertos eventos. En esto se podría inferir un uso análogo de las redes sociales que se verá en el capítulo siguiente.

Las dos variantes expuestas tienen características similares:

- Los mensajes se visualizan a partir del último. Por lo cual, si el emisor escribió varios mensajes sobre el mismo tema, estos deberán leerse de abajo hacia arriba para entender su correlación.
- Los mensajes se pueden "reenviar" (*retweets*).
- Es posible, a su vez, responder a los mensajes.



© GRANICA

- Cuando otras personas respondan a un mensaje propio o reenvíen mensajes del titular, este puede verlos en la sección "menciones" o "interacciones". Usualmente esta sección en la pantalla se ubica con la letra arroba (@).
- Es posible realizar búsquedas diversas, organizar listas, etcétera.

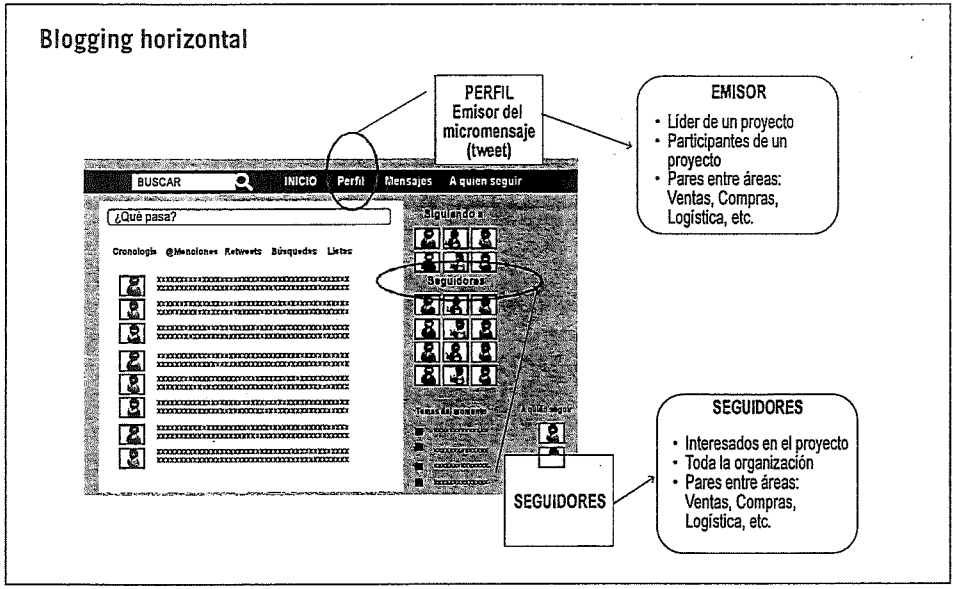
Microblogging horizontal

Las variantes posibles de utilización de este tipo de comunicación instantánea son diversas; solo se expondrán algunos ejemplos. Cada organización deberá analizar las opciones más adecuadas de acuerdo con su estructura y necesidades.

En la figura siguiente se desea solo expresar la idea de que hay múltiples opciones de redes de comunicación.

A continuación ejemplos de microblogging horizontal:

- Un área –por ejemplo, Producción– lleva adelante un proyecto. Del mismo participan integrantes de diferentes áreas, continuando con el ejemplo, Mercadeo, Sistemas, Recursos Humanos, Social Media, Logística, un representante de cada una de las fábricas de la compañía, etcétera.



Posibles opciones:

- El líder del proyecto podría ser un emisor y todos los participantes sus seguidores.
- Se podría designar un vocero o comunicador del proyecto, y todos los colaboradores serán sus seguidores, por lo cual toda la organización seguirá paso a paso los avances del proyecto.

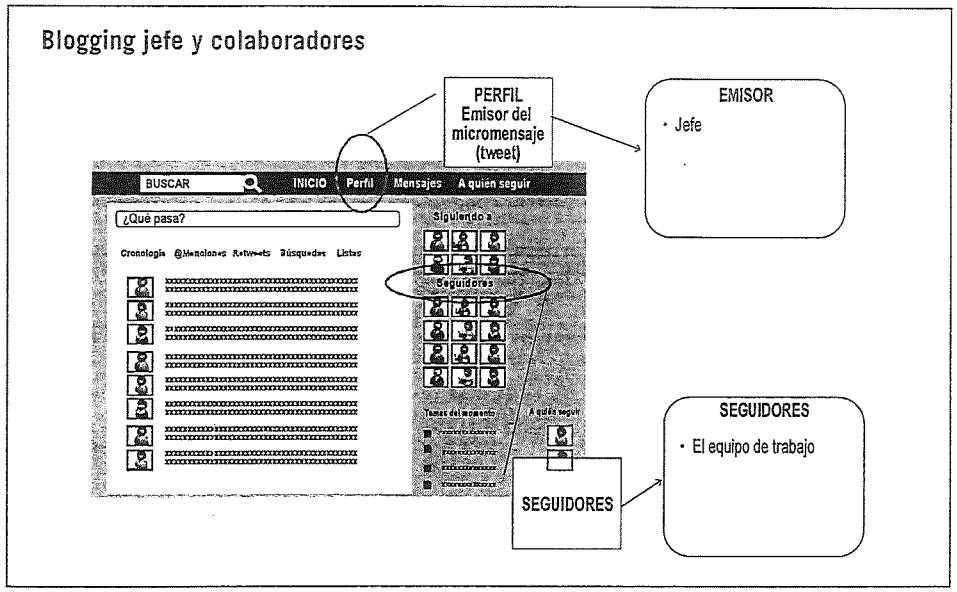
- Comunicación entre integrantes de un área. En la figura se ponen como ejemplos las de Ventas, Compras y Logística. En este caso todos los integrantes son emisores y seguidores e intercambian información sobre las novedades cotidianas de su gestión.

Microblogging entre un jefe y sus colaboradores

Una de las mayores preocupaciones de los jefes, gerentes o directivos de empresas con muchos colaboradores y, muchas veces, dispersos geográficamente, es la comunicación con sus equipos de trabajo.

Este tipo de red social podría ser una forma de comunicación y, al mismo tiempo, de motivación permanente entre un jefe y sus colaboradores.

La idea se expresa en la figura siguiente.



© GRANICA

Posibles usos desde la mirada del jefe

La utilización de microblogs internos puede tener múltiples aplicaciones. Desde la mirada del jefe, entre otros usos, se pueden mencionar los siguientes.

El jefe podrá tener en secuencia sus propios mensajes enviados, así como todos los recibidos de parte de sus colaboradores.

A su vez recibirá, bajo la denominación de "menciones", aquellos mensajes de sus colaboradores donde se lo menciona y podrá analizar la opción de, eventualmente, responderles. En cualquiera de las opciones mencionadas, la comunicación será de manera instantánea.

Adicionalmente, y cuando sea oportuno, podrá "reenviar" (*retweets*) mensajes recibidos, tanto de sus colaboradores como de su propio jefe u otras personas de la propia organización.

Posibles usos desde la mirada del colaborador

Al igual que en el punto anterior, la aplicación de los microblogs puede ser múltiple. Desde la mirada del colaborador se pueden mencionar las siguientes.

El colaborador podrá tener a mano los mensajes de su jefe, los cuales podrá leer a partir del último; si el jefe emitió varios mensajes sobre un mismo tema, podrá visualizarlos todos juntos, siempre leyéndolos en un orden de abajo hacia arriba.

Podrá responder mensajes, los cuales solo serán leídos por su jefe. También, leer bajo la denominación de "menciones", aquellos mensajes de cualquiera de los integrantes de la red en el cual se lo mencione.

Igualmente, podrá "reenviar" (*retweets*) algunos mensajes cuando lo considere oportuno.

El microblogging brinda infinidad de posibilidades

Una vez que las redes sociales internas con el formato de micromensajes (microblogging) estén difundidas y la mayoría de los colaboradores participen en ellas, se podrá comenzar a utilizar este canal como parte de acciones específicas tanto desde los jefes, como del área de Recursos Humanos, según se considere en cada caso.

Al igual que se ha comentado en otros capítulos, los ejemplos mencionados representan solo algunas de las opciones posibles. Mi propósito es que el lector, a partir de estos casos, genere los propios, que podrán coincidir o no con los aquí expuestos. Doy por seguro que los ejemplos que el lector elabore a posteriori serán más ricos en sustancia y, a su vez, estarán relacionados con su propia actividad.