

## Virginia Melián

# Se comunica, planifica y discute a través de INTERNET

1:: En Uruguay, Melián trabajó como periodista cubriendo temas internacionales en el diario La República, fue editora de la revista Posdata durante tres años y cubrió temas políticos en el diario El Día junto a Luis Casal Beck. Se licenció en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de la República, antes de especializarse en la Universidad Católica en el área de comunicación organizacional. Más tarde se fue a Suecia donde obtuvo una Maestría en Comunicación por la Universidad de Estocolmo. Actualmente, lleva adelante un doctorado en la Universidad de Estocolmo enfocado en el estudio del funcionamiento de los nuevos medios basados en internet y su integración a los medios tradicionales.

2:: La intranet de Electrolux está entre las diez mejores del mundo (Nielsen, 2004).

Virginia Melián tiene 37 años y se desempeña en el departamento de comunicación corporativa de Electrolux, el cual, desde Suecia, se encarga de la comunicación interna de sus empleados ubicados en todo el mundo. Esto le plantea el desafío de trabajar con un público multicultural, que tiene estilos gerenciales y de liderazgo diferentes, que hay que considerar a la hora de comunicar.

Se especializó en comunicación organizacional en la Universidad Católica del Uruguay,<sup>1</sup> y hoy se dedica a la comunicación interna de una empresa sueca que tiene empleados en todo el mundo. Desde Estocolmo, o Uruguay cuando viene de visita, se comunica día a día por correo electrónico —y a través de otras herramientas de internet— con personas de diferentes culturas, a quienes no vio nunca, pero con quienes construyó una relación de confianza.

Melián es editora del portal de productos de uso profesional, una de las tres áreas de negocio que desarrolla Electrolux y que forma parte de la intranet<sup>2</sup> a la que acceden todos los empleados de la compañía —más de cincuenta y nueve mil— tanto desde las fábricas como desde las oficinas. Las noticias que publica en el portal incluyen información relevante

para los empleados, presentada en formato periodístico, con un estilo concreto y profundo, que brinda información directa, fácil de leer y captar. Sobre todo se busca no hacer publicidad interna y sí brindar información que sea de interés y utilidad.

“Una empresa que tiene una comunicación interna eficiente da su versión de las cosas y puede evitar la tergiversación”, explica Melián. “Además, una comunicación interna eficiente disminuye costos al facilitar a sus empleados el acceso a la información, quienes deben conocer los objetivos de la empresa, saber para qué trabajan, y estar al tanto del panorama global (*the big picture*)”, agrega. El equipo que está a cargo de la intranet lleva a cabo sus propios estudios de usabilidad, para ver qué tan fácil o difícil les resulta a los usuarios llegar a la información, y así establecer las reglas de usabilidad. En la intranet, además de las noticias, los empleados acceden a las políticas del grupo, las reservas de aviones, de locales de conferencias, por ejemplo. Las fuentes de información para el contenido de las noticias surgen tanto desde el departamento de comunicación corporativa, como desde diversas oficinas de Electrolux en el mundo que, a través de este portal, comunican sus novedades a toda la empresa. La variedad lingüística de los



empleados encuentra un punto común de comunicación a través del idioma inglés. En el portal todos escriben en inglés, aunque también se han ido habilitando portales locales por sector o por fábrica, de manera que hoy Electrolux cuenta en todo el mundo con 200 editores de los portales en idiomas locales, que también integran las noticias del grupo general. Para adaptarse a un público multicultural hay que ser capaz de identificar problemas, señala Melián, de manera que sea más fácil preverlos y solucionarlos. “No es casualidad que en Electrolux me pusieran a cargo del portal del sector de negocios con base en Italia”, puntualiza.

“Los escandinavos, alemanes y estadounidenses tienen más integrada la importancia de la comunicación interna”, señala Melián, y esto se refleja, por ejemplo, en que “son ellos mismos quienes envían las noticias”. Por otro lado, comenta que le ha llevado más tiempo captar el interés de empleados de otras culturas gerenciales más cerradas a la comunicación interna —y por ende a convertirse en fuentes de información—, como España o Italia. Pero su trabajo ha rendido frutos, ya que en estos cinco años ha logrado construir un vínculo de confianza con los empleados que se desempeñan en dichos mercados.

“En el departamento de comunicación corporativa en la sede central en Estocolmo se trabaja en condiciones de gran responsabilidad y gran libertad, subraya Melián, todo el mundo sabe lo que tiene que hacer y lo hace, enfatiza. Estas condiciones no las experimenté en ningún lugar de los que trabajé en Uruguay”, comenta.

Además, cuando tuvo su primer hijo en Suecia, hace siete años, pudo optar por un año de licencia maternal, o paternal. La pareja decidió repartirse el tiempo para disfrutar de Mateo, su primer hijo: los seis primeros meses para la madre, y los siguientes seis meses para el padre. Y actualmente, hasta octubre de este año, goza de la segunda licencia maternal luego del nacimiento de Pablo, el pasado mes de abril.

Su tarea en Electrolux implica comunicarse en forma regular y construir relaciones a través del correo electrónico con personas que no vio nunca y que residen en China, Estados Unidos o Italia. “El contacto personal funciona pero el noventa por ciento se comunica, planifica y discute a través de internet por correo electrónico o conferencias telefónicas. Trabajo y vivo con los nuevos medios”, asegura. ■■

Por S. C.  
Foto P. P.