

Comunicación interna en la era de las redes sociales virtuales

Con el ingreso de las nuevas generaciones a las empresas, se incorporan las herramientas de comunicación de los más jóvenes, como Twitter, blogs y otras opciones que brinda Internet.

Por CARLOS TOPPAZZINI
18 de julio de 2010

Twitter, blogs, redes sociales y otras herramientas 2.0 surgidas del mundo usuario de Internet están ingresando a las empresas e impactan directamente en las comunicaciones internas.

"Esas herramientas aparecen casi naturalmente en las compañías por el ingreso de nuevas generaciones laborales. Porque el concepto 2.0 es más que tecnología.

Es una cultura que crecerá con la evolución del personal, cuando los jóvenes profesionales de hoy, usuarios de estas herramientas, sean gerentes en 10 años", explica **Alejandro Formanchuk**, presidente de la **Asociación Argentina de Comunicación Interna**.

Según el "2009-2010 Communication ROI Study", realizado por la consultora Towers Watson entre 328 compañías del mundo, el 65% planeaba incrementar el uso de redes sociales este año como parte de su estrategia para comunicarse más efectivamente con sus empleados.

"El paradigma de comunicación cambió. Afuera de la organización, los empleados se comunican con SMS, escriben en blogs, postean videos, participan de redes sociales.

Esa es la tendencia y las empresas se adaptan para utilizarla internamente", apunta **Lorena Gregori**, gerente de **Desarrollo y Comunicaciones Internas de Ernst & Young**.

Según **Alejandro Acevedo**, socio de **Talent Search**, "estas herramientas permiten mayor rapidez en la comunicación de documentación interna, mejoran el trabajo en equipo, reducen costos y tiempos en coaching o en recolección de opiniones. Y, además, aumentan el interés y la

motivación de los usuarios que encuentran un espacio virtual horizontal y democrático donde sus opiniones pueden ser escuchadas".

Desarrollos propios

Hasta el momento, las herramientas más usadas son wikis, blogs, plataformas de e-learning, foros, pizarras digitales colaborativas, comunidades en redes sociales, sitios de difusión de información textual o video.

"Empleamos wikis internas o blogs, pero también un desarrollo propio multicanal que trabaja a través del chat, twitter, mail, SMS, etc. y con el cual un usuario hace una pregunta que llega directamente al experto en el tema. Preguntas y respuestas se almacenan en una wiki para su posterior consulta", destaca **Alejandra Clavel**, gerente de RR. HH. de **Snoop Consulting**.

Laura Franco y **Natalia Fraga**, de **Huddle Group**, explican que "todo el funcionamiento de la empresa se apoya en tecnologías de colaboración digital. Además, para la comunicación directa, sumamos herramientas como MSN, Skype, Gtalk y creamos el Daily Mood, un desarrollo que encuesta el estado de ánimo de cada integrante y permite sacar un pulso del clima de la empresa en cualquier momento".

"Convertimos a la Intranet en una herramienta colaborativa con blogs, foros, comunidades y suscripciones por mail y RSS", señala **Florencia Poiron**, gerente de Intranet de **Santander Río**. "Contamos con blogs para la comunicación entre la red de corresponsales, para impulsores de la vida saludable, para fanáticos de la Copa Libertadores y varias comunidades de alumnos y egresados de la universidad corporativa", afirma.

Por su parte, **Lorena Gregori** cuenta que desarrollaron un diario deportivo digital con información interna y otra herramienta que sirve para que los empleados compren y vendan artículos propios entre ellos: "Además, utilizamos la herramienta de webcast para informar temas relevantes".

Lo cierto es que la tecnología no frena su desarrollo y está disponible para quienes sepan aprovecharla para llegar a sus empleados. Así, wikis, blogs y redes sociales se convierten en nuevas herramientas, para nuevos trabajadores.

Fuente:

http://www.ieco.clarin.com/economia/Comunicacion-interna-redes-sociales-virtuales_0_150300013.html