

TRIBUNA



MIEDO A LA CONVERSACIÓN

EUGENIO DE ANDRÉS

Hace unos días mantenía una conversación con un responsable de formación de una gran compañía acerca de la integración de la web 2.0 en las organizaciones, y le pregunté sobre cómo lo estaban abordando. Con una gran sinceridad me dijo que si quería llevarle a exponer su caso a alguno de los congresos que organizo que contara con él, porque tenía una de las experiencias más potentes del país: «Hemos desarrollado redes sociales privadas para los colectivos más importantes, tenemos entornos wiki para recoger las mejores prácticas, los empleados pueden crear sus propios blogs...». Un despliegue propio de una gran multinacional, pero una gran y grata sorpresa por mi parte al oírlo de una gran compañía española.

Pero la conversación no acabó ahí. Me puso su mano sobre mi hombro y realizando un aparte a modo teatral, continuó: «Pero entre tú y yo, está siendo un gran fracaso porque no lo utiliza nadie». Sus palabras, como un jarro de agua fría, me hicieron bajar de la nube y le pregunté por el motivo. Él, con el mismo tono de sinceridad, me dijo como sin darle importancia: «Es que en esta casa uno no puede decir lo que piensa, si se quiere progresar es mejor no hablar».

Sin duda este botón es una buena muestra de que los proyectos 2.0 son claramente culturales y no tecnológicos, pero sobre todo y desgraciadamente, es un ejemplo de una realidad muy extendida en las organizaciones. Esta es la situación que se vive en muchas empresas, donde el pensamiento monolítico es una de las máximas del éxito, y cualquiera que ose cuestionarlo tendrá problemas.

¿Por qué las organizaciones tienen tanto miedo a escuchar las opiniones de sus personas? ¿Tanto mina el liderazgo de un proyecto que la gente pueda tener opiniones diferentes?

A partir de esta reflexión publicada en mi blog (<http://rrhhypersonas.blogspot.com>) mantuvimos un debate muy interesante. Uno de los puntos en el que todos coincidimos es que esta es una realidad muy extendida. Pedro Rojas nos acercaba un dato: al 55% de los profesionales no se les permite acceder a las redes sociales desde el trabajo. Este hecho demuestra que este miedo a la conversación está en gran parte

ligado al paradigma del control que todavía está instaurado en muchas compañías, como apunta José Miguel Bolívar. Pero como subraya otro dato de este informe, el control está muerto, ya que el 26% de los profesionales acceden a las redes sociales desde el trabajo a través de sus teléfonos móviles. Es decir, no podemos evitar la conversación, lo más que podemos es provocar un falso silencio interno.

Un silencio, que como expresa magníficamente Javier Villaba, los directivos no aciertan a entender que resulta extraordinariamente clarificador, porque si no dejamos hablar en casa, lo van a hacer fuera, y eso va a provocar que los trapos sucios no se laven en el vestuario, sino públicamente para que todo el mundo se entere y opine.

Pero como diagnostica Pedro Rojas, el miedo a la conversación

SI NO SE HACE EN CASA, LOS TRAPOS SUCIOS SE LAVARÁN PÚBLICAMENTE

no es más que el síntoma de una enfermedad más grave y arraigada en las organizaciones. Una enfermedad que Roberto Rodríguez denomina bilingüismo empresarial. Un bilingüismo entre palabras y comportamientos. Una falta profunda de coherencia entre lo que se predica y lo que se vive.

Este miedo a la conversación evidencia un gran fallo estructural en las organizaciones de hoy, que tiene su reflejo en la situación económica mundial que estamos viviendo. En palabras de Roberto Rodríguez, si el único objetivo de una compañía es ganar mucho dinero, sólo interesa un lenguaje, y ese está muy lejos de la persona.

La web 2.0 es una revolución social sin precedentes que va a hacer tambalear muchos cimientos de nuestra sociedad, de nuestras empresas y de muchos de nuestros arcaicos directivos. Tendríamos que dejar de tener miedo a poderosas herramientas de gestión como la conversación, y temer bastante más a las consecuencias de no incorporar en las organizaciones los valores 2.0. ■

Socio director de Tatum



COMIENZA LA PARTIDA. Los asistentes pudieron estrechar relaciones profesionales jugando al póker

Póker de reinas para las nuevas tecnologías

EL V ENCUENTRO PÓKER NETWORKING, QUE GANÓ LA ÚNICA MUJER QUE PARTICIPÓ, REUNIÓ A MEDIO CENTENAR DE EMPRESARIOS DE INTERNET

TERESA JIMÉNEZ
MADRID

El Gran Casino de Torrelodones, en Madrid, fue el escenario de una noche de hombres, que terminó dominando un mujer. El V Encuentro Póker Networking, organizado por Sync, una empresa de *hosting* -alojamiento web-, reunió a medio centenar de empresarios, directivos y emprendedores relacionados con las nuevas tecnologías con el objetivo de hacer negocios alrededor de un juego de cartas: el póker.

El evento es la versión 'profesional' de «una cena de diez empresarios del sector que teníamos relación personal, nos juntábamos, y en el mismo restaurante jugábamos al póker», explica Yago Arbeloa, consejero delegado de Sync y fundador de la Asociación de Inversores y Emprendedores de Internet (AIEI). Del interés que despertaron esas cenas, surgió la idea de dar cabida a más representantes del sector, pero dotado de un halo de exclusividad. Los invitados son propuestos por otros invitados y aprobados por los organizadores iniciales: «Nos hemos dado cuenta de que no importa en sí el cargo de la persona, pero sí que sean directivos con capacidad de decisión, para que luego no tengas que estar nego-

ciando con una persona que no has conocido», explica el consejero delegado de Sync.

Entre los asistentes de esa noche, que contó con el patrocinio de la casa de apuestas *online* Paf.com y Twync -que regaló los habanos con los que los jugadores intentaban calmar los nervios entre apuesta y apuesta-, se encontraban representantes de consultoras tecnológicas, empresas de telecomunica-

LA EXCLUSIVIDAD ES UNA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE ESTE EVENTO

EL 50% DE LOS ASISTENTES REPITE LA EXPERIENCIA DEL TORNEO DE PÓKER

ciones, compañías de referencia en internet y deportistas de élite en activo -Yago Arbeloa es hermano a Alvaro Arbeloa, jugador del Real Madrid-. Tras cuatro ediciones, los organizadores del torneo Póker Networking explican que «hemos ido afinando el perfil de la gente, para dar cabida a representantes de los sectores que más se están moviendo, invitando a profesionales de determinados campos, tocando sectores que no habíamos contemplado...».

Sin embargo, esa noche, lo que más llamó la atención fue la presencia de una mujer en una de las cinco mesas. «Según uno de los organizadores, mi presencia sienta precedente, al ser la primera -y única- mujer participando. Lo que no sabe es que no soy una novata con las 54 cartas», bromeaba Nida Cerna, antes de comenzar la partida.

Tras la bienvenida del jefe de sala, que aconsejó a los participantes «no enseñar las cartas ni dejar que el de al lado las vea», y cuatro horas de partida, Cerna, que forma parte del equipo de Pokersapiens.net, una escuela de póker *online*, ganaba el torneo y el 60% de la recaudación de *buyin* -cantidad necesaria para entrar a participar en el torneo, en este caso, 50 euros-, unos 1.100 euros, mientras que el segundo y el tercero, se repartían el 40% restante.

Sin embargo, a pesar de la diversión, la principal razón para asistir a este evento -que Sync organiza cada dos meses- son los negocios. «Nos hemos dado cuenta de que se hace mucho intercambio comercial», comenta Yago Arbeloa, y por eso, el 50% de los asistentes suele ser 'repetidor': «La gente, cuando se organiza otra edición, mata por venir, y son directivos con las agendas muy llenas». ■