

UNITAT DE CONEIXEMENT

Web 2.0 i món laboral

"Els individus dins una organització mai saben tant com la xarxa que formen entre tots"

Zia Khan

Sumari

Què és? _____	1
Eines _____	2
La dada _____	4
Guia de Treball _____	4
L'experiència _____	5
Materials _____	6
Bibliografia bàsica _____	6
Materials en línia _____	7

Què és?

- ✓ El terme **web 2.0** defineix la recent eclosió d'un model de comunicació a Internet basat en la col·laboració entre comunitats d'usuaris per tal d'intercanviar i generar informació de forma col·laborativa en un context que afavoreix la creació de xarxes socials.
- ✓ L'antic model (o web 1.0) es basava en un model **vertical** de comunicació: les pàgines oferien continguts que els visitants podien consultar. Per contra, el model web 2.0 és **horitzontal**: els propis usuaris es converteixen en els creadors o ordenadors dels continguts.
- ✓ L'adaptació al món laboral d'aquest nou model crea **empreses 2.0**: organitzacions que usen els recursos i les pràctiques del web 2.0 per tal d'integrar-los en el seu model de negoci mitjançant nous processos d'interacció. Les aplicacions d'aquest model es deixen sentir en àrees com:
 - Una **gestió interna del coneixement** basada en documents col·laboratius i informació etiquetada (*tags*)

- Una **gestió de projectes** mitjançant eines d'organització, prioritització i seguiment de tasques que eliminen el factor distància geogràfica dels grups de treball
- Una **relació externa** amb els clients i els *stakeholders* basada en la retroalimentació constant i la transparència. Àrees com la comunicació externa o la investigació de mercat es beneficien de les possibilitats ofertes pel web 2.0 en tant que situen en primer terme les inquietuds i opinions dels clients externs

Eines

El concepte web 2.0 engloba una pluralitat de recursos que tenen en comú l'accent en la comunicació horitzontal i el component social. Algunes d'aquestes eines són:

- ✓ **Blogs o bitàcoles:** diaris interactius personals a Internet on cada article té data de publicació de manera que permet una lectura seriada i la subscripció als seus continguts. Els *blogs* corporatius, per la seva transparència i immediatesa, són una bona eina per comunicar-se amb els clients i els *stakeholders*. També són apropiats per comunicar els avanços d'equips que treballen en projectes punters ja que trenquen el model comunicatiu basat en la **notificació final**, permetent una comunicació **en temps real** de progressos parcials i un *feedback* instantani a través dels comentaris dels lectors.
- ✓ **Intel·ligència col·lectiva:** dins aquesta secció hi trobem tots els recursos que permeten la generació o organització col·laborativa d'informació. Per exemple:
 - **Wikis:** textos generats de manera col·lectiva per múltiples contribuïdors amb control de revisions i aportacions. L'exemple més conegut és l'enciclopèdia col·lectiva *Wikipedia*. Els *wikis* poden usar-se a les organitzacions per **documentar processos complexes**, plasmar coneixements informals o permetre als clients documentar funcionalitats
 - **Etiquetatge col·lectiu:** consisteix a categoritzar la informació de manera col·lectiva. Això es realitza mitjançant l'adjudicació d'**etiquetes** (*tags*) a les unitats d'informació. El sumatori de totes les decisions d'etiquetatge individuals sol resultar en una categorització molt ajustada de la informació que permet la seva recuperació ràpida mitjançant recerques. És molt útil per classificar de manera efectiva grans quantitats d'informació
 - **Votació col·lectiva:** eina que permet prioritzar la rellevància de la informació mitjançant un sistema de votació. Les unitats

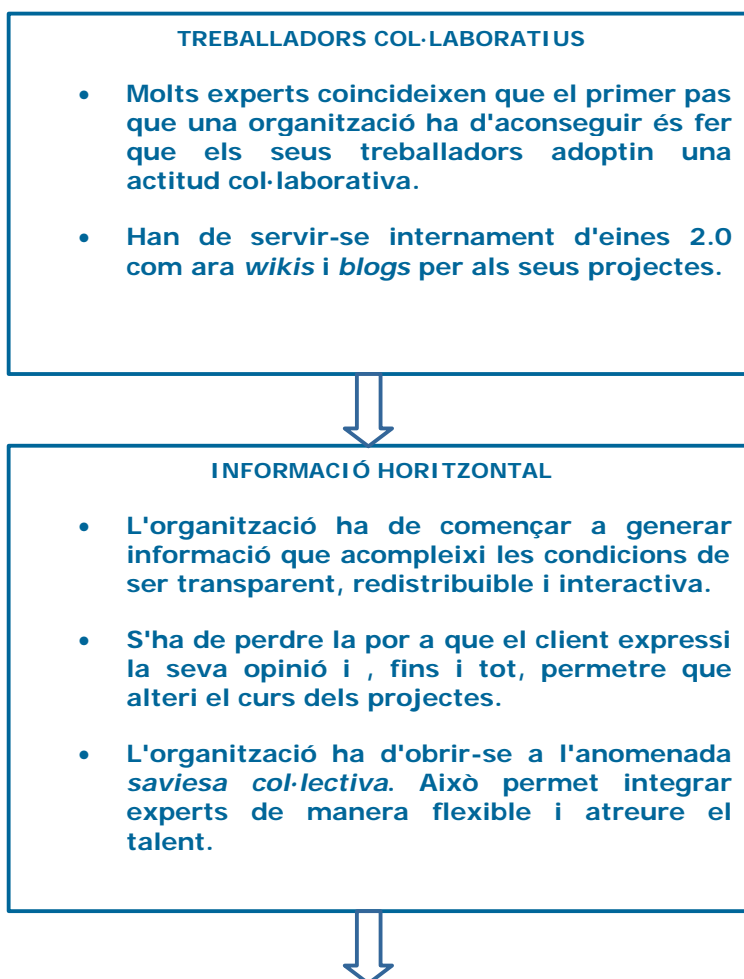
d'informació més votades apareixen en primer lloc. És un model adaptat de la pàgina Digg (<http://digg.com>)

- **Col·laboració oberta:** permet obrir l'organització a contribucions externes. Per exemple, l'empresa minera *Goldcorp* va publicar totes les dades geològiques de les seves mines i va oferir una recompensa a la persona que estimés amb més precisió on podien trobar-se nous jaciments. Més de 1.000 contribuïdors de 50 països van participar-hi amb grans resultats. *Procter & Gamble* ha decidit rebre el 50% de les idees per a nous projectes a través d'investigadors externs. Enlloc d'*outsourcing* es parla de **crowdsourcing**: alliberar els projectes a la intel·ligència col·lectiva de les masses. El sistema operatiu Linux és l'exemple més reeixit de l'èxit de la col·laboració oberta
- ✓ **Xarxes socials:** serveis que permeten la integració dels individus com a nodes components d'una xarxa de relacions estructurades al voltant de la comunicació digital. Les més conegudes són les generalistes com *MySpace* o *Facebook*. Tanmateix, hi ha xarxes especialitzades en el món organitzatiu que permeten la creació de **perfils professionals** i l'organització en funció d'**interessos laborals** com ara *LinkedIn* (<http://www.linkedin.com>) o *Xing* (<http://www.xing.com>). Aquestes xarxes creen un capital social molt important per al desenvolupament de carreres, i organitzacions de software de selecció com *Oracle* o *SAP* les han integrades com a eina per a identificar i captar nous talents. Les xarxes socials també permeten que els clients creïn comunitats al voltant dels productes.
- ✓ **Gestió de projectes:** eines que faciliten el seguiment *online* de l'evolució d'un projecte col·lectiu mitjançant l'adjudicació de tasques i el registre temporal de les diferents fites i avenços. A Internet, hi ha serveis que ofereixen aquestes funcionalitats de manera accessible com ara *Zoho Projects* (<http://projects.zoho.com>) o *Basecamp* (<http://www.basecamp.com>).
- ✓ **Sindicació d'informació:** consisteix en la redistribució de la informació generada per l'organització en un format que permeti la seva agregació de manera simple en d'altres pàgines alienes a l'organització. El format més estès és el **RSS** (*Really Simple Syndication*) que permet compartir i integrar informació (textos, vídeos, podcasts d'audio, etc.) de manera que s'actualitzi en el temps. Si l'organització ofereix la seva informació (comunicacions, vídeos, nous productes, etc.) en un format sindicable permet que es produeixi una **redistribució viral** de la informació. Aquest principi s'ha verificat en el camp del **màrqueting**. L'agregació d'informació també permet crear **mash-ups**: combinacions de dues tecnologies per integrar la informació. Per exemple, és possible integrar les àrees de vendes amb la informació rebuda de Google Maps.

La dada

Un estudi realitzat per *The McKinsey Quarterly* el gener de 2007 entre 2.847 executius de tot el món mostra que el 75% té la intenció de mantenir i potenciar les seves inversions en tecnologies del web 2.0. Només el 13% està descontent amb el retorn de les inversions en aquest sector. El 70% usa alguna d'aquestes tecnologies per comunicar-se amb els seus clients. Una cinquena part fa servir *blogs* per millorar l'atenció al client i rebre el seu *feedback*. La majoria creu que l'impacte real i els avantatges competitius de la inversió i l'adopció primerenca d'aquestes tecnologies es veuran en els propers anys.

Guia de Treball



ORGANITZACIÓ 2.0

- La suma d'una gestió interna de processos col·lectiva i unes relacions externes horitzontals resulten en una organització 2.0.
- S'ha d'adoptar les eines 2.0 que s'adaptin al nostre model de negoci i necessitats. No convé repetir el model de la primera bombolla d'Internet on moltes organitzacions invertien perquè era el que tothom feia.

L'experiència



- ✓ *Second Life* (<http://secondlife.com>) és un **món tridimensional virtual** on les persones controlen un personatge, un *avatar*, que és la representació digital d'elles mateixes. El visitant de *Second Life* no té reptes i fites predeterminades com en els videojocs tradicionals. Simplement existeixen dins un món digital on poden interactuar amb d'altres persones.
- ✓ Aquestes possibilitats d'interacció i els més de 13 milions d'usuaris registrats no han passat per alt a les organitzacions de RH. El passat 28 de novembre de 2007 va celebrar-s'hi una **fira d'ocupació virtual** que pretenia reclutar candidats per a càrrecs que requereixen d'una alta qualificació.
- ✓ La fira *Working Worlds* auspiciada per *Gax Technologies* va convertir-se en un autèntic esdeveniment internacional amb candidats de més de 45 països. Tots els candidats optaven a un treball real a Luxemburg a través d'entrevistes virtuals.
- ✓ A més de *Working Worlds*, algunes de les institucions financeres i agències de contractació més destacades, com ara *Dexia Bank*, *Kaupthing Bank*, *Lombard International Assurance*, *Randstad*, *Manpower*, entre d'altres, han obert les portes de les seves oficines virtuals als candidats.
- ✓ Cornelia den Hartog, directora administrativa de *GAX Technologies*, creu que aquesta nova forma de contractació virtual proporciona als professionals internacionals un accés sense precedents a les ofertes i respon a la creixent necessitat de disposar de treballadors capacitats.

- ✓ *Randstad* i l'organització holandesa *Content* han obert espais de contractació a *Second Life*. També ho ha fet la multinacional francesa de reclutament de professionals *Vedior*, a través d'una de les seves filials, *Expectra*. El banc francès *BNP Paribas* també ha reclutat 500 informàtics d'alt nivell mitjançant entrevistes virtuals. La consultora *Accenture* ha iniciat recentment a *Second Life* una campanya de reclutament per a llocs tecnològics.
- ✓ Les organitzacions també usen *Second Life* per a les seves **necessitats de formació**. Els treballadors de la companyia tecnològica *Cisco Systems* es reuneixen a l'amfiteatre de formació que l'organització ha creat a l'interior de la seva pròpia illa virtual per tal d'actualitzar els coneixements sobre els nous productes. La vicepresidenta executiva d'estratègia laboral de *Manpower-USA* creu que la formació és un dels camps que millor es podran explorar en els nous entorns com ara *Second Life*, ja que permet reunir una xarxa de persones disperses geogràficament en un àrea segura i comuna de formació. Altres organitzacions com *ABN Amro*, *BMW*, *Vodafone* o la consultora de selecció *TMP Worldwide* també han explorat les possibilitats de la formació virtual 2.0.
- ✓ Cal assenyalar que hi ha veus crítiques que afirmen que els avantatges de la presència a *Second Life* per a les organitzacions encara no són **tangibles**. Certament estem en la fase en què moltes organitzacions pioneres creuen que convé ser-hi per veure en què acaba resultant. Encara no s'ha produït la seva autèntica eclosió de masses.
 - Com a detall curiós cal destacar que els sindicats també han fet el salt al món virtual. El 27 de setembre de 2007 van contribuir a l'organització d'una **manifestació virtual** pels drets dels treballadors d'*IBM Itàlia* que va reunir 1800 avatars. Pocs dies després, davant la repercussió de l'acte, *IBM* va cedir i va acceptar importants millores laborals

Materials

Bibliografia bàsica

Tapscott, Don; Williams, Anthony D. *Wikinomics : la nueva economía de las multitudes inteligentes*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 2007.

Materials en línia

Francis Pisani

Blog especialitzat en tot allò que suposa el fenomen web 2.0 i les seves implicacions a diversos nivells.

<http://www.francispisani.net>

García, Santiago. "Treball al web 2.0". Expansión-Empleo, 18/07/2007.

El 80% dels caçatalents utilitza Internet per a localitzar als millors professionals. Al mateix temps que els portals d'ocupació tradicionals es consoliden, sorgeixen altres webs especialitzades en aquests nous camps.

http://www.factorhuma.org/ficha.php?id_ficha=6137

Moss, Rob. "Blogging in the workplace: Building a safe culture". Personneltoday.com, 03/04/2007. (Article consultat *online*: 10/05/2007)

La 'blogosfera' també ha arribat als centres de treball. Un bon ús d'aquestes pàgines participatives pot contribuir a la imatge de l'organització i, segons les empreses, oferir l'oportunitat als treballadors d'utilitzar-les de manera segura.

<http://www.personneltoday.com/Articles/2007/04/03/39967/blogging-in-the-workplace-building-a-safe-culture.html>

Traducció disponible a factorhuma.org a:

http://www.factorhuma.org/ficha.php?id_ficha=5985

Trillas, Ariadna. "L'activisme ciutadà repta als sindicats". El País, 06/02/2008.

Són vistosos però ineficaços. Els boicots a empreses canvien les regles de la protesta laboral. La mobilització contra *Nokia* a Alemanya, inclosos governants, ha donat al fenomen una nova escala, que adquireix una gran propagació gràcies a Internet.

http://www.factorhuma.org/ficha.php?id_ficha=6638