

# RedINSIDE

Publicación Digital de Comunicación Interna

## Red INSIDE N°25



### Un salvador de la comunicación interna

Hace diez años un Director de RRHH le dio la oportunidad a quien suscribe de comenzar a generar estrategias de comunicación interna.

En aquel entonces pocas empresas tenían suficiente presupuesto asignado para generar -de manera periódica y sostenida- medios o acciones de comunicación a los públicos internos.

El objetivo fue hacer un house organ para todas las empresas del Grupo Molinos. Un gran desafío, que provenía de un profesional muy exigente.

Su apellido, Ventriglia.

Su nombre, Salvador.

Queridos comunicadores, con el sentimiento que genera escribirles el último día del año, queremos felicitarlos por la tarea realizada durante la última década. Cada uno de ustedes han sido "salvadores" de esta disciplina. La han construido y la siguen construyendo día a día. El departamento

de Investigación & Desarrollo aún está ahí, en sus escritorios, en sus fábricas, en sus pasillos.

Como agradecimiento les acercamos un pequeño álbum de fotos (plagado de injustos olvidos), una breve cronología de los hitos, de los productos y servicios que han gestado en la última década. Sobre el final encontrarán también un listado de agradecimientos (una vez más, los increíbles olvidos son de mi exclusiva responsabilidad).

Es deseo del maravilloso equipo editorial que me acompaña que tengan un 2005 pleno de éxitos profesionales. Y en particular es mi anhelo que crezcan en lo personal. Un comunicador de éxito podría influir sobre muchas vidas. Aprovechemos el brindis de año nuevo para recordar que una comunicación reflexiva, coherente con el sentir, congruente con el hacer, empieza siempre adentro, siempre antes... en nuestras familias y, mejor aún, en nuestra alma.

Manuel Ignacio Tessi Parisi

Director

### PASADO, PRESENTE Y FUTURO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

Pasado, presente y futuro de la CI.

Cronología de los últimos 10 años.

Muchas fueron las organizaciones que le han dado un rol protagónico a su gestión de Comunicación Interna en Argentina. Les acercamos un resumen con algunos de los hitos que hicieron historia.

Por Mariano Rivero\*

Los años '90

En los años noventa la comunicación interna tuvo un importante crecimiento que se reflejó en el desarrollo de los medios tradicionales, especialmente gráficos: house organs, carteleras, manuales, folletos y newsletters, entre otros.

También hacia finales de este período, la tecnología digital dio un salto con el advenimiento

de intranet, la generalización del e-mail y la animación computada aplicada a audiovisuales de alto impacto.

La prioridad era establecer nuevos y mejores medios de comunicación masiva.

1994

MOLINOS

Lanzamiento del Group Organ "Equipo Molinos". Este holding se comunicaba con los empleados de todas sus empresas (Matarazzo, Tres Cruces, Nobleza Gaucha, etc.)

MAXIMA AFJP

Lanzamiento del house organ "MAXImás", que tuvo un importante recibimiento por parte de los empleados de esta AFJP durante varios años.

H.O. "Equipo Molinos"  
Molinos

H.O. "MAXIMás"

MAXIMA AFJP

H.O. "Entre NOS"

Grupo Clarín

1995

GRUPO CLARÍN

Lanzamiento del group organ "entre NOS".

COCA-COLA FEMSA

Lanzamiento del house organ "Sentimientos".

H.O. "Entre NOS"

Grupo Clarín

H.O. "Sentimientos"

Coca-Cola FEMSA

H.O. "Te Cuenta"

Tres Cruces

TRES CRUCES

Lanzamiento del house organ "Te Cuenta".

NOBLEZA GAUCHA

Lanzamiento del house organ "Conociéndonos", para la Unidad de Yerba Mate, Arroz y Premezcla de Molinos.

1996

McDONALD'S

Con motivo del 10mo Aniversario de la llegada a la Argentina, se distribuye una edición de lujo de su house organ "McGazine" con formato de Big Mac.

McGazine "10 años"

McDonald's

H.O. "Ecos"

Kimberly-Clark

Visión, Misión y Valores

McDonald's

1997

KIMBERLY-CLARK

Lanzamiento del house organ "ECOS".

McDONALD'S

Lanzamiento de la Visión, Misión y Valores para sus 8000 empleados. Se realizan una amplia campaña, un video del presidente y un Evento Interno para niveles gerenciales y staff.

1998

BANKBOSTON

Campaña de integración con motivo de la adquisición de la Banca Minorista del Deutsche Bank.

Campaña de Integración

BankBoston-Deutsche Bank

Plan Estratégico

HSBC Group

H.O. "Ganadores"

MAXIMA SERVICIOS

HSBC GROUP

Comunicación del Plan Estratégico del nuevo grupo en vistas al 2000. Se distribuye Brochure Oficial con palabras del CEO.

HSBC GROUP – MAXIMA SERVICIOS

Se crea "MAXIMA Servicios" una fuerza de ventas integrada por los vendedores de HSBC Banco Roberts, La Buenos Aires Seguros, La Buenos Aires New

York Life y Docthos, motivo por el cual se lanza la publicación interna "Ganadores".

#### KIMBERLY-CLARK

Argentina es sede del Board of Directors Meeting (Congreso Mundial del Directorio de la Compañía). Para las presentaciones y actividades se realiza una amplia cobertura de piezas y medios de comunicación interna.

Brochure BOD Meeting  
Kimberly-Clark  
H.O. "Calidad Humana"  
LBA Seguros  
H.O. "Líderes"  
McDonald's

#### LA BUENOS AIRES SEGUROS

Lanzamiento del house organ "Calidad Humana" para todos los empleados de esta aseguradora.

#### McDONALD'S

Lanzamiento del house organ segmentado "Líderes" de alcance exclusivo a los niveles gerenciales.

#### WAL-MART

Lanzamiento en Argentina del house organ "Wal-Mart HOY".

H.O. "Wal-Mart HOY"  
Wal-Mart  
H.O. "BKB News"  
BankBoston  
Managing for Value  
Cadbury-STANI

1999

#### BANKBOSTON

Lanzamiento de su house organ junto con un concurso interno para que los empleados propusier-

an su nombre. El nombre ganador fue "BKBNews", que se comenzó emplear a partir del segundo número.

#### CADBURY STANI

Entrega de kit de comunicaciones y difusión del programa "Managing for Value" a través de una campaña de públicos segmentados. El programa busca proporcionar resultados financieros sobresalientes, gestionando de una manera acertada el negocio. La estrategia de comunicación interna fue intensa.

#### COCA-COLA FEMSA

Se difunden los valores corporativos a través de una campaña que utiliza el humor gráfico con dibujantes del diario La Nación. La estrategia tiene una importante aceptación en el target interno.

#### McDONALD'S

En conjunto con la Universidad de Morón se crea la Carrera Universitaria en Comercialización Minorista. Se difunde a través de una campaña que presenta beneficios especiales (económicos y académicos) para los gerentes de la compañía.

Carrera UM  
McDonald's  
KIT Pension Plan  
Abbott Laboratories  
Manual Nueva Torre  
BankBoston

#### Nuevo milenio – Nuevos enfoques

Por la incertidumbre generada globalmente a raíz del famoso "efecto Y2K", muchos comunicadores internos se despegaron de la comunicación "mediática" y comenzaron a enfocarse en el contacto persona a persona.

A fines del 2001, tras un período de crisis política y social generada por la renuncia del presidente Fernando De La Rúa, las organizaciones se vieron obligadas a trabajar en grandes replanteos es-

tratégicos.

Así, se desarrollaron cada vez más las acciones de comunicación interna tales como desayunos de trabajo, actividades outdoor, entrenamiento en comunicación para equipos de trabajo y eventos internos, entre otras prácticas.

Este nuevo espectro dentro del "communication mix" sumado a los medios clásicos permitió establecer una amplia variedad de herramientas para los planes de comunicaciones internas. En este sentido, se hizo cada vez más necesaria una correcta asignación de recursos.

Comenzaron a realizarse mediciones de las comunicaciones internas cada vez más intensivas en aspectos cualitativos y cuantitativos.

Por otra parte, en los ámbitos académicos la disciplina cobró importancia y se desarrollaron un mayor número de conferencias, nuevos planes de estudio, y seminarios cada vez más específicos para atacar distintas problemáticas de la comunicación interna. Esta tendencia permitió abordar la teoría con un renovado enfoque venido de la práctica real en el mercado.

2000

ABBOTT

Entrega de un kit de comunicaciones con la puesta en vigencia del Plan de Pensiones, programa que otorga beneficios provisionales adicionales a los empleados.

BANKBOSTON

Se inaugura la Torre BankBoston, obra del arquitecto César Pelli. Las oficinas centrales se mudan al edificio. Se genera una estrategia de comunicación interna específica para mudanzas. Se realiza en su fase final un evento inaugural y cada empleado recibe un Kit de Bienvenida acompañado de un Manual del nuevo edificio inteligente que explicaba los sistemas de seguridad, directorio por pisos, internos, etc.

CAMUZZI GAS

Lanzamiento del house organ "Nuestra Gente".

H.O. "Nuestra Gente"

Camuzzi Gas

H.O. "CWA"

Citibank

Quality Dividends

Citibank

CITIBANK

Lanzamiento del house organ "Citigroup World Argentina" con formato de periódico. (en la foto ilustrativa se ve el house organ doblado a la mitad)

CITIBANK

El Área Corporate realiza un evento de lanzamiento de "Quality Dividends" un nuevo Programa de Reconocimiento para el personal. Se realiza un video de presentación y se entrega un kit de comunicaciones en sintonía con la campaña gráfica.

ERICSSON

Se pone en marcha MUS (Market Unit Solutions) a través de una integración de los sistemas de la información que permite optimizar la gestión. Se realiza la campaña local denominada "One For All".

Campaña "One for All"

Ericsson

H.O. "Pulso"

AMSA

Campaña de Intranet

PeCom Energía

MASSLIFE

Lanzamiento del house organ "MASSNEWS".

McDONALD'S

Se lanza mediante una campaña gráfica la tarjeta de descuentos para empleados "McPlus". Se trata de una tarjeta que permite comprar con descuento en empresas de indumentaria y entretenimiento para uso exclusivo de los empleados.

## REPSOL YPF

Comunica su Visión y Misión corporativa mediante una campaña con un innovador recurso de afiches troquelados a modo de puzzle y un mensaje emotivo que busca afianzar los lazos con la casa matriz de España.

## UNIVERSIDAD AUSTRAL

La Facultad de Comunicación crea la Maestría en Gestión de la Comunicación en las Organizaciones impulsando la importancia estratégica de la CI. Se asignan 60 horas de Comunicación Interna divididas en dos materias.

2001

AMSA

Lanzamiento del house organ "Pulso".

PECOM ENERGÍA

Se incorporan nuevas herramientas y aplicaciones a la intranet y se acompañan las mejoras con una campaña de relanzamiento del medio en español y portugués para toda Sudamérica.

## BANKBOSTON

Se concreta el Proyecto Boston 2000, que consistió en la integración de la información en sucursales para optimizar la operación a través del nuevo sistema Altamira. El proceso fue acompañado de una amplia campaña interna en cada una de sus etapas.

## RED INSIDE

Lanzamiento de RedINSIDE, el newsletter digital de la Comunidad Latinoamericana de Comunicación Interna. Desde su primer número con sólo 100 suscriptores, este primer newsletter exclusivo de la especialidad creció hasta alcanzar más de 2.000 suscriptores de 20 países en 2004.

Campaña Boston 2000

BankBoston

RedINSIDE Nº 1

RedINSIDE

RedINSIDE Nº 18

RedINSIDE

## CITIBANK

Trade Marketing adapta su negocio al concepto E-Business. Realiza una campaña digital que luego es doblada al inglés y exportada a Estados Unidos, América Latina, Europa y Asia. Lanza el e-letter "Citibank Latin America on the Net".

## MASSLIFE

Se realiza la fiesta de fin de año en el Salón Tattersall, donde se proyecta un video anticipando para el 2002 la creación del Sistema de Autogestión de Operaciones (Extranet Comercial para la Fuerza de Ventas y Productores).

## REPSOL YPF

Se difunde el nuevo sistema "RYS XXI" que promueve una gestión orientada al cliente, mediante una campaña de amplia difusión corporativa.

Campaña RYS XXI

Repsol YPF

Nuevo BKB News

BankBoston

Jornadas de CI 2002

UCES

2002

BANKBOSTON

El house organ BKBNews cambia al papel prensa y un tamaño tabloide emulando el formato de FleetForward, la publicación de la Casa Matriz en Estados Unidos.

## EDS – ELECTRONIC DATA SYSTEMS

Con motivo del 40 aniversario de la corporación, se realiza un evento interno y un video local conmemoratorio.

## UCES

Jornadas de Comunicación Interna. El Auditorio de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales es sede de la Conferencia de Comunicación Interna "Crecer a través de casos" a la que asisten 270 profesionales en dos ediciones. Participaron como expositores comunicadores internos de McDonald's y BankBoston y miembros de UCES y la Consultora INSIDE.

## REPSOL YPF

El Área de Formación Comercial lanza el newsletter "En Contacto" para todo el personal de la Red de Estaciones de Servicio.

## H.O. "EnContacto"

Repsol YPF

## H.O. "HEXAGONO"

ROCHE

Misión XXI

Repsol YPF

## ROCHE

Lanzamiento a nivel local de "Hexágono" el periódico mundial del Grupo Roche.

## ZURICH SEGUROS

Se pone en marcha el Programa Performance Management bajo el nombre creativo "Dinamia" que busca la obtención de resultados corporativos a raíz de los logros individuales de los empleados. En la campaña de comunicación interna se utiliza el concepto de equipo de fútbol en paralelo al Mundial Japón Corea 2002.

2003

## REPSOL YPF

La Dirección de Red Abanderada lanza el Programa de Excelencia Empresaria denominado internamente "Misión XXI". Se realiza un evento para los Jefes de todas las Estaciones de Servicio del país en el Hotel Hilton y se entrega un kit de comunicaciones. Se proyecta y distribuye un video con la participación de "Los simuladores".

## ROCHE

Se pone en marcha la campaña de Visión y Misión para la Planta de Pilar. El proceso incluye mediciones, piezas de marketing directo, la generación del newsletter de la planta "Respeto y Orgullo Diario" y la realización de Talleres durante el 2004 en los cuáles participan todos los empleados de la División Técnica.

Piezas Visión y Misión

ROCHE -Planta Pilar-

## Talleres Visión y Misión

ROCHE -Planta Pilar-

Talleres de Formadores

MAPFRE Seguros

## MAPFRE SEGUROS

Se realiza una serie de talleres outdoor de Comunicación y Creatividad para los Formadores Internos de la Compañía, acompañados por un Foro Digital de soporte entre las distintas jornadas.

## REPSOL YPF

La Dirección de Lubricantes y Especialidades Latinoamérica realiza una serie de Talleres de Comunicación para Equipos de trabajo en las áreas de Lubricantes (Ventas Directas) y Derivados (Parafinas).

## Talleres para Equipos

Repsol YPF -DLyE LAM-

Campaña "Diversity"

Citibank

Evento Sentido MAPFRE

MAPFRE Seguros

2004

## CITIBANK

Se transmite el concepto de "Diversity" (política de igualdad y no discriminación) a través de una campaña interna.

## REPSOL YPF

La Dirección de Lubricantes y Especialidades Latinoamérica lleva adelante un Proyecto de Medición de sus Comunicaciones que permite obtener información cuantitativa y cualitativa profunda de sus públicos internos.

## MAPFRE SEGUROS

Se realiza en Punta Carrasco el Evento Interno Anual de comunicación del Plan Estratégico a los mandos medios bajo el lema "Sentido MAPFRE". Este año se pone foco en "la comunicación de los líderes con sus equipos". Se entregan kits con piezas de soporte para optimizar la bajada en cascada.

KIT Sentido MAPFRE  
MAPFRE Seguros  
Talleres de CI  
Grupo Clarín  
Conferencia 2004  
Asoc. Arg. de Marketing

#### GRUPO CLARÍN

El Auditorio de ARTEAR y el Hotel Presidente son sede para los Talleres de Comunicación Interna y Benchmarking con los facilitadores de CI de las empresas del Grupo. Entre las dos jornadas de trabajo se realiza un Foro Digital en el que se comparten ejercicios, material, debates y una competencia de creatividad.

#### ASOCIACION ARGENTINA DE MARKETING

Se abre el Ciclo de Conferencias 2004 con la Conferencia "Paradigmas de la Nueva Comunicación" en el Hotel Intercontinental. Por primera vez, la AAM enfoca en profundidad las nuevas tendencias de Comunicación Interna asociada al Marketing con la exposición de Manuel Tessi Parisi y César Torres, de Torres Junges Advertising.

#### REPSOL YPF

La Dirección de Red Propia Argentina en conjunto con el Área de Formación Comercial lanza el Programa de Rentabilización de Estaciones de Servicio denominado "Desafío 2004" con un Evento Interno en Golden Center de Parque Norte.

#### Desafío 2004

Repsol YPF  
Talleres para Equipos  
ROCHE -Diagnostics-  
Conferencia de Casos 2004  
WACRA - UCES

#### ROCHE

Se realiza a lo largo del año una serie de Talleres de Comunicación Interna para Gerentes, Reportes y Equipos de la División Diagnostics con el objetivo de optimizar su comunicación interpersonal a través de nuevas herramientas y modelos. Los talleres son acompañados por tutorías individuales y soporte digital por Foros.

#### WACRA – UCES

WACRA, la Asociación Mundial para la Investigación y Aplicación del Método de Casos, realiza por primera vez su Congreso Mundial en un país Latinoamericano. Buenos Aires se transforma en sede a través de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales. Manuel Tessi Parisi expone respecto de la comunicación interna local llevando la especialidad a este Congreso Internacional.

#### REPSOL YPF

La Refinería La Plata lleva adelante un Proyecto de Medición de sus Comunicaciones que permite obtener información cuantitativa y cualitativa profunda de sus públicos internos.

#### Medición de las Comunicaciones

Repsol YPF -Ref. La Plata-  
Evento Principios del Negocio  
Nobleza Piccardo  
Evento para Distribuidores  
Papelería del Plata

#### PIRELLI – TELEFONICA – McDONALD'S – REPSOL YPF

Las cuatro empresas llevan adelante en forma conjunta el proceso de Benchmarking de sus Encuestas de Satisfacción con el objetivo de optimizar la herramienta y comparar sus resultados con otras empresas líderes del mercado.

#### NOBLEZA PICCARDO

Se realiza en el Hotel SOFITEL un Evento para la comunicación de los Principios del Negocio al "Top Team" y la Alta Gerencia. Se entregan kits con piezas de soporte para optimizar la bajada en cascada y se establecen las consignas de trabajo respecto del tema para todas las áreas de la Compañía.

#### PAPELERA DEL PLATA

Se realiza la Estancia Los Ombués un Evento de integración con los distribuidores de la marca "Elite" en todo el país. Se abordan como ejes centrales la comunicación y el trabajo en equipo para afrontar los desafíos comerciales.



## La comunicación interna que viene

Cada vez son más las organizaciones que replican internamente los avances tecnológicos en busca de optimizar las vías de comunicación y los canales existentes acortando las distancias entre sus miembros y llegando a diferentes locaciones en tiempo real.

El chat interno, las webcams, videoconferencias y otros sistemas complejos son algunas de las nuevas herramientas con mayor potencial. En pocos años, el trabajo a distancia podría ser moneda corriente y las comunicaciones dentro de las fábricas y plantas de producción cambiaría sustancialmente.

Entre las empresas que ya comenzaron a apoyarse en las nuevas tecnologías, especialmente con un gran desarrollo de intranet y medios digitales encontramos a IBM, Petrobras, Repsol YPF y Roche. De esta tendencia se han contagiado incluso pequeñas y medianas empresas locales que ya han comenzado a adoptar nuevos códigos de comunicación interna.

La tecnología se transformará, en el corto plazo, en un requisito fundamental para una comunicación cada vez más rápida y efectiva en las organizaciones. Sin embargo siempre deberá tenerse presente el componente humano, la comunicación cara a cara, que hasta el momento ha demostrado ser el mejor canal de entendimiento y comprensión entre los integrantes de la organización.

\* Mariano Rivero es insider con formación en publicidad de la Universidad del Salvador. [mrivero@inside.com.ar](mailto:mrivero@inside.com.ar)

## Maestría en Gestión de la Comunicación en las Organizaciones

La Maestría en Gestión de la Comunicación en las Organizaciones es una carrera de posgrado desarrollada por la Universidad Austral para brindar una formación superior en el campo de la Comunicación.

Está orientada a capacitar profesionales del ámbito de la comunicación que quieran profundizar sus conocimientos teóricos y adquirir herramientas técnicas y prácticas. También dirigida a profesionales que se desempeñan en otras áreas y que necesitan modelos de análisis y gestión de la comunicación para administrar sus organizaciones.

Puede interesar especialmente a graduados en Comunicación, Relaciones Públicas, Periodismo, Publicidad, Diseño, Marketing, Abogacía, Ciencias Políticas, Administración de Empresas, Recursos Humanos, entre otras disciplinas. Profesionales que se desenvuelvan en empresas, organizaciones no gubernamentales, consultoras, agencias de publicidad y prensa, organismos gubernamentales, pequeñas y medianas compañías, y profesionales independientes.

La duración de la carrera es de abril de 2005 a mayo de 2006. Un día por semana en jornada completa.

El programa de la Maestría está formado por 36 materias que abarcan las principales áreas de la Gestión en Comunicación: Comunicación Institucional, Comunicación Interna, Asuntos Públicos, Teoría y Práctica de la Comunicación, Metodología y Análisis, y Management. El alumno puede armar su propio Plan de Estudios sobre la base de materias obligatorias y de una serie de materias optativas que elige según su perfil y sus necesidades profesionales.

Informes e inscripción:

Lic. Alejandra Figueroa / Lic. Verónica Del Valle

tel. (011) 5921-8052 o (011) 5921-8000 int: 8343  
o por e-mail: [alejandra.figueroa@fci.austral.edu.ar](mailto:alejandra.figueroa@fci.austral.edu.ar)  
[veronica.delvalle@fci.austral.edu.ar](mailto:veronica.delvalle@fci.austral.edu.ar)  
[www.austral.edu.ar/posgradosfc](http://www.austral.edu.ar/posgradosfc)

## AGRADECIMIENTOS

Algunos de los protagonistas que hicieron crecer la CI en Argentina durante estos últimos 10 años... ¡GRACIAS!

Adriana Barron – Alberto Amato – Alejandra Bazán – Alejandra Segade – Ana Angriman – Ana Laura Larocca – Ana Teste – Andrea Lojo – Andrea Negri – Andrés Pesqueira – Antonio Martelló – Aurora Suárez – Juan Carlos D'elía – Carlos Ferrario – Carolina Brignani – Carolina Parrella – Celina Kasetta – Celso Pache – Claudia Almanza – Claudia Mosovich – Claudia Nisebe – Claudia Presutti – Claudio Corradetti – Constanza Dictar – Cristina Russo – Daniel Gonoraszký – Daniel Merli – Daniela Fernández – Daniela Mora Simoes – Danilo Ros – Darío Luksemburg – Diana Ponzelli – Diego Benenson – Eduardo Cerdeira – Eduardo Rosker – Eliana Hansen – Elizabeth Ponzo – Edgardo Matuk – Elsa De Biase – Enrique Cozzi – Ezequiel Palma – Fabián García Nicora – Fabiana Pistarelli – Flavio Rowell – Gabriela Curto – Gabriela Tenreiro – Geneveva Bianchi – Georgina Buratti – Gerardo Iturbe – Gisela Rucci – Graciela Alvarez – Graciela Fodrini – Guillermo Ceballos Serra – Guillermo Garberi – Gustavo Montes – Hans Klein – Hugo Ingegniere – Inés Belinky – Ivana Chicco – Jean-Claude Gottraux – Joaquín Siffredi – Jorge Andrei – Jorge Navarro – Jorgelina Baratta – José Luis Puiggari – Juan José Almagro – Juan Schamber – Judith Ikonicoff – Julio Bresso – Karina Arduino – Karina Marcos – Leonardo Bianchini – Liliana Moya – Lucas Di Rosa – Luciana Cileta – Luciano Elizalde – María Eugenia Iribarren – María Eugenia Pelaya – María Florencia Motal – María Inés Grassino – María José Buzón – María Julia Garcés – Marcela Mihanovich – Marcela Pieske – Mariana Ibero – Mariana Ortiz de Zárate – Mariana Rísoli – Mariano Sturmer – Mariel Avalos – Marina Baracat – Marina Sommer – Mario Arias Oliva – Mario Colombo – Marisa Pérez Hontalvilla – Martha Babi – Martín Escobar – Martina Chiappe – Melania Baldoni – Mercedes De La Fuente – Mónica Lafitte – Nancy Cornejo – Nancy Racca – Natalia Atela – Pablo Apicella – Pablo Plit – Patricia Mantel – Patricio Gottlieb – Paula Echenique – Paula Meschengieser – Paula Nikotíán – Paulina Focaia – Paz Perrota – Pedro Barcia

– Pilar D'Alessio – Ricardo Czikk – Ricardo Hernández – Roberto Billia – Rubén Figueiredo – Ruben O. Rodríguez – Sabrina Rispoli – Salvador Ventriglia – Sandra Sisto – Santiago Álvarez de Mon – Silvana Dowguñec – Silvina Mendizábal – Silvio Fistzen – Silvio Giusti – Susana Cufone – Susana Junqueras – Teresa Agulló – Valeria Camaño – Valeria Pergament – Valeria Vivani – Verónica Ferrando – Verónica Grassi – Verónica Rivero – Verónica Vatausky – Verónica Zampa – Victoria Ferreiro.

## STAFF

RedINSIDE es una publicación digital gratuita para la Comunidad Hispanoamericana de Comunicación Interna.

Director  
Manuel Tessi Parisi

Equipo Editorial  
Roberto Casanovas  
Mariano Rivero  
Mariana Martín  
Martín Fernández  
Natalia González  
Yanina Iva

Equipo de Arte Digital  
Pablo Gentile  
Maira Saldaño  
Juan Ignacio Cernich



---

# RedINSIDE

Publicación Digital de Comunicación Interna

Distribución gratuita a más de  
4.000 profesionales en 26 países.  
Mayo 2008.