



El camino hacia la empresa 2.0

María Ruth Gamero Tinoco
Telefónica I+D

Tras la popularización del término “web 2.0” acuñado por O’Reilly Media en 2004 para referirse a una segunda generación web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, han surgido en torno a él otros términos “2.0” que hacen referencia a la aplicación de su filosofía a diferentes ámbitos. Por supuesto, la empresa ha sido uno de ellos.

La aparición de plataformas simples y libres para la expresión de opiniones, ideas y conocimiento entre las que se encuentran los blogs, los wikis o las listas de distribución así como el surgimiento de estructuras que se construyen en colaboración en lugar de ser impuestas y finalmente la posibilidad de crear orden desde el caos, gracias a los tags, las folksonomías o los RSS son las tendencias que posibilitan la transición hacia esta denominada “empresa 2.0”.

En la actualidad hay un conjunto ya asentado de herramientas que han facilitado el trabajo en grupo y la comunicación en las organizaciones, de hecho se han hecho imprescindibles para nuestro trabajo. Se puede decir que conforman la base tecnológica de lo que podríamos denominar “empresa 1.0”. Herramientas como el correo, la mensajería instantánea, la intranet, los gestores de contenidos, los gestores de conocimiento, etc. han venido a ofrecer un soporte muy valioso a todos estos procesos de colaboración aunque también presentan sus puntos débiles: las intranets no están todo lo ac-

tualizadas que deberían, en parte por el número limitado de autores, en parte por los, a veces, largos procesos de revisión de las mismas; los gestores del conocimiento presentan taxonomías prefijadas y poco flexibles y la publicación de documentos implica largos flujos de trabajo, etc. Pero no hay duda de que esta base tecnológica ha sido imprescindible para este siguiente paso.

La llegada de las tecnologías web 2.0 y la incorporación de los mecanismos de trabajo de los ciudadanos en la red a la empresa es lo que ha configurado el concepto de empresa 2.0. Su base tecnológica parte de la mejora de las herramientas anteriores: el correo, la mensajería instantánea (que incorpora, por ejemplo, la gestión de presencia), la intranet que presenta mejoras en los mecanismos de búsqueda, los gestores de conocimiento mejorados con buscadores y tags, etc. Pero sobretodo se incorporan herramientas nuevas del mundo Internet. Entre ellas, las más extendidas son:

- **Los Blogs**, que son utilizados tanto en proyectos (con grupo cerrado de personas, facilitando el seguimiento de las conversaciones y actuando como un repositorio de datos, material y conversaciones) como con fines divulgativos e informativos.
- **Los Foros de discusión**, orientados a la respuesta de preguntas, con un moderador y mecanismos de suscripción a listas de correo.
- **Los Wikis**, utilizados fundamentalmente para dar soporte en proyectos, facilitando la elaboración de documentos y glosarios en grupo.
- **Los mecanismos de sindicación de contenidos**, principalmente agregadores tipo RSS. Su principal cometido es proporcionar un mecanismo que permita capturar con inmediatez temporal los hechos relevantes que

suceden para cada empleado. Esto incluye tanto la difusión de eventos que suceden en los proyectos (reuniones, novedades, congresos relacionados,...) como la notificación de cambios en aquellas partes del proyecto en los que cada participante está interesado.

- **Los Podcasts**, archivos de sonido o audio que se distribuyen mediante suscripción a los usuarios y que facilitan la distribución de la información sobre proyectos, o aspectos relevantes de la empresa, siendo una excelente herramienta de comunicación empresarial.

Por dar una referencia del mundo académico según Andrew McAfee, profesor de Harvard Business School, la base tecnológica de la empresa 2.0 incluye 6 elementos. Él utiliza el acrónimo de SLATES (search, links, authoring, tags, extensions, signals) para referirse a esas nuevas tecnologías y herramientas. En su artículo *"Enterprise 2.0: The Dawn of Emergent Collaboration"* comenta además que el hecho que posibilita la transición hacia la denominada empresa 2.0 es la convergencia de tres tendencias principales:

- La aparición de plataformas simples y libres para la expresión de opiniones, ideas y conocimiento, tal y como se ha comentado anteriormente.
- El surgimiento de estructuras que se construyen en colaboración en lugar de ser impuestas cuyo ejemplo paradigmático es el de la Wikipedia y Nupedia: interesante caso que subraya el gran peso que tienen los procesos de revisión y las estructuras burocráticas en la creación de conocimiento de manera colectiva.
- Y finalmente la **posibilidad de crear orden desde el caos**. Gracias a los tags, las folksonomías, las RSS, etc.



(Ejemplo de Blog en
Telefónica I+D)

CASO NUPEDIA

Nupedia fue un proyecto de enciclopedia en línea. Sus creadores esperaban que se convirtiera en la mayor enciclopedia de la historia, debido a sus características esenciales: contenido abierto, gratuito, libertad de distribución, rigurosa revisión por iguales, internacional, libre de prejuicios. Debido al lento avance del proyecto causado por su burocrático proceso de validación de artículos, se creó Wikipedia, con el fin de crear rápidamente artículos que pudieran ser luego revisados por expertos para ser incluidos en Nupedia. La nueva enciclopedia ganó impulso propio atrayendo a los colaboradores de Nupedia y de GNUpe-dia, otro proyecto similar y el éxito de aquel "pequeño proyecto paralelo" terminó eclipsándola, quedando pronto sin financiación. Finalmente, Nupedia fue abandonada en favor de Wikipedia.

Pero según McAfee para que la empresa 2.0 tenga éxito es preciso además de desplegar una plataforma común que funcione como infraestructura colaborativa, poner en marcha las herramientas, primero de manera informal y sobre todo fomentar una cultura receptiva para abrir el camino a las nuevas prácticas que permiten esas tecnologías. No hay duda de que para todo esto resulta crucial el liderazgo y el so-



porte desde la dirección. McAfee relata la anécdota de que en un curso sobre esta materia impartida a 50-60 directivos de empresa, solo consiguió que 15 de ellos escribieran algo en un blog pese a lo simple y trivial que resulta: “es verdad que sólo lleva 5 minutos, pero no tengo tiempo para perder en un blog” era la respuesta habitual.

Y es que en la empresa 2.0 las personas son las protagonistas, las aplicaciones son útiles en tanto las personas las usan, pues el valor lo aportan ellas.

En resumen, puede afirmarse que la revolución tecnológica se ha producido o se está produciendo en el seno de las empresas. Se están incorporando herramientas de la web 2.0 y están teniendo éxito porque estas herramientas sirven de soporte al trabajo, a la generación de conocimiento y por lo tanto son utilizadas. El problema en la versión 1.0 es que muchas herramientas estaban orientadas a capturar el conocimiento una vez generado, con lo que el “trabajador del conocimiento” tenía, una vez generado, que incorporarlo a estas herramientas, y eso era un doble trabajo.

En esta nueva generación las herramientas eliminan la complejidad en la publicación de contenido online y ofrecen interfaces simplificadas que facilitan tanto la publicación como la recuperación de información. No se trata de republicar información en blogs y wikis, si no de adoptar estos como soporte para muchas de nuestras actividades actuales, de mover a la red cosas que ahora hacemos de forma independiente en cada uno de nuestros ordenadores. No hay complejidad ni esfuerzo añadido y por eso funciona.

Las tecnologías web 2.0 pueden capturar el conocimiento tácito en las empresas al servirle de soporte, pero para ello es preciso que antes triunfe el equivalente a “la revolución social”

Y es que en la empresa 2.0 las personas son las protagonistas, las aplicaciones son útiles en tanto las personas las usan, pues el valor lo aportan ellas.

que ha triunfado en el mundo Internet con su “revolución web 2.0”. En términos empresariales esta revolución se traduce como la reducción del control sobre la creación y la compartición del conocimiento ya que ello hará que exploten los contenidos publicados.

En la empresa tiene que darse un cambio de este estilo: las personas tienen que aprender a “auto-gestionar-controlar” sus contribuciones. Al principio puede comenzarse con ciclos de revisión hasta que las personas aprendan a trabajar bajo esta filosofía.

No cabe duda de que este camino no será corto: hablando en términos de Internet, en este momento sólo entorno al 10% de los internautas utilizan las herramientas 2.0¹ por lo que es previsible que en el campo de la empresa no todas las personas estén preparadas o dispuestas a adoptar este rol de participante activo.

De lo que no cabe duda es de que la empresa es y será una palanca de gran importancia para la sociedad al ser un vehículo que ayude a sus trabajadores a participar bajo este nuevo paradigma de creación colectiva de conocimiento y de aprendizaje continuo, camino que se abre ante nosotros porque la tecnología hoy en día nos lo hace posible.

Bibliografía

ANDREW P. McAFFE, 2006. “Enterprise 2.0: The Dawn of Emergent Collaboration”. MITSloan Management Review.

FUNDACIÓN TELEFÓNICA. “La Sociedad de la Información en España 2006”.

¹ Telefónica 2006. Informe de Sociedad de la Información en España en 2006. Este dato se presenta como una estimación según el porcentaje de uso de los servicios 2.0 utilizados en España por los internautas entre los que se encuentran la lectura y creación de blogs y la pertenencia a una red social.