

Módulo 2. La comunicación efectiva y la gestión emocional en entornos digitales



En este primer nivel la persona es simplemente un “ruido de fondo” que hace activar nuestros propios pensamientos. Acá no estamos escuchando para comprender, estamos escuchando para responder o hacer algo, accionar o actuar. Nuestra mente está ocupada pensando, juzgando, comparando o preparando la siguiente frase. Y este nivel de escucha es el más común, el más natural, entre los seres humanos.

≡ Video introductorio

≡ 1. Conocer más acerca de la comunicación

≡ 2. Comunicación efectiva en redes sociales

≡ 3. Comunicación efectiva en entornos digitales en la pyme

≡ 4. Ejercicio práctico

≡ Referencias

Video introductorio

Pásame la sal

01:19

CONTINUAR

1. Conocer más acerca de la comunicación

¿Por qué es necesario hablar de comunicación efectiva en la actualidad?

No es necesario irnos tan atrás; pensemos que en la década de 1980 y hasta los años 2000, las personas necesitaban estar frente a frente con un asesor, un ejecutivo de ventas o un supervisor para conversar. En las últimas décadas, la comunicación se ha transformado fuertemente en una de las competencias más valoradas en el ámbito laboral, especialmente en todos los espacios y lugares de las pymes donde los vínculos interpersonales son cercanos, diarios o frecuentes y determinantes para el clima de trabajo. En las pymes argentinas —y particularmente en las de la provincia de Córdoba— la comunicación no se considera un proceso abstracto ni lejano: ocurre a diario, en conversaciones breves (charlas de café, feedback entre líder y asesor), mensajes de WhatsApp, correos electrónicos, reuniones improvisadas y

publicaciones en redes sociales. Todo eso, impensado hace 30 años, es la realidad cotidiana más fuerte que vivimos.

Es por eso que, si estás en búsqueda de trabajo o has comenzado hace poco tu carrera laboral, comprenderás que comunicarnos de manera efectiva implica mucho más que “saber hablar” o “escribir bien”. Implica reconocer emociones propias y ajenas, interpretar los contextos, adecuar el mensaje al canal y al interlocutor, y actuar con responsabilidad en la comunicación.

Es por eso que la comunicación efectiva, en este sentido, no puede separarse de la inteligencia emocional que hemos visto en el módulo anterior, entendida como la capacidad de identificar, comprender y gestionar las emociones en uno mismo y en los demás. Daniel Goleman, en su obra, afirma que las personas con habilidades emocionales bien desarrolladas tienen más probabilidades de sentirse satisfechas y ser eficaces en sus vidas (Goleman, 1995).

Concepto de comunicación efectiva

¿Qué entendemos por comunicación?

Desde una perspectiva más del aprendizaje en sí, y que seguramente lo has visto en la secundaria, la comunicación puede definirse como un proceso dinámico mediante el cual un emisor transmite un mensaje a un receptor a través de un canal, utilizando un código compartido y en un contexto determinado. Sin embargo, esta definición clásica resulta insuficiente para comprender la complejidad de la comunicación humana en entornos reales.

Comunicar no es únicamente transmitir información; es construir significado. Cada mensaje que emitimos está cargado de otros elementos no textuales como nuestras intenciones, emociones, valores y supuestos. El receptor, a su vez, lo recibe e interpreta ese mensaje desde su propia historia personal, estado emocional y contexto social. Es decir, la comunicación es un proceso complejo y no lineal.

¿Cuándo una comunicación es efectiva?

La comunicación es efectiva cuando el mensaje que se transmite:

- Es comprendido de la manera más cercana posible a lo que se quiso expresar.
- Genera el impacto esperado.
- Se adecúa al contexto, al canal y al vínculo entre las partes.
- Minimiza malentendidos, conflictos innecesarios y ambigüedades o dobles mensajes (incluso hasta cuando hay un mensaje oculto).

En el ámbito laboral actual de cualquier empresa o pyme de Córdoba, podemos decir que una comunicación efectiva no busca imponer, sino coordinar acciones, fortalecer vínculos y favorecer el trabajo colaborativo.

Podemos recordar en esta instancia a Peter Drucker, referente en management actual, quien sostenía que lo más importante en la comunicación es escuchar lo que no se dice. Esta frase cobra especial relevancia cuando se analizan las interacciones cotidianas en organizaciones pequeñas, donde los gestos, silencios y tonos suelen comunicar tanto o más que las palabras (Handy, s.f.).

*Veamos un ejemplo de lo que sostiene Drucker en el siguiente video: **The office lenguaje.***

01:22

Luego de ver el video, reflexionemos:

1. ¿Qué crees que sucedió en este fragmento de video?
Explica con tus palabras la posible situación.
2. ¿Qué pudiste observar en lo que les pasaba a los diferentes actores o actrices? Menciona en frases, por lo menos una por cada actor/actriz.
3. El joven que está hablando con la persona de más años, ¿habla más con sus formas o con palabras?

¡Envía tus respuestas!

El juego de las emociones en la comunicación

Comunicación y emoción

Toda comunicación tiene, aunque sea en una ínfima parte, algo emocional. Sí, e incluso cuando queremos ser estrictamente racionales, hay un componente emocional. Entonces, pensemos en cómo las emociones influyen en:

- La forma en que expresamos o damos un mensaje.
- La manera en que interpretamos lo que otros dicen.

- Las decisiones que tomamos a partir de una comunicación con otro, de un ida y vuelta en el diálogo.

Por ejemplo, el mismo correo electrónico con “x” mensaje puede ser interpretado como claro y profesional o como frío y distante, dependiendo del estado emocional del receptor y de su vínculo previo con el emisor. Incluso, imaginemos que estamos en el área de logística dentro de una empresa como Blangino (que fabrica pisos, entre otros productos), el correo puede ser recibido y leerse con otra emoción que si estuviéramos trabajando en la Perfumería Juleriaque. Todo es importante para que el mensaje se comprenda.

Inteligencia emocional: breve repaso

Recordarás, del curso anterior, que Daniel Goleman hizo popular el concepto de inteligencia emocional al decir que nos permite:

1. Reconocer las propias emociones.
2. Gestionar e incluso regular esas emociones.
3. Motivar conductas orientadas a objetivos personales y de la organización.

4. Reconocer las emociones de los demás (lo que llamamos “empatía”).
5. Hacer que las relaciones interpersonales sean lo más adecuadas posible.

Además, recordemos que estas competencias pueden ejercitarse y desarrollarse a lo largo del tiempo mediante la reflexión, la práctica y el aprendizaje consciente para mejorar en cada etapa de tu vida personal y laboral.

Comunicación efectiva

Entonces, ¿qué desafíos específicos en materia comunicacional tenemos como jóvenes en el mundo laboral? Vamos a identificar algunos, que son parte de algo más amplio:

- Uso excesivo de la comunicación informal en contextos formales, es decir, respondemos como “podemos” o “nos sale”.

- Dificultades para expresarnos de manera correcta o empática cuando no estamos de acuerdo con algo.
- Interpretación errónea de mensajes escritos a nivel emocional (ya veremos un ejemplo más que cotidiano).
- Respuestas impulsivas ante situaciones de presión.

Y esto no deberíamos pensar que son errores por ser de tal o cual generación, sino que son verdaderas oportunidades de aprendizaje y desarrollo de habilidades blandas para dar un salto de calidad en nuestro puesto actual o futuro.

Analicemos un caso

Andrea es una joven empleada administrativa de una pyme cordobesa que distribuye bebidas a todo tipo de locales. Recibe un mensaje de su supervisor a su WhatsApp fuera del horario laboral pidiéndole un informe “para mañana

temprano”. Ella le responde de manera breve y con visible molestia. Al día siguiente, el clima laboral se torna tenso.

Analiza y explica qué pasó y qué podría haber cambiado el resultado de esta comunicación:

- 1 ¿Hay o hubo falta de claridad en los límites comunicacionales?
- 2 ¿Qué emociones no reguladas (ansiedad, enojo) crees que podría tener Andrea?
- 3 ¿Se usó un canal correcto para un pedido que requería mayor formalidad y visibilidad en lo que se debía hacer?

Cierre

Comprender realmente la comunicación efectiva como un proceso profundamente emocional les permitirá comenzar a mirarse a sí mismos no solo como emisores de mensajes, sino como personas o sujetos que sienten, interpretan y reaccionan. Este primer paso resulta esencial para avanzar hacia una comunicación más consciente, profesional y

humana, y donde el impacto de tus palabras dichas o escritas es de alto valor.

CONTINUAR

2. Comunicación efectiva en redes sociales

Introducción: Las redes sociales son algo híbrido

Las redes sociales son uno de los principales espacios donde las personas se conectan, hablan o comunican fuertemente. Para los jóvenes, por sobre todo, son y representan el lugar o ámbito de socialización personal, además de que también son una extensión de su identidad profesional. Ya no nos sorprende que redes sociales como Instagram, LinkedIn, X (anteriormente llamado Twitter), Facebook o incluso TikTok funcionan como escenarios híbridos donde lo personal y lo laboral se entrecruzan constantemente. Y a veces los límites se difuminan o se borran por completo.

En contextos como el de búsqueda de trabajo o entrar con una presentación fuerte en una pyme, las redes sociales dejan de ser un espacio “privado” para

convertirse en una vidriera pública. Sí, ¿escuchaste hablar de esto? Si no, sigamos... Entonces lo que se “comunica” allí —de forma consciente o inconsciente— impacta en la forma que otros construyen sobre una persona: colegas, superiores, clientes y hasta reclutadores. Sí, pasamos a ser una muestra de un catálogo más amplio que nunca (¿alguna vez escuchaste hablar a tus padres de la Revista de Tupperware, Avon, etc.? Bueno, algo así sucede hoy, pero en forma digital).

La comunicación efectiva en redes sociales exige, entonces, una combinación sincronizada de discursos claros, conciencia emocional y criterio profesional en lo que se redacte ¡Veamos más entonces!

Identidad digital: comunicar sin VOZ

Figura 1: Identidad digital



Fuente: Moretti, 2024, <https://n9.cl/75tltt>.

El concepto de identidad digital

La identidad digital puede definirse como el conjunto de huellas, mensajes, imágenes, opiniones y comportamientos que nosotros como personas vamos dejando en Internet y otros entornos digitales. Presta atención: esta identidad no es solo lo que se publica explícitamente, sino que incluye:

- Comentarios realizados en publicaciones ajenas.
- Reacciones emocionales visibles (likes, reposteos, contenidos compartidos).

- El lenguaje que usas en debates, foros o discusiones con otras personas.
- El tiempo, tipo y tono de tus publicaciones.

Según estudios para encontrar candidatos, un alto porcentaje de reclutadores revisa las redes sociales de los postulantes antes de una entrevista. En pymes, donde los procesos de selección suelen ser menos formales, esta práctica es aún más frecuente y ha aumentado muchísimo, llegando casi al 60 % de las prácticas.

Emoción e impulsividad en redes sociales

Las redes sociales tienen la característica de la inmediatez o lo que se obtiene ya mismo. Esto puede convertirse en un problema o riesgo cuando no podemos regular nuestras emociones, por más básicas que sean: el enojo por un mensaje en mayúsculas, la frustración por no poder resolver algo que te piden o la euforia suelen acabar siendo publicaciones impulsivas que, una vez hechas, resultan difíciles de revertir.

Daniel Goleman dijo que cuando las emociones toman el control, la razón queda momentáneamente suspendida. En

redes sociales, esta suspensión suele materializarse en mensajes escritos que permanecen en el tiempo y pueden ser interpretados fuera de contexto.

Claves de comunicación en redes

Una comunicación efectiva en redes sociales con el objetivo de llamar la atención en una búsqueda de trabajo o cuando ya estás en una empresa trabajando y tienes que resolver, comunicar o gestionar con clientes y otros colaboradores, debería estar basada en los siguientes principios:

- **Conciencia del público:** no todos interpretan el mensaje de la misma manera en que fue enviado.
- **Coherencia emocional:** la respuesta o publicación debe estar alineada con valores y objetivos personales y/o de la empresa.
- **Adecuación del lenguaje:** evitar ambigüedades, ironías o expresiones que puedan ser o sonar agresivas.
- **Responsabilidad:** recordemos que toda publicación comunica algo, incluso el silencio.



Estos principios nos ayudan a tener y promover una comunicación más consciente y estratégica.

Redes sociales y pymes: el impacto

Análisis de una situación

Veamos cómo puede llegar a tener un impacto fuerte algo que, a veces, está en nuestra red social privada. Alejo trabaja en New Sport, una pyme del rubro indumentaria deportiva, y publicó en su cuenta personal de Instagram una queja generalizada sobre “jefes que no valoran el esfuerzo”. Si bien no mencionó a la empresa, varios compañeros reconocen la situación y el mensaje llegó a oídos de la gerencia.

Consecuencias

1. El vínculo de confianza se deteriora.
2. El mensaje fue tomado como una falta de compromiso.
3. Aparece un llamado de atención o una acción correctiva en la empresa.

Análisis emocional

- Posible emoción que aparece: frustración.
- Decae la autorregulación emocional.
- Se usó un medio público (red social) para mostrar un conflicto que requería comunicación privada y asertiva intraempresa.

Este caso que te mostramos nos permitirá reflexionar sobre la diferencia entre expresar emociones y exponer conflictos sin mediación emocional y el impacto que tiene en las personas.

Inteligencia emocional en redes sociales y tu impronta

Autoconciencia emocional antes de publicar

Una práctica que podemos recomendar para que uses es la de detenerse brevemente antes de responderle a un cliente o publicar algo en tu propia red y preguntarse:

- ¿Desde qué emoción voy a escribir esto?
- Yo, ¿publicaría lo mismo dentro de 24 horas?
- ¿Posible interpretación del mensaje por parte de alguien que no conoce el contexto?

Aquí queremos identificar a través de este ejercicio que una pausa activa habilita la reflexión, la conciencia emocional y cómo todo esto contribuye de gran manera a una comunicación más efectiva.

Empatía digital

La empatía en entornos digitales requiere reconocer que detrás de cada perfil que ves hay una persona que tiene sus propias emociones, experiencias y sensibilidades, y algunas de ellas son muy distintas a las tuyas. Por eso mismo, la ausencia de contacto cara a cara aumenta el riesgo de malentendidos, discordancias y hasta posibles escalamiento en enojos o rabias. Ya hemos aprendido acerca de la empatía y, ahora, le sumamos que comunicar con empatía en redes supone:

- Evitar respuestas descalificadoras o discriminatorias.
- Cuidar el tono y formas en debates.
- Leer conscientemente los mensajes recibidos y a punto de enviar.
- Reconocer puntos de vista diferentes, sin agresividad.

Marca personal y comunicación profesional en redes

La marca personal no se construye únicamente con títulos en la universidad, posgrados o cursos académicos o incluso laborales; también se hace con la forma en que una persona se comunica. En redes sociales, esto se conoce y visualiza a través de:

- Publicaciones que inviten a la reflexión.
- Compartir contenidos de valor en cada posteo o respuesta.
- Participar en conversaciones de manera respetuosa.
- Mostrar coherencia entre lo que se dice y lo que se hace.

Una comunicación efectiva, por ejemplo, en LinkedIn, necesita claridad conceptual, lenguaje respetuoso y conciencia emocional para encontrar un empleo o cambiar a otro mejor o más afín a lo que te gusta.

Cierre

La comunicación en redes sociales constituye hoy una extensión directa de la comunicación interpersonal. Comprender su impacto emocional y profesional permite a los jóvenes actuar con mayor conciencia, prevenir conflictos y construir una identidad digital coherente con sus objetivos laborales y personales.

[CONTINUAR](#)

3. Comunicación efectiva en entornos digitales en la pyme

La escritura comunica y emociona

Gran parte de la comunicación se produce de forma escrita: correos electrónicos, mensajes de chat interno y WhatsApp Business se han vuelto canales centrales para coordinar tareas, resolver problemas y mantener vínculos laborales. En la otra vereda, la comunicación oral, tenemos la comunicación escrita que carece de gestos, tono de voz y contexto inmediato, lo que incrementa el riesgo de interpretaciones erróneas. Sí, somos humanos y se puede entender muy diferente entre personas de la misma empresa.

Desde la mirada de la inteligencia emocional, escribir un mensaje implica no solo transmitir información, sino también **gestionar emociones:** propias y ajenas. Cada palabra elegida, cada signo de puntuación y cada silencio comunican.

El correo electrónico: la herramienta profesional

El correo electrónico en pymes

Volvemos a Córdoba. Analicemos Casa Rayo, una empresa de artículos de electricidad en donde hasta hace pocos años los presupuestos se enviaban por escrito, las vacaciones se coordinaban en planillas y toda la información circulaba por el canal escrito. Las ventajas de esta forma de comunicación eran:

- Las decisiones se formalizaban.
- Los acuerdos quedaban registrados.
- Se comunicaba información relevante a los colaboradores.
- Se establecían límites claros entre lo laboral y lo personal.

A pesar de su uso diario, el correo electrónico suele generar algunos conflictos comunicacionales, especialmente cuando se escribe de manera rápida, “al vuelo” o cuando está emocionalmente cargado. Te damos una herramienta que

hace de la comunicación por correo electrónico más efectiva.

Requiere esto:

- **Claridad:** mensajes breves, bien armados o estructurados y directos al tema.
- **Contextualización:** explicar el motivo del mensaje de forma simple.
- **Tono adecuado:** respetuoso, profesional y con empatía.
- **Cierre claro:** indicar lo que se hará o se espera y/o próximos pasos.

Desde lo aprendido, es fundamental reconocer el propio estado emocional antes de enviar un correo, especialmente en situaciones de conflicto o tensión. Por eso podemos identificar emociones más comunes que están en el medio de la redacción de un correo laboral; algunas de estas son:

- **Ansiedad:** genera mensajes extensos, confusos o donde la información se repite o reitera.
- **Enojo:** si redactamos con esa emoción, aparecen tonos cortantes o irónicos.
- **Miedo:** genera evasión o falta de claridad en el mensaje.

- Impaciencia: deriva en mensajes incompletos o que terminan de forma abrupta.

Reconocer estas emociones permite regularlas antes de que queden plasmadas en un texto que puede ser leído múltiples veces e incluso ser reenviado.

Caso de un correo malinterpretado

Joaquín, supervisor de Pronor Agro en Villa del Totoral, envía el siguiente correo a una colaboradora joven: “Necesito el informe de ventas de Proteína para Ganado Vacuno corregido hoy. Revísalo”.

Lorena, analista de medio tiempo, interpreta el mensaje como un reto o posible castigo y le responde de manera defensiva.

Análisis:

1. Falta de contexto en el mensaje.
2. Ausencia de cortesía mínima o casi nula.

3. El emisor no gestiona una posible emoción negativa (por urgencia o estrés).

Versión más efectiva: “Buen día, Lorena. Necesito pedirte que revises nuevamente el informe Proteína para Ganado Vacuno para enviarlo hoy. Avísame si necesitas algo. ¡Gracias!”

Como has visto, la diferencia no está en el contenido, sino en el tono emocional, clave en las relaciones entre personas. Pero si justamente necesitamos hacer las cosas más rápido, entonces las empresas incorporan herramientas veloces, pero que usadas de forma incorrecta, pueden desconectarnos y/o desgastar los vínculos.

Chat: inmediatez, presión y emocionalidad

Figura 2: Chat de WhatsApp



Fuente: Vidal, s.f., <https://n9.cl/exkox>.

Generalidades del chat laboral

Durante muchos años, el teléfono y el correo electrónico marcaron los tiempos del mundo laboral, en donde una llamada significaba urgencia y el enviar un correo presuponía espera, reflexión y hasta una cierta formalidad en

el contenido y el formato. Nadie esperaba una respuesta inmediata a cada mensaje, y esa pausa era parte natural del trabajo, pero a fines de los años 90 y principios de 2000 apareció otra lógica: la del mensaje breve, rápido y casi instantáneo. En los primeros teléfonos celulares aparecieron los SMS, herramienta que se usaba más en lo personal que en lo profesional. Hasta que, con los smartphones y las aplicaciones de mensajería, ese límite empezó a borrarse, a difuminarse. Hoy el celular es una extensión del trabajo y así nacieron los chats laborales tal como los conocemos hoy: conectarnos más allá de la oficina, del local, de lo presencial uno a uno o con tu equipo de trabajo.

Y es ahí donde las plataformas de mensajería interna (Teams, WhatsApp laboral) favorecen:

- Respuestas rápidas.
- Comunicación informal.
- Sensación de disponibilidad permanente.

Sin embargo, también generan:

- Presión: responder ya mismo, de inmediato, “al toque”.
- Genera dificultad para reflexionar antes de contestar, todo es “ya, ya, ya”.

- Confusión entre lo urgente y lo importante, algo vital.

Inteligencia emocional en el chat

A nivel emocional, los chats del trabajo tienen un desafío particular porque, al ser comunicación escrita (y breve), perdemos parte de eso que nos identifica como humanos: el tono de voz, los gestos, las pausas, las miradas. Entonces, un mensaje corto puede ser interpretado de mil maneras según cómo está la persona que lo lee. Y sí... algo que fue escrito con cierta neutralidad puede parecer frío, distante, cortante o incluso agresivo. Por eso mismo sucede que un chat se vuelve un espacio donde las emociones circulan, pero muchas veces sin filtros ni aclaraciones.

Entonces, podemos aplicar inteligencia emocional si sabemos:

- Reconocer cuándo no es un buen momento emocional para responder.
- Postergar respuestas impulsivas.
- Solicitar aclaraciones en lugar de asumir intenciones.
- Aplicar silencios breves, de manera consciente.

Cerramos con que hay otra dificultad frecuente: la sobrecarga comunicacional que implica que a veces los mensajes se acumulan, las conversaciones se superponen y no siempre queda claro qué es urgente y qué puede esperar; aparece también el concepto de “tengo mil mensajes, no sé qué pasó”.

Ahí es donde, en una pyme, deben establecerse límites de horarios para que el trabajo no se involucre con la vida personal, para evitar generar cansancio, estrés y una sensación de estar siempre “en modo trabajo”. Por eso te podemos sugerir como consejos:

No todo es urgente: —

Debemos leer el contenido antes de reaccionar. Si un mensaje llega ahora, no significa que debemos resolverlo de inmediato.

Usa el canal adecuado: —

El chat sirve para lo breve; los temas complejos o sensibles van por correo electrónico, llamada o reunión.

Responde con claridad, no con apuro: —

Un mensaje claro ahorra muchos mensajes posteriores; pensar antes de enviarlo reduce errores.

Marca los tiempos cuando sea necesario: —

Si decimos “lo veo y te respondo más tarde”, también estamos comunicando y ordenando expectativas.

Cuida tus horarios: —

Silenciar grupos o notificaciones fuera del horario laboral es una forma de autocuidado, no de desinterés. Y es vital.

No tomes todo como algo personal: —

El chat no tiene tono ni gestos. Muchas respuestas cortas no son mala intención, son una expresión del apuro de la otra persona.

Evita responder por impulso emocional: —

Si algo te molesta, frénate y responde cuando la emoción se haya calmado.

Ordena tus conversaciones: —

Cierra temas cuando estén resueltos y evita dejar conversaciones abiertas sin sentido o “por si las dudas”.

Cuida tu modo de escribir: —

Sé respetuoso, claro y empático y reducirás tensiones y sobrecarga a futuro.

Recuerda que el chat es una herramienta: —

No se mide el compromiso ni tu valor profesional. Trabajar bien no es estar disponible 24/7.

WhatsApp Business: límites entre cercanía y profesionalismo

Particularidades de WhatsApp Business

WhatsApp Business es ampliamente utilizado en pymes por su accesibilidad y rapidez y nació como una respuesta a una necesidad concreta del mundo laboral y comercial: comunicarse rápido, directo y de forma accesible con los

clientes y los equipos de trabajo. En el pasado, muchas veces las empresas (de todo tipo y tamaño) dependían de que los colaboradores o asesores comerciales estuvieran conectados con una PC o una notebook, aunque el celular ya era parte de la vida diaria de las personas. WhatsApp ajustó todo para que clientes, proveedores y los colaboradores de la pyme acortasen distancias y agilizaran su comunicación, evitando idas y vueltas que antes eran llamados, correos o encuentros presenciales.

Asimismo, desde su génesis, WhatsApp Business abrió un nuevo desafío: la dificultad para delimitar los límites entre lo personal y lo laboral. Si bien todos los avances fueron excelentes y la disponibilidad constante fortaleció el vínculo, también puso en riesgo el profesionalismo, el orden y el bienestar de quienes usan esta herramienta a diario.

Reflexionemos sobre estos límites: ¿se trata solo de usar una aplicación? ¿Es importante aprender a comunicarse mejor en un entorno digital donde la cercanía debe convivir con reglas claras y respeto por los tiempos? Esas preguntas nos

las hacemos a diario para seguir comprendiendo dónde está el límite, y si ese límite existe.

¿Cuáles son los riesgos o peligros más comunes?

- Mensajes fuera del horario laboral, que desgasta vínculos personales.
- Uso excesivo de abreviaturas, mancillando nuestro lenguaje y generando confusiones en las personas.
- Falta de registro formal de acuerdos de convivencia entre los supervisores y sus colaboradores.

Comunicación emocionalmente inteligente en WhatsApp Business

En esta herramienta circulan emociones, expectativas y estados de ánimo, tanto de clientes como de representantes de las empresas. Cada mensaje, por más breve que sea, comunica algo más que palabras: comunica tono, predisposición, interés o apuro. Por eso, la forma en que se escribe es tan importante como lo que se dice.

Figura 3: Comunicación emocional por Whatsapp



Fuente: elaboración propia.

Por ejemplo, no genera el mismo impacto responder “No se puede hacer lo que usted pide” que decir “En este momento no es posible, pero le propongo esta alternativa”. El contenido es similar, pero la experiencia emocional del receptor será distinta. La comunicación emocionalmente inteligente en WhatsApp Business implica reconocer que la herramienta usada con inteligencia emocional mejora la relación con el cliente, fortalece la imagen profesional de la empresa y reduce conflictos innecesarios.

Consejos para vos en la empresa:

- Envía mensajes claros y completos.
- Respeta los tiempos del otro.
- Usa lenguaje acorde, sin excesos de informalidad.
- Define un “tono de voz” cercano pero profesional (¿vos o usted?).
- Aprovechá las “respuestas rápidas” y “mensajes automáticos”.
- Respetá los horarios y la privacidad (Ley de Protección de Datos de Argentina).

Aplicar todo lo anterior y la inteligencia emocional ya aprendida te permitirá sostener una comunicación cercana y con profesionalismo.

Cierre

La comunicación escrita en entornos laborales exige una alta dosis de conciencia de palabras y de emociones. Aprender a

escribir con claridad, respeto y empatía no solo mejora la eficiencia operativa, sino que fortalece los vínculos y previene conflictos innecesarios.

CONTINUAR

4. Ejercicio práctico

Llegamos al final, no sin antes invitarte a recordar que la adquisición de habilidades comunicacionales y emocionales es más fuerte cuando el conocimiento se transforma en experiencia. Comprender conceptualmente qué es la inteligencia emocional o cómo funciona la comunicación efectiva será insuficiente si no reflexionas a modo personal, practicas en forma consciente y aplicas todo en tu día a día.

Esta última parte del material tiene como objetivo tu autoanálisis, la observación de tu propia conducta y la posibilidad de tener un desarrollo de estrategias personales aplicables tanto en el ámbito laboral como en la vida cotidiana a futuro.

Test de autoconocimiento emocional (diagnóstico inicial)

Objetivo del test

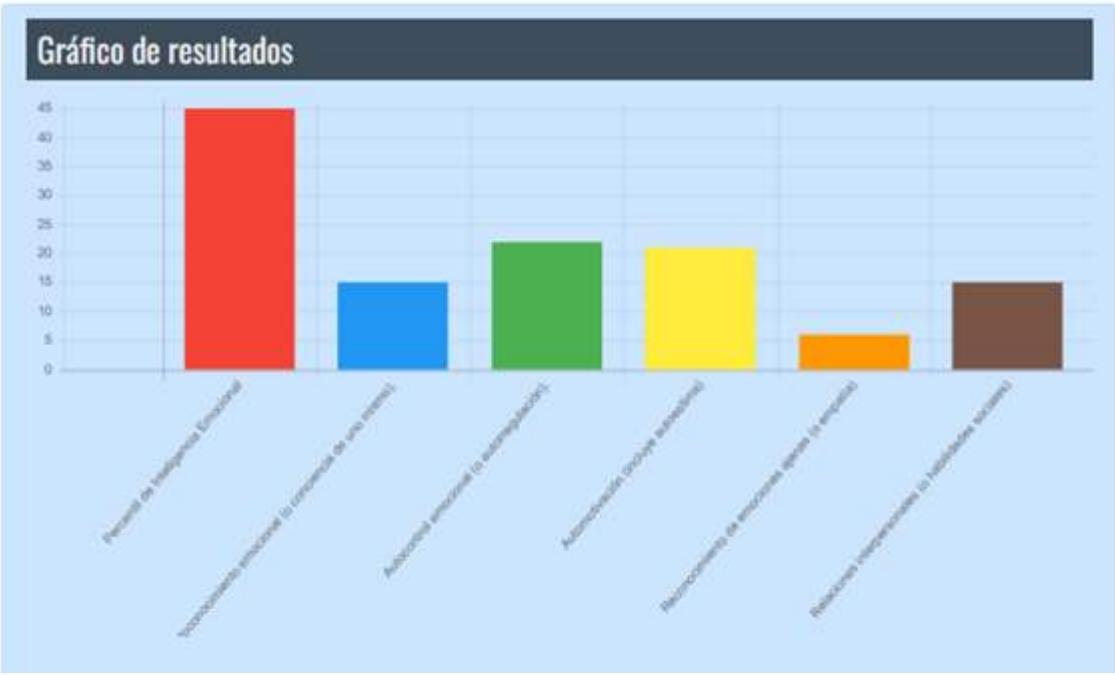
El siguiente test no posee fines evaluativos ni calificativos; es una primera aproximación diagnóstica a tu nivel de conciencia emocional y estilo comunicacional predominante.

Instrucciones

Leer cada afirmación y responder según el grado de acuerdo. Luego de completar todas las respuestas, envía una captura de pantalla con el resultado.

<https://www.psicoadictiva.com/test/test-de-inteligencia-emocional.htm>

Figura 3: Resultados de ejemplo



Fuente: Guerri, s.f., <https://n9.cl/2ky7>.

CONTINUAR

Referencias

Goleman, D. (1996). *La inteligencia emocional*. Kairós SA.

Guerri, M. (s.f.). *Test de Inteligencia Emocional. Descubre tus fortalezas y debilidades.* Psicoactiva.
<https://www.psycoactiva.com/test/test-de-inteligencia-emocional.htm>.

Handy, C. (s.f.). *Peter Drucker: An Appreciation*. Global Peter Drucker Forum.
<https://www.druckerforum.org/articles/charles-handy-peter-drucker-an-appreciation/>.

Moretti, M. (2024). *Identidad digital descentralizada: “El ciudadano vuelve a tener el control sobre su información”*. Real Politik. <https://realpolitik.com.ar/nota/60360/identidad-digital-descentralizada-el-ciudadano-vuelve-a-tener-el-control-sobre-su-informacion/>.

Vidal, J. (s.f.). *12 sugerencias para mejorar tu Comunicación Emocional con WhatsApp.* Área Humana.
<https://www.areahumana.es/comunicacion-emocional-en-whatsapp/>.

CONTINUAR