

# Relaciones laborales y diálogo social en el mundo de la Web 2.0

Informe redactado por Andrew Bibby  
[www.andrewbibby.com](http://www.andrewbibby.com)  
27 de noviembre 2008



Publicado con el apoyo financiero de la Comisión Europea





## ÍNDICE

---

Introducción: la manifestación contra IBM en Second Life	4
El contexto: Web 2.0 y “Empresa 2.0”	5
Las herramientas	7
1. Redes sociales	
2. Mundos virtuales	
3. Intercambio de contenidos generados por los usuarios	
4. Proyectos realizados en colaboración	
5. Blogs y marcadores sociales	
6. Otras aplicaciones y herramientas web	
Uso de la Web 2.0: algunas buenas practicas de los sindicatos en todo el mundo	10
Comprender los inconvenientes	13
La Web 2.0 en el lugar de trabajo	15
Hacia los sindicatos 2.0	19
Information for translations	20
Bibliografía	21

## Introducción: la manifestación contra IBM en Second Life

La noticia sobre la manifestación sindical “virtual” contra IBM Italia, que tuvo lugar el 27 de septiembre de 2007 en el mundo virtual de Second Life, dio la vuelta al mundo.

En Francia, *Le Monde* publicó la noticia en un lugar destacado bajo el titular: “C'est la lutte virtuelle!”. En la revista alemana *Stern* podía leerse: “Die Demonstration ist virtuell, der Arbeitskampf echt”. En España, *La Vanguardia* y *ABC* también publicaron la noticia, al igual que los periódicos de otros países como Suecia, Bélgica, Portugal y Suiza. Por otro lado, la BBC, en el Reino Unido, se hizo eco de la noticia, así como la emisora nacional de Canadá. En todo el mundo, esta historia recibió una amplia cobertura en los sitios de información en línea y, por supuesto, la prensa italiana otorgó considerable importancia al acontecimiento. La Stampa, por ejemplo, anunció a sus lectores el nacimiento de una nueva palabra que acompañaría al “teletrabajo”: la “telehuelga”.



La manifestación en Second Life, que fue organizada con la estrecha colaboración del sindicato mundial UNI, se convocó en el marco de las negociaciones nacionales con IBM Italia, negociaciones a las que la dirección ponía obstáculos. El conflicto en la vida real acabó con resultados positivos para los sindicatos: con la firma de un nuevo convenio (y con la dimisión del Director general de IBM Italia). Asimismo, la acción en Second Life ha sido considerada un gran éxito por reunir a casi 2.000 personas de todo el mundo (real).

Esta manifestación en Second Life pone de relieve de forma espectacular el potencial de las nuevas herramientas en línea para los sindicatos. No obstante, al mismo tiempo, dado lo inusual de una acción de este tipo, también puede entenderse como una crítica a los sindicatos por no involucrarse más rápida y activamente en los cambios que se están produciendo en línea. Este informe examina algunas buenas prácticas actuales, explora algunos de los retos y dificultades y, de forma más general, estudia en qué medida los métodos de trabajo de los sindicatos podrían ser fundamentalmente puestos en tela de juicio por un mundo en línea más y más participativo.

## El contexto: Web 2.0 y “Empresa 2.0”

---

Internet ha cambiado de forma drástica en los últimos quince años. El apelativo de Web 2.0, ampliamente usado, refleja la idea de que estamos ya inmersos en una segunda generación de servicios y usos de Internet.

El antiguo Internet –aquel que a principios y mediados de los 90 abandonó sus orígenes militares y universitarios y se abrió paso como herramienta de uso generalizado – era fundamentalmente un lugar estático, centrado en la recuperación de información y donde dominaba la palabra escrita. Este perfil se reflejaba en la tecnología subyacente a la arquitectura de Internet. La mayoría de los usuarios habituales de Internet descargaba material en lugar de cargarlo y la velocidad de conexión de descarga era en general muy superior a la de carga.

¿Qué ha cambiado? La web actual es un verdadero espacio multimedia, que alberga todo tipo de imágenes, sonidos y palabras digitalizados. Los medios de comunicación de masa que antes dominaban, como la radio y la televisión, se fusionan más y más con el mundo de Internet; la descarga de música en línea también ha transformado profundamente el sector de la música.

La web es omnipresente. Ya no se limita a los tradicionales ordenadores de mesa o portátiles. Es accesible vía una amplia gama de dispositivos, con un número creciente de modelos inalámbricos.

Hay algo aún más significativo: ha desaparecido el antiguo flujo de información unidireccional para dejar paso a un Internet concebido como un lugar participativo. Hemos pasado, por así decirlo, de un mundo en línea “de sólo lectura” a uno “de lectura/escritura”, donde el contenido que generan los usuarios empieza a ocupar un lugar central. Los internautas pueden escribir sus comentarios sobre todo, desde noticias a evaluaciones de hoteles y así, de forma colectiva, se va creando el contenido de la nueva web. Este proceso de colaboración y participación masivas es la base de los *wikis*, cuyo ejemplo más notorio es la enciclopedia Wikipedia, compilada gracias a la colaboración. También se ve especialmente reflejado en aquellos nuevos servicios Web 2.0 que han logrado una popularidad abrumadora, entre los que se incluyen los sitios de redes sociales como Facebook, los sitios de vídeos y fotos generados por los usuarios, como YouTube y Flickr, y los mundos participativos de realidad virtual, como Second Life.

Para los jóvenes en particular, las relaciones sociales y las amistades se han trasladado a la red. Estos jóvenes buscan con naturalidad compartir a través de la web el tipo de cosas que sus padres compartían con sus amigos cuando se reunían en persona.

Este cambio de Internet, que abandona una arquitectura de concepción descendente para privilegiar la participación y la colaboración, tiene implicaciones importantes para las empresas. El término “Empresa 2.0” (aunque impreciso) se está utilizando para describir cómo estas nuevas formas de explotación y funcionamiento van a revolucionar el mundo de la empresa.

En un informe reciente, el *Butler Group* intentó resumir esta idea de la siguiente manera:

“Aunque indudablemente la tecnología influye, la Empresa de la Web 2.0 representa más un cambio de filosofía que un conjunto de productos y soluciones de TI. Velocidad, agilidad, movilidad, reutilización e innovación son los motores de esta transformación que obliga a las organizaciones a desechar las tecnologías, los modelos y las arquitecturas anteriores... Para los consumidores, la Web 2.0 es sobre todo una cuestión de “participación” y “aportación”, principios muy apreciados por la mayoría de las empresas y las instituciones. Por consiguiente, para los dirigentes empresariales, el desafío consiste en aprovechar este impulso e integrarlo en la cultura de empresa”<sup>1</sup>.

El asesor y escritor canadiense Don Tapscott opina que “las empresas de éxito tendrán que reformar su arquitectura de gestión para reflejar el valor crucial del conocimiento. Ha reivindicado un enfoque “wiki” del lugar de trabajo, donde la auto-organización y la colaboración

de masa son un valor añadido”<sup>iii</sup>.

Las ideas de Tapscott han sido examinadas por Ulrich Klotz<sup>iii</sup>, que escribe desde su experiencia en el movimiento sindical alemán. Considera que los principios sobre los que se desarrolla la web se oponen a los métodos tayloristas tradicionales de gestión de la era industrial. Además, los métodos de trabajo jerárquico y burocrático cuestan caros a las empresas y tienen también un efecto nefasto sobre la salud psicológica de los trabajadores. Klotz también opina que la evolución hacia un modo de trabajo “Empresa 2.0” es, en cualquier caso, un proceso inevitable. Concluye su evaluación del desafío de la Empresa 2.0 para las empresas interesándose por el movimiento sindical, que deberá, en su opinión, emprender una reforma similar de sus métodos de trabajo e incluso llegar más lejos que las empresas en el proceso de cambio. “Para seguir teniendo éxito en la “próxima sociedad”, los sindicatos tendrán que transformarse en “Sindicatos 2.0”, cambiando sus estructuras y procesos de manera aún más radical que la mayoría de las empresas”.

Christine Revkin, del sindicato mundial UNI, una de las organizadoras de la manifestación contra IBM en Second Life, también ha hecho un llamamiento a los sindicatos para que adopten un modo de funcionamiento de tipo Sindicato 2.0 en respuesta a la transformación cultural y social inducida por los cambios de la Web 2.0: “A medida que el comportamiento de las empresas y de los trabajadores cambia, los sindicatos deberán adaptarse, avanzar y reorganizar sus estrategias de comunicación. Estas nuevas tecnologías pueden, según Revkin<sup>iv</sup>, mejorar en gran medida la participación, el compromiso y la movilización de los miembros”.

La primera etapa de este proceso es, quizá, comprender con exactitud de qué herramientas se dispone para este trabajo. La parte siguiente de este informe examina detalladamente las novedades clave.

## Las herramientas

---

Desde el ámbito de las relaciones laborales y de la actividad sindical se han realizado dos tentativas útiles para elaborar una lista de las herramientas y servicios de la Web 2.0. La primera es el documento *Union Networking*, elaborado por la *New Unionism network*<sup>9</sup>, en el que se evalúa la importancia de algunas aplicaciones con un sistema de puntuación de una a cinco estrellas. A continuación, Christine Revkin, del sindicato mundial UNI, también ha elaborado una lista completa de aplicaciones de la Web 2.0 en un documento publicado para UNI. De acuerdo con estos documentos, podemos clasificar las aplicaciones en diferentes categorías.

### 1. Redes sociales

Los sitios de redes sociales proponen un equivalente en línea de los intercambios sociales que tienen lugar informalmente en cualquier comunidad, con la diferencia de que en la web se establecen contactos a nivel mundial. El desarrollo de las redes sociales ha cobrado gran importancia en la vida de muchos millones de personas, en especial entre los menores de 30 años.

El servicio de redes sociales MySpace, con sede en Estados Unidos, fue el primero en destacar, pero se ha visto eclipsado por Facebook, en un principio limitado a los estudiantes y hoy abierto a todos. (El hecho de que MySpace perdiera su estatus después de que Murdoch's News Corporation lo comprara podría no ser una casualidad). Otro servicio similar es Bebo, adquirido por AOL. Entre los otros sitios de redes sociales pueden mencionarse LinkedIn (sobre todo para los ejecutivos), Meetup y Ning. Algunas redes sociales son muy utilizadas en determinados países y grupos lingüísticos.

Cuando te inscribes en un sitio de red social, introduces tu propio perfil personal, que puede incluir una serie de informaciones personales, como la edad, el lugar de residencia, tus intereses y actividades, las causas que apoyas o las fotografías que has hecho. Puedes compartir esta información con tus amigos (o, si lo deseas, con todos los usuarios) y extender tus redes de amistades en línea agregando amigos de tus propios amigos o estableciendo contacto con otros usuarios con intereses afines.

Aunque de hecho sean los usuarios quienes crean el contenido, los sitios de redes sociales son un negocio. Facebook, por ejemplo, tiene su sede en California con 700 empleados y cuenta con oficinas europeas en París, Londres y Dublín. Actualmente afirma tener 120 millones de usuarios activos (es decir usuarios que han visitado el sitio de Facebook en los últimos 30 días). MySpace es más reacio a informar sobre los datos actuales, pero aseguraba tener 100 millones de cuentas en 2006.

### 2. Mundos virtuales

Ya hemos hablado de Second Life, que es el universo de realidad virtual más popular con diferencia (aunque existen otros, como ActiveWorlds).

Puedes inscribirte como residente del mundo virtual que desees creando tu propia representación virtual, que se denomina avatar (este puede o no ser un reflejo de tu aspecto físico o de tu comportamiento en la vida real, lo que abre un inmenso abanico de posibilidades a la creatividad). Tu avatar se desplaza por el mundo virtual, interactuando con otros residentes, comprando y vendiendo cosas, trabajando o adquiriendo propiedades (para adquirir propiedades es necesario pagar una suscripción, pero el uso ocasional de Second Life es gratuito). Second Life dispone de su propia moneda, que puede cambiarse por dinero real.

Las empresas han descubierto las ventajas de tener una representación en Second Life y muchas multinacionales tienen su propia presencia virtual, lo que constituye una buena forma de dar a conocer mejor su marca en el mundo real. Algunas compañías están estudiando realizar en Second Life trabajo del mundo real (por ejemplo, congregando los avatares de los empleados para las reuniones).

Second Life asegura tener actualmente un total de 16 millones de usuarios, de los cuales unos 600.000 suelen conectarse todas las semanas y un millón al menos una vez al mes.

### **3. Intercambio de contenidos generados por los usuarios**

YouTube, adquirido por Google en 2006, es una inmensa compilación de vídeo clips cargados por usuarios. Según YouTube, cada día se cuelgan cientos de miles de nuevos vídeos en su sitio web. Algunos, como los que fueron grabados durante la campaña presidencial de Barack Obama en Estados Unidos, han sido vistos por millones de internautas; otros vídeos, sin embargo, vegetan vistos apenas por un puñado de amigos de su autor.

Cada vez más, las principales empresas de televisión, cine y medios de comunicación utilizan YouTube como canal de distribución alternativo para sus productos. Los publicistas también descubrieron rápidamente las ventajas de colgar sus anuncios en línea en YouTube.

El sitio web de intercambio de fotos Flickr (propiedad de Yahoo) se basa en un concepto similar. Según Flickr, cada minuto los usuarios cargan unas 3.000 nuevas imágenes, que pueden compartir con grupos y redes de amigos. Cualquiera puede visualizar las fotos en Flickr y cargar un número limitado de fotos es gratuito, aunque los usuarios más activos tienen que suscribirse. Flickr también acepta vídeos. Existen, además, otros sitios web para compartir fotos.

Los sitios web como Flickr responden a la creciente popularidad de los dispositivos móviles equipados con cámara. Ahora es muy sencillo hacer una fotografía o un vídeo con un teléfono móvil y cargarlo inmediatamente en la web para que cualquiera pueda verlo.

### **4. Proyectos realizados en colaboración**

Un *wiki* es un tipo de software que permite a cualquier visitante de una página web crear o modificar su contenido. El ejemplo más conocido es la enciclopedia en línea Wikipedia, cuyas entradas actuales son el resultado de los esfuerzos de muchos colaboradores, cada uno con derecho a editar o reeditar el texto. No obstante, el concepto de wiki también puede aplicarse de muchas otras maneras para crear sitios web de colaboración o para trabajar en proyectos conjuntos. Las empresas los utilizan también para su Intranet y sus sistemas de gestión del conocimiento.

Tal y como puede leerse en el sitio web de wiki, “como muchos conceptos sencillos, la “la libre edición” tiene ciertos efectos profundos y sutiles... Permitir a los simples usuarios crear y modificar cualquier página de un sitio web es apasionante ya que estimula la utilización democrática de la web al tiempo que fomenta la creación de contenidos por parte de usuarios no especializados.”<sup>vi</sup>

### **5. Blogs y marcadores sociales**

Los blogs son diarios en línea, diseñados para que sus autores compartan ideas y opiniones con otros internautas o para comunicar noticias, información y recursos en línea. Los blogs ofrecen la oportunidad a todo el mundo de expresarse en línea (por ello, el valor de los blogs varía enormemente).

Los marcadores sociales se basan en una idea similar: la de compartir con otros usuarios los sitios o las aplicaciones web que nos resultan importantes o útiles. Digg, por ejemplo, permite a sus miembros presentar artículos, imágenes o vídeos que han descubierto y que consideran interesantes, mientras que otros usuarios pueden apoyar (“digg”) las propuestas que también les gusten. Las propuestas más populares aparecen en las páginas del sitio web de Digg. Digg afirma ser el “medio de comunicación digital más democratizador”: “Como usuario, participas en la elección del contenido del sitio descubriendo, seleccionando, compartiendo y discutiendo las noticias y los vídeos que te llaman la atención”.

Delicious funciona de un modo bastante similar: permite a los usuarios publicar sus sitios web favoritos para que otros puedan ver lo que está recomendado.

Existen otros servicios de marcadores sociales muy usados, entre los que se encuentran StumbleUpon (que asegura tener más de seis millones de miembros) y Reddit.

### **6. Otras aplicaciones y herramientas web**

Tanto la *New Unionism network* como Christine Revkin recuerdan a su audiencia sindical el valor de Skype, que ofrece un servicio de llamadas telefónicas gratuitas o a muy bajo coste (incluidas las llamadas en videofonía y teleconferencia) utilizando Internet en lugar de otras redes tradicionales de telecomunicación. Las llamadas entre usuarios de Skype son gratuitas, pero existe también la posibilidad de realizar llamadas a números de teléfono tradicionales de no usuarios por un precio muy reducido.

Los flujos RSS (Really Simple Syndication) permiten enviar automáticamente flujos de contenidos actualizados con frecuencia desde un sitio Internet a otros sitios Internet o a internautas que estén suscritos para recibir los flujos. Los RSS suelen utilizarse para recibir noticias o para reunir en un único sitio web el contenido de diversos otros sitios Internet.

La *New Unionism network* también recomienda el sitio web iGoogle, que puede utilizarse para crear una página web personalizada, utilizando los flujos RSS seleccionados y otras herramientas como calendarios, agendas y listas de tareas por realizar. Asimismo, *New Unionism* destaca que, a pesar de su denominación, iGoogle puede usarse como un entorno compartido, ya sea protegido por una contraseña o totalmente público.

## Uso de la Web 2.0: algunas buenas practicas de los sindicatos en todo el mundo

---

Sería justo decir que, en términos generales, los sindicatos no han estado en la cresta de la primera ola de innovación de la web. Si la prensa internacional se lanzó con avidez sobre la historia de la manifestación virtual de 2007 contra IBM en Second Life fue quizás precisamente porque era inusual, no se enmarcaba en las líneas de actuación del movimiento sindical.

No obstante, ya existe un número creciente de ejemplos de buenas prácticas de los sindicatos utilizando herramientas de la Web 2.0 de manera innovadora y creativa. Lo que quizás falte es una integración más generalizada de esas buenas prácticas dentro del movimiento sindical.

La *New Unionism network*, mencionada anteriormente, es un punto de partida útil: [www.newunionism.net](http://www.newunionism.net)

El foro en línea del sindicato mundial UNI, destinado al personal que trabaja en las comunicaciones sindicales, constituye otro recurso útil: [www.unicomunicators.org](http://www.unicomunicators.org)

Otro sitio web que cubre ámbitos similares ha sido creado a continuación de la iniciativa sindical en Second Life: [www.slunionisland.org](http://www.slunionisland.org)

Desde su creación, los sindicatos se han basado en la organización colectiva de los trabajadores que se reúnen para defender sus intereses comunes. Las herramientas de conexión en red ofrecen, en otras palabras, un nuevo camino para desarrollar la fuerza colectiva en la que se basan los sindicatos.

Podemos citar algunos ejemplos interesantes de sindicatos que están aportando a su trabajo elementos de redes sociales en línea. En Suecia, por ejemplo, *Uniones* autoriza a sus miembros a personalizar el sitio web del sindicato, con el fin de que puedan mantenerse al corriente, por ejemplo, de todos los aspectos relacionados con sus áreas de trabajo profesional y sus estructuras sindicales regionales y locales.

El GPA-DJP (Austria) ha ido un paso más allá. En un proyecto pionero que se lanzó hace ya varios años creó una serie de grupos de interés en línea ([www.interesse.at](http://www.interesse.at)) a los que sus miembros podían adherirse voluntariamente. Estas comunidades de afiliados en línea fueron creadas para profesionales y directivos ([work@professional](mailto:work@professional)), para los trabajadores autónomos ([work@flex](mailto:work@flex)), para los trabajadores de las TI ([work@IT](mailto:work@IT)), para los trabajadores del sector de la educación ([work@education](mailto:work@education)), para los trabajadores expatriados ([work@external](mailto:work@external)) y para los trabajadores emigrantes ([work@migration](mailto:work@migration)). Estos grupos de interés desempeñan un papel oficial en las estructuras del sindicato.

Las iniciativas como las del GPA-DJP están centradas en los propios sitios web de los sindicatos. En otros lugares, los sindicatos han explorado la posibilidad de utilizar los sitios generales de redes sociales, como Facebook. En muchos casos, estas iniciativas han formado parte de una estrategia para contactar y reclutar a jóvenes trabajadores. En España, por ejemplo, la UGT de Extremadura creó en julio de 2008 su propio perfil tanto en Facebook como en el sitio Tuenti en lengua española, con el fin de informar a los jóvenes sobre las actividades del sindicato y animarles a participar en el trabajo del mismo<sup>vii</sup>. Una motivación similar está detrás de la decisión tomada en 2007 por la Australian Workers Union de aparecer en Facebook, y animar a sus miembros a añadir una insignia 'Proud AWU supporter' (Orgulloso de apoyar a AWU) a sus propios perfiles<sup>viii</sup>.

En Canadá, el sindicato de la industria textil y la restauración UNITE HERE también utiliza Facebook. Según Mike Thomas, un afiliado de Alberta, Canadá, Facebook ha abierto nuevas oportunidades para el trabajo con la base. "Nos organizamos en Facebook en el seno de nuestro sindicato... Vista la forma que tiene el gobierno de tratar activamente de destruirnos, necesitamos una manera de reunirnos. Y esto es lo que Facebook nos permite hacer sin necesidad de infraestructura."<sup>ix</sup>

Los servicios de redes sociales como Facebook pueden utilizarse como herramienta de movilización, por ejemplo durante los conflictos laborales. En los Estados Unidos, la Writers Guild of America lanzó una campaña en Facebook para invitar a otros usuarios de Facebook a apoyar públicamente el conflicto de los guionistas de Hollywood de 2007. La campaña que empezó el 26 de noviembre con sólo quince respaldos ganó terreno con rapidez hasta alcanzar mil respaldos el 28 de noviembre, cinco mil el 16 de diciembre y diez mil el 26 de enero<sup>x</sup>.

En España, el sindicato de las finanzas COMFIA-CCOO también utilizó Facebook con éxito para movilizar a varios miles de personas durante una campaña para mejorar las condiciones de trabajo en el telemarketing<sup>xi</sup>.

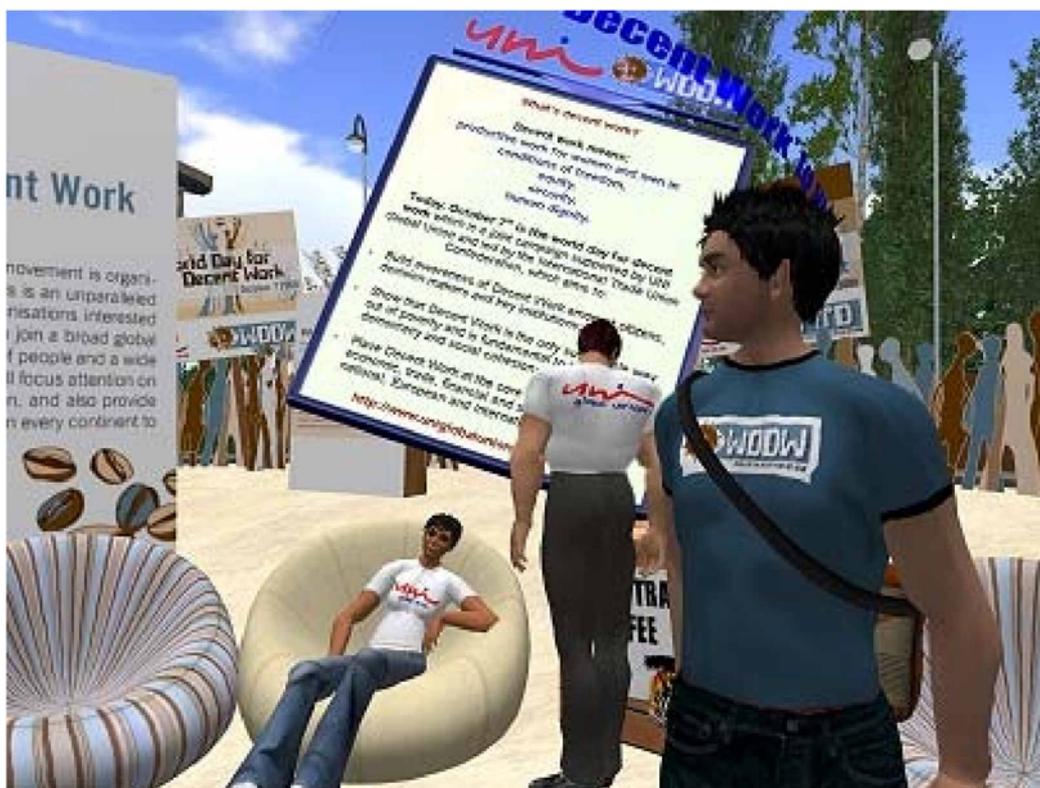
Por otra parte, la misma táctica puede volverse en contra de los sindicatos. Durante las huelgas de ferrocarriles en Francia en noviembre de 2007, fuerzas hostiles a los sindicatos organizaron una 'contramanifestación' en Facebook. Dos mil personas se suscribieron a la misma<sup>xii</sup>. Como veremos más adelante, el trabajo sindical puede correr riesgos importantes si se basa en Facebook.

Los sindicatos también consideran valerse de otras herramientas de la Web 2.0. Por ejemplo, el sindicato mundial del sector del transporte ITF ha utilizado Flickr en el marco de su campaña para liberar a un sindicalista iraní, Mansour Osanloo. El ITF animó a la gente a mandar fotografías suyas llevando una insignia "Free Osanloo" como prueba visual de su apoyo a esta campaña.



Tras la manifestación virtual del Second Life 2007, los sindicatos están explorando también las oportunidades que ofrece Second Life. La Union Island creada para esta iniciativa sigue siendo un centro de reunión para los avatares de los militantes: se celebran reuniones informales con regularidad en el "bar" para los que acaban de entrar en el mundo Second Life o para los que desean conocer más de cerca a los sindicatos. Union Island también ha sido la sede de eventos del 1 de mayo de 2008 y del Día mundial del trabajo decente en octubre de 2008 (ver fotos).

Algunos sindicatos han decidido crear su propio espacio (“island”) en Second Life. Un ejemplo es FOREM, que forma parte de la federación sindical española CCOO<sup>xiii</sup>. Hace poco que la CES informó que ver.di (Alemania) también ha creado un “island” como parte de su campaña para establecer un salario mínimo en Alemania<sup>xiv</sup>.



El mensaje general que nos llega a través de estos ejemplos es la necesidad que tienen los sindicatos de probar las nuevas herramientas de la Web 2.0 que aparecen. John Word, de la confederación sindical británica ha declarado a cerca de Second Life en particular: “La gente ya trabaja en equipos virtuales, desde sus casas o en distintos países. Con menos gente trabajando en las empresas, éstas considerarán cada vez más los mundos virtuales como una forma de establecer vínculos y crear familiaridad entre los trabajadores. Y si las empresas lo hacen, también lo deberán hacer los sindicatos. Por esta razón pensamos que es importante emprender la tarea lo antes posible. No obstante, no es un proyecto con un plan concreto, se trata de estudiar el potencial, reunir recursos, buscar posibles puestas en común de recursos. Cuesta muy poco, cualquiera puede experimentar con estas herramientas y podemos aprender todos juntos.”<sup>xv</sup>

## Comprender los inconvenientes

---

Derek Blackadder, un organizador sindical del Sindicato canadiense de los trabajadores del sector público, conoce bien tanto las ventajas como los problemas potenciales que implica el uso de herramientas en línea como Facebook con fines sindicales. Derek utilizó Facebook para reclutar 'amigos' cuando estaba evaluando las oportunidades de usar Facebook para su trabajo sindical, y pronto descubrió que su cuenta había sido eliminada, alegando que había hecho demasiados 'amigos' demasiado rápidamente. John Word, de la confederación británica de sindicatos, lanzó una campaña "Free the Blackadder One" en Facebook para reinstalar la cuenta y le apoyaron más de 3000 personas. Parecía que la campaña había tenido éxito puesto que la cuenta de Derek fue temporalmente restablecida pero después Facebook volvió a eliminarla.

En un artículo bien estudiado<sup>xvi</sup>, Derek ha evaluado las lecciones aprendidas tras este episodio. Según él, los sitios de redes sociales como Facebook presentan ventajas:

"Estos sitios ofrecen medios accesibles para auto-organizarse. Los trabajadores que comparten el mismo empleador, empleo, sindicato o problemas de salud o seguridad crean sus propias redes, compartiendo opiniones, desahogándose, coordinando acciones y, en general, desarrollan buenas actividades útiles, a menudo sin una conexión formal con un sindicato.....En resumen, desde un punto de vista positivo, los sitios de redes sociales son baratos o gratuitos, de fácil acceso, están bien establecidos y son muy populares y, (atención, este aspecto es crucial), ya están siendo utilizados por los trabajadores para facilitar una comunicación rápida."

Sin embargo, también hay que reconocer que existe un lado negativo: "Nada de lo que uno hace en sitios como Facebook tiene un carácter verdaderamente privado ... El hecho [es] que tales sitios son grandes empresas lucrativas. Esta realidad tiene enormes implicaciones para el uso que podamos hacer. Debemos comprender que no poseemos, y que por tanto no controlamos, estos sitios y debemos ser conscientes de lo que esto significa cuando los usamos con fines sindicales."

Hace referencia a un caso que ocurrió en otro lugar de Canadá en 2007: el SEIU había intentado utilizar Facebook en el marco de una campaña para sindicalizar a los trabajadores de casino en Halifax, Nueva Escocia, y Facebook había eliminado la página del sindicato de su sitio. (Al final y a pesar de esto, la campaña de sindicación fue un éxito).

Los sindicatos también deberían ser conscientes de que su propia utilización de Facebook y de otros sitios de redes sociales pueden exponer a los militantes y miembros a una persecución. También sobre este punto, Derek Blackadder cita un ejemplo: "Cuando hace algún tiempo Starbucks se enfrentaba a una campaña rápida de sindicalización en los EEUU, algunos directores, más listos de lo que sería deseable, copiaron las listas de miembros de grupos del sitio de red social creado por los nuevos diplomados de los programas más progresistas sobre las relaciones laborales en los Estados Unidos. A continuación, esta lista se comparó con una lista de empleados de Starbucks y los esfuerzos de infiltración del sindicato quedaron al descubierto (la contratación de personas favorables al sindicato para favorecer una apertura sindical).<sup>xvii</sup> Incluso el tipo de aprobación en línea alentada en Australia por AWU con su distintivo "Proud AWU supporter" podría, en ciertas situaciones profesionales, volverse contra los trabajadores.

El veterano militante de Internet, Eric Lee transmite un mensaje muy similar y advierte que no hay que subirse ciegamente al carro de la última herramienta que causa furor en Internet. Cuenta, y para que sirva de advertencia, un asunto ocurrido en la empresa londinense Metronet, donde a un grupo sindical en Facebook se sumaron directores, que utilizaron el grupo para difundir información falsa. Lee concluye: "Lo que hacéis al abrir al exterior vuestras campañas en Facebook es dar fuerza a su empresa, dándoles un acceso directo a vuestros partidarios y miembros". La alternativa, según él, son "las campañas en línea adaptadas y personalizadas en las que se puede controlar la información."<sup>xviii</sup>

Una diatriba más general contra Facebook ha sido lanzada por el periodista británico Tom Hodgkinson a principios de 2008. Acusa a Facebook de ser, vía sus tres propietarios, “una expresión de una forma particular de libertarismo neoconservador”, interesado en convertir la amistad en un artículo de consumo rentable. “Una vez que se haya hecho con esta enorme base de datos de seres humanos, Facebook sólo tendrá que revender la información a los anunciantes.... Esto es precisamente lo que está ocurriendo.”<sup>xix</sup>

Esta diatriba de Hodgkinson es un valioso antídoto contra la prisa irreflexiva para adoptar un futuro en Facebook y, por extensión, en las otras herramientas patentadas de la Web 2.0. En su conclusión, Derek Blackadder sugiere sin embargo un enfoque más comedido: “Tenemos que estar presentes en Facebook y en los demás sitios. Pero el objetivo no debería ser otro que utilizar estos sitios para organizar un punto de partida hacia sitios más seguros.”

## La Web 2.0 en el lugar de trabajo

---

La introducción de Internet en el lugar de trabajo en la mitad y al final de los años noventa trajo consigo una serie de problemas y conflictos disciplinarios en el mundo laboral, mientras la dirección y los sindicatos intentaban hacer frente a las implicaciones de una poderosa nueva tecnología. UNI (y su predecesor Fiet) fue pionero en tratar estos asuntos. El Código de conducta de UNI titulado *Derechos en línea en el trabajo*, que salió a la luz en el año 2000, sigue siendo un valiosa recopilación de buenas prácticas que trata asuntos como el acceso de los sindicatos a los medios de comunicación electrónicos, la privacidad y los correos electrónicos privados y el uso de Internet por los trabajadores.<sup>xx</sup> También muchas empresas se apresuraron a elaborar políticas oficiales sobre el uso de Internet y del correo electrónico, disipando así una parte de la incertidumbre de su personal.



El desarrollo de las herramientas de la Web 2.0 generó también la rápida aparición de problemas laborales, a los que los sindicatos necesitan poder responder. Hasta cierto punto, no se han trazado todavía los parámetros: nada permite diferenciar claramente cuáles son los usos aceptables e inaceptables de las herramientas de la Web 2.0 en el lugar de trabajo.

Uno de los temas de litigio es el derecho de las empresas a exigir la lealtad de sus empleados en las horas que dedican a sus actividades personales frente a las horas de trabajo<sup>xxi</sup>. Este tema es la base del contencioso que en Escocia ha provocado el despido de Joe Gordon de una importante librería por haber incluido en su blog personal comentarios directos y francos sobre su 'malvado jefe'. El argumento de Gordon era la libertad de expresión: "Hice estos comentarios en mi tiempo LIBRE, escribiendo en mi PROPIA casa para mi PROPIO blog.... No soy un siervo, no soy un criado vinculado por un contrato. Soy un hombre libre con derecho a la libertad de expresión. La empresa no me posee en cuerpo y alma. Puede exigir que se cumplan las reglas en el trabajo, ¿pero en mi tiempo libre y en mi propia casa?"

Joe Gordon sostiene que, si se hubiera quejado de su empleador con amigos en un bar, no le habrían sancionado. Su problema, sin embargo, fue que había identificado claramente a su empleador en un medio de comunicación potencialmente accesible en todo el mundo.

Otro caso bastante similar relacionado con un blog personal es el de Catherine Sanderson, que fue despedida por hacer comentarios sobre su empleador, una empresa de contabilidad anglo-francesa con sede en París. No mencionó su lugar de trabajo, pero sus empleadores argumentaron que algunos comentarios poco halagadores permitían identificar a la compañía y podían perjudicar su negocio. En el caso de Catherine Sanderson las consecuencias fueron diferentes del caso de Joe Gordon: un tiempo después su despido fue declarado improcedente y se le concedieron 44.000€ por daños y perjuicios.

Este tipo de litigio puede producirse también en relación con los sitios de redes sociales. En noviembre de 2008, la compañía aérea Virgin Atlantic despidió a trece miembros de la tripulación de cabina después de que hubieran usado Facebook para colgar mensajes críticos sobre los pasajeros de la aerolínea y haber contado chistes sobre motores defectuosos. La compañía afirmó que los comentarios en Facebook "habían desacreditado a la compañía e insultado a algunos de nuestros pasajeros."<sup>xxii</sup> Otro caso, también en el Reino Unido, salió a la luz cuando un empleado de un importante minorista británico fue despedido por crear una red potencial de compañeros de trabajo con el tema "Trabajo en \*\*\* y no puedo esperar para marcharme porque es una mierda."

En Canadá, hacia finales de 2007, algunos miembros del UFCW que trabajan para una empresa en Winnipeg fueron sancionados por haber criticado a su supervisor en Facebook. Después de la intervención del sindicato, pudieron seguir en sus puestos de trabajo pero, como sanción, fueron suspendidos de empleo y sueldo durante una semana. Como Robert Ziegler, miembro del UFCW, comentó después: "Siempre habrá un momento en que alguien no esté contento con su trabajo o con sus colegas. Lo puede decir verbalmente, en privado ... pero en cuanto lo ponga por escrito, está creando una prueba oficial." La revista del UFCW ha advertido a los miembros de tener mucho cuidado con lo que escriben en sitios Internet.<sup>xxiii</sup>

Como señala Ziegler, la información personal introducida en la web es accesible a los empleadores. Una historia publicada recientemente en la prensa hacía referencia a un trabajador australiano de telecomunicaciones que fue sancionado por declararse de baja por enfermedad abusivamente. Desafortunadamente, el trabajador había contado en Facebook<sup>xxiv</sup> la historia de su gran salida de la noche anterior."

Los sindicatos ya han empezado a tratar otro asunto asociado a los sitios de redes sociales: el "ciberacoso", o en otras palabras, situaciones donde los directores o los colegas de trabajo utilizan información del perfil de un trabajador en una red social para acosarle. El problema del "ciberacoso" de trabajadores del sector público en sitios de redes sociales ha sido el tema de una reunión adicional en el congreso de 2008 de los sindicatos británicos.

Tanto la prensa británica como la francesa se han hecho eco en sus columnas de una preocupación análoga de los trabajadores. El Financial Times titulaba su artículo sobre este asunto: "Mi jefe quiere ser mi amigo en Facebook". El FT citaba el siguiente comentario de un lector: "Trabajo en una agencia de publicidad y mi jefe (que es bastante guay) acaba de pedirme ser mi amigo en Facebook. Me siento invadida; me encanta mi trabajo pero quiero mantenerlo separado del resto de mi vida. No quiero de ninguna manera que espíe lo que le cuento a mis amigos."<sup>xxv</sup>

Un artículo reciente del periodista francés Augustin Scalbert relata una historia similar donde una empleada de una agencia de relaciones públicas también reaccionaba de la misma manera: "Nunca aceptaré a mi jefe como amigo en Facebook. Es mi espacio privado... Mi jefe no tiene porque saber quién soy realmente, más allá de mis competencias profesionales. Y encima, podría usarlo para tenerme vigilada" El título del artículo era: "Mi jefe como amigo en Facebook: ¡Atención, peligro!"<sup>xxvi</sup>

La utilización de sitios de redes sociales y, de manera más general, de información personal colgada en Internet se plantea también en relación con las contrataciones. La información sobre la vida privada (lo que hacen las personas por las tardes o los fines de semana, sus amigos y parientes, sus fotografías personales) está ahora ampliamente disponible en línea. La gente joven en particular cuelga información sobre su vida privada sin reflexionar necesariamente en las consecuencias y en que sus indiscreciones pueden seguir a disposición de sus empleadores dentro de diez, veinte o treinta años. Como lo decía recientemente un joven citado en el periódico francés Libération: "Quizás haya fotos más en 'Fesse Bouc' vomitando o fumándome un porro en una fiesta y qué se yo. ¡Piensa en las repercusiones!"<sup>xxvii</sup>

Han salido a la luz varios informes en los que efectivamente los empleadores utilizaban información personal de sitios de redes sociales de candidatos para influir en su decisión durante el proceso de contratación. En un estudio llevado a cabo por Viadeo, un empleador decía: "Hemos descubierto que el candidato participaba en actividades que no concuerdan con la ética de nuestra empresa". Otro afirmaba: "Su sitio Internet mostraba un lado suyo negativo, en particular un excesivo consumo de alcohol."<sup>xxviii</sup>

Un tercer empleador admitía lo siguiente: "En el pasado, simplemente pasaba a mis candidatos por la criba de Google, mientras que ahora, también escribo su nombre en MySpace. He encontrado varias cosas interesantes en este sitio. Un candidato declaraba en su perfil personal que estaba en contra de la religión y de cualquier creyente. ..Eliminé de inmediato su candidatura por ser demasiado conflictiva."<sup>xxix</sup>

El periodista del Financial Times especializado en tecnología advertía recientemente a sus lectores: "Es casi seguro que su próximo empleador escribirá su nombre en Google para verificar sus actividades en línea. Algunos, sobre todo en los Estados Unidos, pueden incluso encargar una búsqueda completa de tus antecedentes a un proveedor en línea como Intelius ([www.intelius.com](http://www.intelius.com)) ó Abika ([www.abika.com](http://www.abika.com))<sup>xxx</sup>. Para los sindicatos, sin embargo, hay razones muy convincentes para disuadir a los empleadores de usar este tipo de prácticas. En primer lugar, hay que tener en cuenta la cuestión de la igualdad de oportunidades: una buena práctica de contratación es evaluar a cada candidato para un puesto utilizando los mismos criterios y procedimientos de selección. En líneas generales, no se considera una práctica de contratación aceptable hacer a los candidatos preguntas personales sobre sus creencias, su sexualidad o sus relaciones. Tener acceso a tal información en los sitios de redes sociales también debería considerarse una práctica inadmisibles.

La cuestión de saber hasta qué punto los empleadores tienen derecho a influenciar o modificar las vidas en línea de sus empleados se extiende también a los mundos virtuales. Por ejemplo, ¿deberían las empresas tener poder sobre los avatares de sus empleados en Second Life?

Como ya hemos mencionado en este informe, las empresas reales están representadas en mundos virtuales como Second Life, y realizan actividades bien reales. Varias compañías, incluidas IBM e Intel, autorizan a sus empleados a 'trabajar' en Second Life, generalmente para reuniones y debates en línea. IBM ha elaborado *Virtual Worlds Guidelines* [Líneas directrices para los mundos virtuales] para sus empleados, basadas en general en un enfoque pragmático. Por ejemplo, afirman: "En regla general su vida privada es suya. No obstante, debe evitar, en el mundo virtual, las actividades que puedan tener un impacto negativo en IBM... "Sin embargo, el penúltimo párrafo de estas líneas directrices contienen una desagradable sorpresa: "Debe examinar si su persona digital pudiera vincularse a IBM en actividades que realiza fuera de las horas de trabajo. Toda conducta que pueda afectar negativamente su rendimiento como empleado de IBM, el de otros empleados o los intereses comerciales legítimos de IBM puede acarrear medidas disciplinarias, incluso el despido."

En esta materia, el problema radica en parte en que no existen reglas claras para determinar lo que es aceptable y lo que no lo es. La creciente fusión entre los límites de la vida profesional y privada también crea dificultades.

Un conjunto de principios, que constituya la base de un posible futuro código de buenas prácticas, fue propuesto en un documento informativo de diciembre de 2007 que he redactado después de estudiar el tema durante la conferencia de UNI-Europa Profesionales de 2007.

Estos principios son los siguientes:

- Se necesitan líneas directrices claras, establecidas por convenio colectivo, para determinar en qué medida el acceso a los servicios en línea, incluidas las redes sociales, está autorizado en los lugares de trabajo. Una buena práctica sería autorizar a los trabajadores a utilizar los servicios en línea con fines no comerciales, siempre que esta utilización no afecte a su capacidad para desempeñar su trabajo.
- Los empleadores deberían reconocer que las vidas privadas de los trabajadores se desarrollan cada vez más en línea. Los trabajadores tienen derecho a expresar sus opiniones en línea, a condición que no busquen dañar, de manera poco razonable, la reputación de sus empleadores.
- Los empleadores que hacen búsquedas en línea (por ejemplo, vía Google) sobre candidatos específicos durante los procesos de contratación, o que recurran a consultores de contratación para hacerlo, deberían informar claramente a los candidatos de que se van a realizar dichas investigaciones. Los empleadores deberían tener la certeza de que estas búsquedas no discriminan a algunos candidatos.

- El acceso a la información personal en línea sobre individuos, incluidos los perfiles en los sitios de redes sociales, no debería estar autorizado en ningún caso, ya sea durante el proceso de contratación o después de la misma.
- Los directores deberían entender su posición y el papel que desempeñan en el lugar de trabajo. Por tanto, debería considerarse inadmisibles que un director solicite el acceso a las redes de amistad de sus subordinados en sitios de redes sociales.

## Hacia los sindicatos 2.0

---

Los sindicatos pueden y deberían utilizar las herramientas de Web 2.0 en su trabajo, de la misma forma que, durante años, han utilizado tantas otras herramientas, desde máquinas de escribir hasta teléfonos, que en aquel entonces también eran nuevas tecnologías.

¿Pero acaba ahí la cosa? Como se ha mencionado anteriormente, algunos autores han sugerido que las nuevas formas de utilizar la web acarrearán cambios fundamentales en las prácticas de empresa: según ellos, Empresa 2.0 no necesitará mucho utilizar las prácticas de gestión de la era industrial para el mando y el control, recurrirá en gran medida a métodos de trabajo basados en la participación y la conexión en redes.

¿Qué debemos pensar de la sugerencia, presentada por Ulrich Klotz y Christine Revkin entre otros, de que también los sindicatos necesitan realizar un cambio fundamental si quieren poder adaptarse al mundo del trabajo del siglo XXI? ¿Tenemos que seguir su ejemplo y hablar de los Sindicatos 2.0?

Si no existieran todavía los sindicatos, podemos estar seguros de que la generación actual de trabajadores se reuniría para crear organizaciones para defender sus intereses colectivos comunes. Pero los trabajadores de hoy, y en particular los más jóvenes, llevarían a cabo este proceso de una nueva manera. En lugar de crear estructuras sindicales centradas en las reuniones cara a cara en los lugares de trabajo de las secciones locales en ciudades y pueblos, la web serviría de base para la construcción de redes, para lanzar campañas y debatir cuestiones.

La democracia sindical sería sin duda también muy diferente: en lugar de votar a mano alzada en los centros de conferencias, la toma de decisiones se realizaría electrónicamente, en línea. Y las estructuras sindicales tradicionales, que en muchos aspectos son una réplica de las estructuras jerárquicas de las empresas de la era industrial, podrían quizás también remodelarse: en lugar de una estructura piramidal en el que los sindicatos son considerados como la base, las estructuras podrían bien ser horizontales, basadas en las relaciones entre los miembros, entre homólogos, en lugar de verticales.

Todo esto inevitablemente debería llevar a los sindicatos a replantearse sus actuales prácticas y formas de trabajar. Sin duda, si los sindicatos están realmente interesados en que los jóvenes que accedan por primera vez a un puesto de trabajo -la llamada generación de la Red - se sientan atraídos por los sindicatos, la participación de los sindicatos en el mundo en línea no debe ser superficial: es necesario que estos mundos en línea se integren profundamente en su modo de funcionar.

Ahora es urgente actuar, ya que la tecnología sigue avanzando. Los comentaristas ya están debatiendo sobre la preparación de la próxima generación de la web, Internet en tres dimensiones que probablemente estará altamente personalizado y centrado más y más en el acceso a través de dispositivos móviles como teléfonos, ipods/lectores mp3. No sabemos cómo será la Web 3.0, pero ya ha llegado el momento de prepararse para cuando llegue.

Information for translations:

Original texts, where not English.

Klotz: Um als 'Gewerkschaften 2.0' in der 'nächsten Gesellschaft' erfolgreich fortbestehen zu können, werden sie sich in all ihren Strukturen and Prozessen sogar noch weit grundlegender wandeln müssen als die meisten Unternehmen

Mon patron comme ami: «Je n'accepterai jamais mon patron comme ami sur Facebook. C'est mon espace privé ... Mon patron n'a pas à savoir qui je suis réellement, en dehors de mes compétences professionnelles. En plus, ça peut être un moyen de flicage »}

l.be : «Il y a peut-être des photos de moi sur Fesse Bouc en train de gerber ou de fumer un pet' dans une soirée, et je ne le sais même pas! Imaginez les dérives! )

- <sup>1</sup> Butler Group, Enterprise Web 2.0, Building the Next-generation Workplace, publicado en septiembre de 2008
- <sup>2</sup> Don Tapscott and Anthony Williams, Wikinomics: How Mass Collaboration changes Everything, publicado en enero de 2008
- Ulrich Klotz, Mit dem 'Unternehmen 2.0' zur 'nächsten Gesellschaft' <sup>4</sup> Christine Revkin, UNI and the Web 2.0
- <sup>5</sup> [www.newunionism.net/network.htm](http://www.newunionism.net/network.htm)
- <sup>6</sup> <http://wiki.org>
- <sup>7</sup> UGT Extremadura se une a las redes sociales de Tuenti y Facebook, <http://www.extremaduraaldia.com/tecnologia/ugt-extremadura-se-une-a-las-redes-sociales-de-tuenti-y-facebook/61703.html>
- <sup>8</sup> [El sindicato de trabajadores australianos intenta venderse a una nueva generación de Australianos lanzando un formulario de candidatura en Facebook] The Australian Workers Union is looking to market itself to a new generation of Australians by launching a Facebook application, <http://www.australianit.news.com.au/story/0.24897.2291883415318.00.html>
- <sup>9</sup> Union Organizing 2.0: Labour enters the Facebook matrix, <http://briarpatchmagazine.com/2008/11/01/labour-enters-the-facebook-matrix/>
- <sup>10</sup> [www.facebook.com/group.php?gid=7519916618](http://www.facebook.com/group.php?gid=7519916618)
- <sup>11</sup> Facebook, las redes sociales y los sindicatos, <http://blog.comfia.net/webmaster/esindicato/2008/01/17/facebook-las-redes-sociales-y-los-sindicatos>
- <sup>12</sup> [www.facebook.com/group.php?gid=20166712344](http://www.facebook.com/group.php?gid=20166712344) <sup>13</sup> Information from [www.unicomunicators.org](http://www.unicomunicators.org)
- <sup>14</sup> Boletín informativo de la CES, enero de 2008
- <sup>15</sup> Welcome to Union Island, Labour Research, agosto de 2008
- <sup>16</sup> Facebook Facts: Finding Friends and Foes, [http://ourtimes.ca/Talking/article\\_87.php](http://ourtimes.ca/Talking/article_87.php) <sup>17</sup> Derek Blackadder, op cit
- <sup>18</sup> Bandwagons and Buzzwords: Facebook and the Unions, [www.ericless.info/2007/11/bandwagons\\_and\\_buzzwords\\_facebook.html](http://www.ericless.info/2007/11/bandwagons_and_buzzwords_facebook.html)
- <sup>19</sup> Tom Hodgkinson, With Friends Like These ... , The Guardian (London), 14 de enero de 2008
- <sup>20</sup> Este código está disponible en inglés en: <http://www.union-network.org/UNISite/Sectors/IBITS/ICT/DOCUMENTS/On-LineCodeE.pdf>. Puede accederse a otras versiones lingüísticas vía la página inicial UNI IBITS.
- <sup>21</sup> Este ejemplo y muchos otros citados más adelante provienen del documento informativo "Online Rights at Work" escrito por Andrew Bibby para UNI Profesionales, diciembre de 2007
- <sup>22</sup> Ben Quinn, Virgin sacks 13 over Facebook 'chav' remarks, The Guardian (London), 1 de noviembre de 2008
- <sup>23</sup> Company suspends employees for Facebook rants, CBC News, 10 de septiembre de 2007. [www.cbc.ca/canada/manitoba/story/2007/09/10/facebook-union.html](http://www.cbc.ca/canada/manitoba/story/2007/09/10/facebook-union.html)
- <sup>24</sup> Ben Quinn, op cit
- <sup>25</sup> Lucy Kellaway, My Boss wants to be my friend on Facebook, Financial Times, 3 de octubre de 2007
- <sup>26</sup> Augustin Scalbert, Mon patron comme ami sur Facebook : attention, danger! <http://eco.rue89.com/2008/10/01/mon-patron-comme-ami-sur-facebook-attention-danger>
- <sup>27</sup> Karl Laske, Double Facebook, Liberation, 6 de diciembre de 2007
- <sup>28</sup> Recruiters say 'no' to job applicants with poor Internet reputations, 28 de marzo de 2007, [www.videointhenews.com/English/press/view.asp?id=1&pressid=22](http://www.videointhenews.com/English/press/view.asp?id=1&pressid=22)
- <sup>29</sup> Caught in the Net, [www.the.lawyer.com/cgi-bin/item.cgi?id=129676&d=pndpr&h=pnhpr&f=pnfpr](http://www.the.lawyer.com/cgi-bin/item.cgi?id=129676&d=pndpr&h=pnhpr&f=pnfpr)
- <sup>30</sup> Paul Taylor, Two faces of people search, Financial Times, 24 de abril de 2008

---