Internet

¿QUÉ HACER CON LAS REDES SOCIALES?

Eduardo Fainé Celis*

as redes sociales son un fenómeno global que nos envuelve y acerca a nuestros conocidos, especialmente cuando se tiene una gran cantidad de contactos viviendo lejos de nosotros. Eso es un hecho innegable y útil para mantener la comunicación con los seres queridos. En ese sentido, Facebook es la red más difundida, permitiendo comunicarse mediante microblogs, subir fotos, videos, documentos, etc. Twitter es otra red social de alcances más limitados en cuanto a contenido, pero popular entre quienes gustan de informar a todo el mundo acerca de lo que están haciendo.

Sin embargo, cuando estas redes exhibicionistas ingresan a nuestro entorno naval, son menos bienvenidas por la vulnerabilidad que implica hacer públicos nuestros perfiles, actividades y porque desafía la típica verticalidad jerárquica de las líneas de comunicación.

Recientemente, un artículo aparecido en la revista Proceedings de la US Navy, llamó mi atención acerca de cómo están enfrentando en esa Marina los mismos desafíos que imponen las redes sociales, porque no sólo no las bloquean, como hacemos en nuestra Intranet, sino que le dan un uso en beneficio de su personal y, por extensión, a sus familias.

En el mencionado artículo se hace referencia al Master Chief Petty Officer of the Navy (MCPON). Este es un cargo asumido por el miembro más antiguo de gente de mar de la Armada para representar al personal menos antiguo ante la superioridad naval. En diciembre pasado, su página en Facebook tenía más de 10.000 fans, personal naval y sus familiares, que postean consultas a su oficina y son prontamente respondidas por personal a su cargo. Considerando el uso de celulares con conexión a Internet, el MCPON puede comunicarse con miles de marinos en cualquier lugar

del mundo, en tiempo casi real, facilitando así el apoyo que debe brindar al CON y al Chief of Naval Personnel (CNP).

Otra aplicación en uso en la Armada de Estados Unidos es el blogueo, esencialmente una forma de publicar contenidos en la Web por personas u organizaciones. El blog del Naval Institute, iniciado hace poco más de un año, ya tiene más de 700 artículos y 12.000 comentarios. Su creación fue un paso audaz por parte del Instituto, que posee dos revistas de gran calidad e interesantes contenidos. Se estimó que sería manejado en forma separada pero complementaria con ambas publicaciones. Considerando la importancia de los temas tratados en la seguridad nacional. así como la calidad de algunos blogueros, que incluyen a los Almirantes Stavridis, Allen y Harvey, esta herramienta parece estar rindiendo frutos y creciendo aceleradamente.

Otros comandos en la misma Marina están aprovechando estas redes para mantenerse en contacto con su personal y facilitar la tarea del mando, lo que demuestra la forma creativa en que han sabido explotar las herramientas que Internet 2.0 está poniendo al alcance de sus manos. Evidentemente, nuestra cultura organizacional es diferente y más dependiente del conducto regular, pero no por ello es menos necesaria la comunicación con nuestra gente. Tal vez sea el tiempo para que nos pongamos a analizar de qué forma podríamos explotar la red a nuestro favor y el del personal subordinado. Quizás en un año más podríamos contar con una red social naval adaptada a nuestras necesidades, basada en la Intranet para evitar filtraciones de seguridad, pero no por ello menos útil. ¿Y por qué no pensar en un blog dependiente de nuestra Revista de Marina? Dejo planteada la inquietud para quien la quiera desarrollar.

^{* * *}

^{*} Capitán de Navío. Oficial de Estado Mayor. AV. Máster en Diseño y Comunicación Multimedia. Preclaro Colaborador de Revista de Marina, desde 2007.