





Módulo 1. Tipos de conversaciones y contextos profesionales

 1. Clasificación y dinámicas de las conversaciones profesionales

 2. Contextos comunicacionales en el entorno profesional

 Referencias

 Descarga en PDF

1. Clasificación y dinámicas de las conversaciones profesionales

¿Alguna vez se quedaron en silencio en medio de una reunión porque no sabían cómo expresar una objeción sin generar tensión? ¿O sintieron que una conversación que parecía informal terminó teniendo consecuencias en su entorno laboral? En escenarios profesionales, este tipo de situaciones son más frecuentes de lo que se cree, y lo que muchas veces marca la diferencia no es tanto qué se dice, sino cómo, cuándo y en qué contexto se dice.

El modo en que una persona conversa puede incidir directamente en su reputación, en la percepción que otros construyen sobre su capacidad de liderazgo, su confiabilidad o su disposición al trabajo en equipo. Por ejemplo, responder con claridad y calma ante un reclamo urgente en una videollamada puede consolidar la confianza de un cliente; mientras que una mala elección de palabras en una charla distendida con superiores puede traer consecuencias no previstas. En todos

estos casos, no se trata solo de hablar o escuchar, sino de diseñar la conversación de forma consciente.

En esta primera unidad nos adentraremos en las distintas maneras de clasificar las conversaciones profesionales, según su estructura, su propósito y los roles que intervienen. A lo largo de los contenidos, se presentarán herramientas que permitirán identificar qué tipo de conversación se está teniendo, cuál es su objetivo predominante y qué recursos se pueden activar para conducirla de forma más efectiva.

En primer lugar, analizaremos las diferencias entre conversaciones estructuradas y espontáneas. Esta distinción no se basa únicamente en la planificación previa, sino en las dinámicas que cada una implica y en las habilidades que se requieren para abordarlas. Posteriormente, nos detendremos en los objetivos comunicacionales más frecuentes en entornos laborales: informativos, persuasivos y colaborativos. Entender cuál de ellos está en juego en cada momento resulta clave para orientar el tono, los recursos lingüísticos y la participación.

Además, revisaremos los roles conversacionales que se pueden asumir, como emisores, receptores, moderadores u observadores, y cómo estos influyen en el desarrollo de la interacción. Reconocer estos roles permite ordenar las

responsabilidades, mejorar la comprensión mutua y evitar interrupciones o malentendidos.

Conversaciones estructuradas vs. espontáneas

En el entorno profesional, las conversaciones cumplen múltiples funciones: informar, coordinar, resolver conflictos, entre otras. Sin embargo, más allá del objetivo que persiguen, es necesario reconocer que no todas las conversaciones se desarrollan del mismo modo. Algunas requieren planificación y se ajustan a una estructura predefinida, mientras que otras surgen de manera informal o inesperada. Esta diferencia da lugar a dos grandes tipos: las conversaciones estructuradas y las espontáneas.

Las conversaciones estructuradas se caracterizan por tener un propósito definido, una agenda clara y, muchas veces, un tiempo limitado para su desarrollo. Se trata de interacciones previstas, como entrevistas de evaluación, reuniones con clientes, presentaciones de proyectos o auditorías internas. En estos casos, el diseño previo es parte de la preparación profesional: se definen temas a tratar, se asignan tiempos, se preparan materiales de apoyo y se anticipan posibles preguntas o reacciones. La estructura permite ordenar la información, controlar el tiempo y alinear a las personas participantes en torno a un mismo objetivo.

Por otro lado, las conversaciones espontáneas surgen sin planificación y responden a una necesidad inmediata del contexto. Pueden ocurrir en pasillos, pausas de trabajo, llamadas inesperadas o intercambios casuales. Aunque no están guiadas por una agenda, también forman parte del ecosistema comunicativo profesional. En muchos casos, permiten detectar conflictos latentes, promover la cercanía entre colegas o generar ideas nuevas. Por su naturaleza, estas conversaciones requieren mayor capacidad de adaptación, ya que los temas pueden variar rápidamente y las emociones estar más presentes.

Ambos tipos de conversaciones son valiosas en la práctica profesional. Las estructuradas permiten ordenar procesos y alcanzar objetivos con eficiencia, mientras que las espontáneas favorecen la flexibilidad, la creatividad y el vínculo interpersonal. Por eso, una comunicación profesional efectiva requiere aprender a identificar en qué tipo de conversación estamos participando y ajustar el estilo comunicativo en función de eso.


La siguiente imagen sintetiza las principales características entre un tipo de conversación y la otra.

Figura 1. Comparativa entre conversaciones estructuradas y espontáneas



Fuente: elaboración propia.

Esta distinción no implica una jerarquía entre los tipos de conversaciones, sino un llamado a su análisis contextual. Cada tipo cumple una función específica dentro de las dinámicas laborales y su valor no depende del grado de planificación, sino de su adecuación a la situación concreta. En determinados casos, una conversación espontánea puede generar acuerdos clave o facilitar una solución inmediata que una reunión estructurada no logra resolver con la misma eficacia. A la inversa, cuando no se organiza una conversación que requiere estructura, es probable que los objetivos comunicativos no se alcancen.

 Según Medina Crespo (2019), las competencias comunicativas profesionales se construyen tanto en las instancias planificadas como en las que emergen de forma imprevista, por lo que su comprensión y entrenamiento forman parte del desarrollo laboral. Esto implica no solo la capacidad de preparar una conversación formal, sino también la habilidad para intervenir de manera pertinente y oportuna en espacios informales. Dominar ambos registros permite a los profesionales adaptarse mejor a los requerimientos de cada situación, fortalecer vínculos de trabajo y responder con mayor eficacia ante escenarios cambiantes.

Objetivos comunicacionales: informativos, persuasivos y colaborativos

Cada conversación en el ámbito profesional responde a un objetivo comunicacional que orienta el contenido, el tono, el canal y las estrategias utilizadas. Reconocer cuál es el propósito de la interacción permite ajustar las herramientas discursivas para alcanzar el resultado deseado y evitar interferencias en la comunicación. En esta línea, es posible identificar tres grandes tipos de objetivos comunicacionales: informativos, persuasivos y colaborativos.

Las conversaciones informativas tienen como propósito central la transmisión clara y precisa de datos, instrucciones, resultados o procedimientos. Por lo general, se desarrollan de manera directa y buscan evitar ambigüedades. Se espera que la persona receptora comprenda el contenido, lo registre y, en algunos casos, lo replique o lo utilice en futuras acciones. Ejemplos comunes incluyen reportes de avances, asignaciones de tareas o explicaciones técnicas. Para lograr efectividad en este tipo de conversaciones, la organización lógica del contenido, el uso de lenguaje específico y la claridad estructural son aspectos clave.

Por otro lado, las conversaciones persuasivas buscan influir en la percepción, decisión o conducta del interlocutor. No se trata solo de informar, sino de provocar una respuesta alineada con los

intereses del emisor. En contextos profesionales, pueden verse en propuestas comerciales, negociaciones, presentaciones de proyectos o solicitudes de aprobación. La argumentación, el uso estratégico del lenguaje y la apelación a valores compartidos son elementos que fortalecen este tipo de interacción. Como señala Verhoeven et al. (2022), el modo en que los empleados asumen roles comunicacionales activos impacta directamente en la influencia que ejercen sobre sus pares y superiores.

Por último, las conversaciones colaborativas tienen como objetivo construir conocimiento o decisiones en conjunto. Son comunes en equipos de trabajo, sesiones de ideación, revisiones de procesos y cualquier instancia que requiera cooperación. Aquí, el foco no está en imponer ni solo en informar, sino en articular ideas diversas, gestionar acuerdos y coordinar acciones. Estas conversaciones requieren habilidades de escucha activa, respeto por los turnos de palabra y disposición al consenso. Como plantea Perrin (2024), la cultura organizacional se sostiene a través de interacciones colaborativas que reflejan valores comunes y permiten sostener vínculos internos.

Cada uno de estos objetivos no es excluyente del otro. En una misma conversación puede haber momentos informativos, otros persuasivos y otros colaborativos. Sin

embargo, identificar el propósito predominante permite ordenar las intervenciones, seleccionar mejor los recursos comunicativos y anticipar las posibles respuestas.

Para visualizar con mayor claridad las diferencias y características de cada objetivo comunicacional, a continuación se presenta una tabla comparativa que resume sus principales propósitos, ejemplos de aplicación en entornos profesionales y los recursos discursivos más frecuentes en cada caso.

Tabla 1. Tipos de objetivos comunicacionales en contextos profesionales

Objetivo	Propósito principal	Ejemplos comunes	Recursos comunicativos frecuentes
Informativo	Transmitir datos o instrucciones	Reportes, capacitaciones, actualizaciones técnicas	Claridad, lenguaje técnico, estructuras organizadas
Persuasivo	Influir en la decisión o	Presentaciones de proyectos,	Argumentación, lenguaje

	actitud de otra persona	propuestas, reclamos	emocional, recursos retóricos
Colaborativo	Construir en conjunto una decisión o solución	Reuniones de equipo, planificación conjunta, talleres	Escucha activa, turnos de palabra, apertura a ideas nuevas

Fuente: elaboración propia.

Roles en la conversación: emisor, receptor, moderador y observador

Toda conversación, incluso la más breve o informal, implica una distribución de funciones entre las personas que participan. Estos roles conversacionales no siempre están asignados de forma explícita, pero influyen de manera directa en la dinámica de la interacción y en el resultado que se alcanza. Comprender estos roles ayuda a clarificar responsabilidades comunicativas, mejorar la calidad del intercambio y evitar malentendidos o interrupciones innecesarias.

Emisor —

El rol de **emisor** es ocupado por quien inicia la intervención. Tiene la responsabilidad de formular un mensaje claro, coherente con el contexto y ajustado a su objetivo comunicacional. En entornos laborales, quien actúa

como emisor debe anticipar cómo será recibido su mensaje, organizar sus ideas y seleccionar adecuadamente el canal y el tono.

Receptor —

El **receptor**, en tanto, no es solo quien recibe el mensaje, sino quien lo interpreta, lo procesa y, eventualmente, responde. Su rol implica escucha activa, disposición a comprender y retroalimentar, especialmente cuando se trata de conversaciones colaborativas. El receptor puede transformar el mensaje recibido en acción, en una respuesta directa o en una nueva pregunta.

Moderador —

El rol de **moderador** aparece con mayor frecuencia en conversaciones estructuradas o en espacios grupales. Su función es guiar la interacción, facilitar la participación equitativa y garantizar que el objetivo de la conversación no se desvíe. Debe intervenir para clarificar, ordenar turnos de palabra y reconducir el diálogo si se dispersa. Este rol suele estar presente en reuniones, entrevistas, debates o mesas de trabajo.

Observador —

Finalmente, el **observador** es quien está presente en la conversación pero no participa activamente. Su rol no es pasivo: debe comprender lo que sucede, interpretar las interacciones y extraer conclusiones relevantes. Es común en procesos de formación, evaluaciones o dinámicas de retroalimentación. Según Verhoeven et al. (2022), las personas que

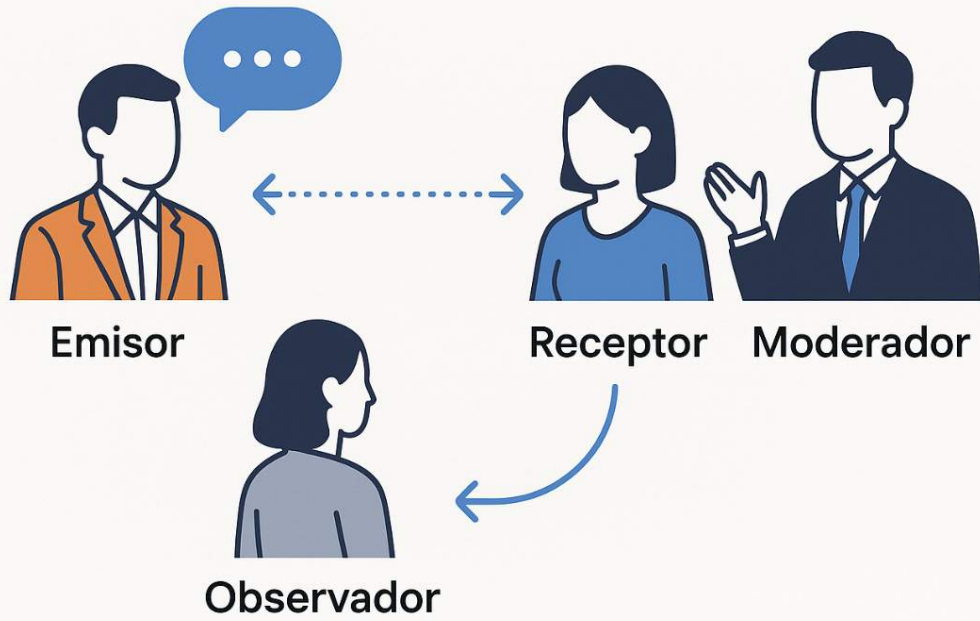
adoptan este rol con conciencia estratégica pueden influir indirectamente en el clima comunicacional y en futuras decisiones.

Es importante destacar que estos roles no son fijos: en una misma conversación pueden intercambiarse varias veces. Lo relevante es reconocer cuál se está ocupando en cada momento y qué habilidades requiere para cumplirlo con eficacia.

A continuación, se presenta una imagen que ilustra los distintos roles y su relación dentro de una conversación profesional.

Figura 2. Los distintos roles y su relación dentro de una conversación profesional

Roles en la conversación



Fuente: elaboración propia.

CONTINUAR

2. Contextos comunicacionales en el entorno profesional

No es lo mismo hacer una propuesta en una sala de reuniones que enviarla por correo. Tampoco tiene el mismo impacto una expresión facial durante una charla presencial que un emoji en un mensaje de texto. En el entorno profesional actual, las conversaciones transcurren en una diversidad de contextos: presenciales, virtuales, formales, informales, sincrónicos o asincrónicos. Cada uno de ellos moldea el modo en que las personas interactúan, interpretan y responden a lo que se dice. Por eso, para lograr una comunicación eficaz no basta con tener un mensaje claro; también es necesario comprender las características del contexto en el que se va a desarrollar la conversación.

Esta unidad tiene como objetivo identificar cómo influyen los distintos entornos en el diseño y desarrollo de las conversaciones profesionales. A través de tres subtemas, se analizarán los elementos presentes en la comunicación cara a cara, las

particularidades de la interacción en plataformas virtuales y las diferencias que surgen entre los espacios formales e informales. El abordaje permitirá comprender no solo las ventajas y limitaciones de cada contexto, sino también cómo ajustar el lenguaje, el comportamiento y las herramientas comunicativas según el entorno.

En el primer subtema, nos detendremos en los componentes verbales y no verbales que intervienen en una conversación presencial. En el segundo, se trabajará la adaptación del mensaje en entornos virtuales, atendiendo a cuestiones como la elección del canal, la claridad del mensaje y la gestión del tiempo. Por último, en el tercer subtema, se analizará la modulación del lenguaje y del comportamiento según el grado de formalidad del contexto comunicativo.

Entender cómo se configuran estos escenarios es parte del desarrollo profesional, ya que permite tomar decisiones más acertadas en torno a la forma de hablar, escuchar y participar. En un entorno donde la virtualidad, la inmediatez y la multiculturalidad están cada vez más presentes, reflexionar sobre los contextos no es un ejercicio accesorio, sino una necesidad concreta para comunicarse de manera profesional y efectiva.

Comunicación en contextos presenciales: elementos verbales y no verbales

Cuando pensamos en una conversación profesional cara a cara, solemos centrarnos en lo que se dice: el contenido, los argumentos, la estructura del mensaje. Sin embargo, en los intercambios presenciales hay dos dimensiones que operan simultáneamente: la comunicación verbal y la comunicación no verbal. Ambas se influyen mutuamente y determinan cómo se interpreta lo que se transmite. En entornos laborales, esta combinación es clave, ya que no solo afecta la claridad del mensaje, sino también la credibilidad, la autoridad percibida y la calidad del vínculo interpersonal.

La comunicación verbal comprende todo aquello que se expresa mediante palabras, tanto habladas como escritas. Incluye aspectos como el uso del lenguaje, el vocabulario elegido, la coherencia del discurso y la articulación del mensaje. Su función principal es transmitir información de manera estructurada y comprensible. La elección de términos técnicos, la claridad en las instrucciones o la secuencia lógica de ideas son decisiones verbales que inciden directamente en la eficacia comunicativa.

Por su parte, la comunicación no verbal abarca gestos, posturas, expresiones faciales, tono de voz, ritmo, volumen, contacto visual y otras señales que no forman parte del contenido verbal pero que comunican intenciones, actitudes o emociones. Muchas

veces, estas señales refuerzan lo que se dice; otras veces, lo contradicen. Según Baquero Galvis (2019), la congruencia entre ambos niveles de comunicación es uno de los indicadores más importantes para generar confianza en las interacciones profesionales.

Para facilitar la identificación de estas dimensiones, se presenta a continuación una lista de elementos que intervienen en cada una.

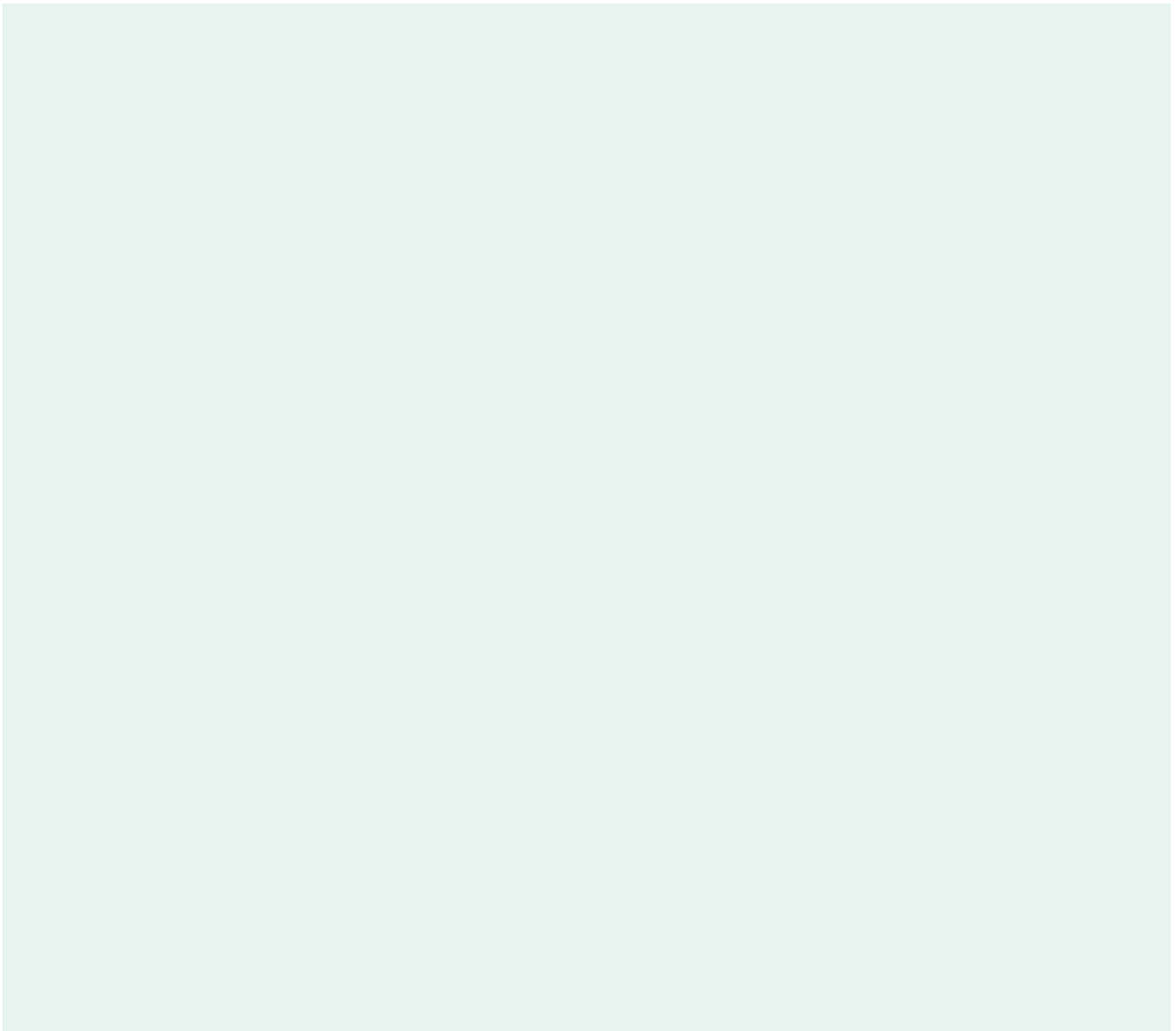
Elementos de la comunicación verbal en contextos presenciales:

- Elección del vocabulario (técnico, coloquial, especializado).
- Claridad y coherencia del mensaje.
- Organización lógica del discurso.
- Uso de ejemplos, datos y explicaciones.
- Control del tiempo de exposición.
- Capacidad de síntesis y repetición de ideas clave.
- Formulación de preguntas o intervenciones.

Elementos de la comunicación no verbal en contextos presenciales:

- Contacto visual con los interlocutores.
- Postura corporal (abierta, cerrada, relajada, tensa).
- Gesticulación con manos y brazos.
- Expresiones faciales (interés, desaprobación, entusiasmo, duda).

- Proximidad física o distancia interpersonal.
- Tonalidad de voz (intensidad, entonación, pausas).
- Movimiento en el espacio (acercamiento, desplazamiento).
- Ritmo y fluidez en la emisión del mensaje.



Reconocer estos elementos no significa automatizar comportamientos, sino desarrollar una mayor conciencia de cómo se produce la comunicación. Como plantea Alonso (2025), los gestos, posturas y tonos son parte del mensaje que proyectamos hacia los demás, y pueden potenciar o limitar el impacto de lo que decimos. Por ejemplo, en una situación de presentación de resultados ante un equipo directivo, una persona puede haber preparado un discurso claro, con datos precisos y argumentos bien estructurados. Sin embargo, si durante la exposición evita el contacto visual, mantiene una postura rígida, habla con voz baja y sin variaciones en la entonación, es probable que el mensaje pierda fuerza y que las personas receptoras perciban inseguridad, falta de compromiso o desinterés. En este caso, los elementos no verbales limitan el impacto del mensaje, a pesar de que el contenido sea adecuado.

En cambio, si en la misma situación la persona mantiene una postura erguida pero relajada, establece contacto visual con quienes lo escuchan, utiliza las manos para reforzar sus ideas y modula su voz de manera dinámica, el mensaje ganará en claridad y persuasión. Aquí, los gestos, posturas y tonos no solo acompañan al contenido, sino que lo amplifican, generando mayor conexión con el público y reforzando la imagen profesional de quien habla.

¿Cuánto influye la comunicación no verbal en las conversaciones profesionales?

Aunque muchas veces la atención está centrada en el contenido verbal, diversos estudios muestran que en las conversaciones cara a cara gran parte del impacto del mensaje se transmite por medios no verbales. En contextos profesionales, esta dimensión tiene un peso considerable sobre la manera en que se interpreta lo que se dice, cómo se recibe y qué respuesta genera.

Se estima que entre el 60 % y el 90 % de la comunicación humana es no verbal, aunque este rango puede variar según el contexto y el tipo de interacción (Baquero Galvis, 2019). Esto no significa que las palabras no tengan valor, sino que su significado se completa, matiza o incluso contradice según el tono de voz, la expresión facial, la postura corporal, los gestos o el ritmo con que se transmite el mensaje.

En una entrevista de trabajo, por ejemplo, el contenido verbal puede estar perfectamente ensayado, pero si la persona candidata evita el contacto visual, mantiene una postura rígida y habla con voz monótona, el mensaje perderá impacto. En cambio, si hay coherencia entre lo que se dice y lo que se expresa con el cuerpo, se genera una percepción más confiable, segura y profesional. En este sentido, la comunicación no verbal no es un adorno, sino un componente central del mensaje en situaciones laborales.

Además, la comunicación no verbal actúa como reguladora de la interacción: indica cuándo una persona quiere tomar la palabra, cuándo termina su intervención o cuándo necesita apoyo. Por eso, desarrollar conciencia sobre los propios gestos, movimientos y entonaciones puede mejorar notablemente la calidad de las conversaciones profesionales, especialmente en contextos donde se requiere claridad, liderazgo, empatía o autoridad.

A continuación, se presenta una infografía que ilustra aspectos centrales a considerar en la comunicación no verbal.

Figura 3. La importancia de la comunicación no verbal en el momento de transmitir un mensaje

“EL CUERPO: EL MENSAJE”

La importancia de la **Comunicación No Verbal** en el momento de presentar lo que queremos transmitir a los demás.

7% Las palabras

Lenguaje

Contenido del discurso
Construcción gramatical
Léxico empleado

38%

Paralenguaje La voz

→ Tono
→ Volumen
→ Entonación
→ Pausas



55%

Kinésica El cuerpo



↑ Movimientos y gestos

Posición de las manos →



← Expresión de la cara



↑ Posturas

← Mirada



Contacto ↓



↑ Apariencia personal

Cómo reforzar la Comunicación No Verbal:

- ▶ Mantener el contacto visual
- ▶ Sonreír y mostrar interés
- ▶ Usar un tono de voz que refuerce el mensaje
- ▶ Asentir con la cabeza para mostrar acuerdo

Interacciones en entornos virtuales: adaptación del mensaje y gestión del canal

La virtualización de las interacciones laborales ha ampliado las posibilidades de conexión, pero también ha transformado los modos de comunicarse. Las videollamadas, los chats corporativos, los correos electrónicos y otras plataformas digitales permiten que equipos distribuidos geográficamente se mantengan activos, productivos y coordinados. Sin embargo, este entorno digital también presenta una serie de desafíos que afectan la efectividad comunicativa y que requieren una adaptación deliberada del mensaje y del canal.

Uno de los principales desafíos es la reducción de elementos no verbales. En una conversación presencial, el cuerpo acompaña lo que se dice: los gestos, las miradas, la postura y el tono son parte del mensaje. En cambio, en los entornos virtuales, estos elementos se ven limitados o incluso ausentes. Muchas veces solo se ve el rostro, y en otras ni siquiera eso. Esta limitación afecta la percepción emocional del mensaje, puede generar malentendidos y reducir la empatía. Según Bravo Alvarado (2021), la virtualidad exige un uso más explícito y consciente del lenguaje verbal para compensar esa pérdida de riqueza sensorial.

En entornos virtuales, se recomienda ser más concisos, estructurar bien las ideas, evitar ambigüedades y dar espacio a las respuestas. Las pausas intencionales, las confirmaciones de recepción y los resúmenes al final de cada intervención ayudan a reforzar la comprensión. También es importante establecer normas mínimas de interacción, como activar la cámara cuando sea posible, evitar la multitarea, respetar los turnos de palabra y usar los gestos disponibles (como levantar la mano o reaccionar con emojis) para expresar acuerdo o duda.

Para potenciar la efectividad de las interacciones en estos entornos, se proponen algunas estrategias prácticas:

- Definir previamente el objetivo comunicacional para seleccionar el canal más apropiado.
- Especificar horarios, duración y propósito de las reuniones virtuales.
- Activar la cámara siempre que el contexto lo permita, para recuperar parte del lenguaje no verbal.
- Evitar el uso excesivo de mensajes paralelos (chats, correos simultáneos) durante una conversación virtual.

- Verificar comprensión mediante preguntas directas o breves recapitulaciones.
- Ser concisos y estructurados al hablar, especialmente si hay múltiples participantes.

La adaptación del mensaje también requiere ajustar el tono, el vocabulario y la longitud de las intervenciones. En la virtualidad, los mensajes tienden a percibirse como más fríos o impersonales, por lo que es necesario compensar esa distancia con expresiones claras de cortesía, disponibilidad o empatía.

A su vez, se presenta el desafío de la fragmentación de canales: múltiples plataformas están disponibles para una misma tarea. Esto puede generar dispersión, duplicación de mensajes o falta de seguimiento. En contextos donde se utiliza simultáneamente correo electrónico, chat, videollamadas y plataformas colaborativas, es habitual que se pierda información o que no quede claro por qué medio se debe responder. La gestión del canal, en este sentido, se vuelve una competencia organizacional crítica.

¿Cómo elegir el canal virtual adecuado?

Seleccionar el canal correcto para una interacción virtual es una decisión estratégica que puede influir directamente en la eficacia

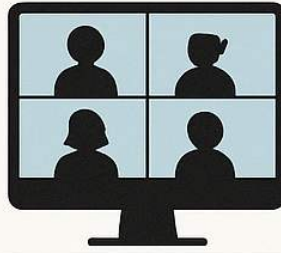
comunicativa. No todos los intercambios requieren una videollamada ni todos los anuncios deben enviarse por correo. La elección debe responder al objetivo comunicacional, la urgencia del mensaje, el número de personas involucradas y el nivel de interacción que se espera. Por ejemplo, si el propósito es coordinar una tarea concreta, un mensaje breve por un canal asincrónico puede ser suficiente. En cambio, si se necesita tomar decisiones colectivas o detectar matices emocionales, una reunión por videoconferencia será más efectiva.

También es importante considerar la disponibilidad, la cultura organizacional y la familiaridad con las herramientas. Algunas personas se sienten más cómodas escribiendo que hablando frente a una cámara, mientras que otras pueden necesitar apoyo para participar en plataformas digitales. En este sentido, optar por canales accesibles, compatibles con los hábitos del equipo y coherentes con el contenido del mensaje evita barreras innecesarias. La consistencia también juega un rol importante: si cada conversación cambia de canal sin justificación, se generan confusiones y pérdida de información. Por eso, establecer criterios compartidos sobre el uso de los canales y revisar periódicamente su

eficacia puede mejorar de forma significativa la comunicación interna.

A continuación, se sintetizan los principales desafíos y estrategias que intervienen en la comunicación virtual.

Tabla 2. Principales desafíos y estrategias de las interacciones en entornos virtuales



Desafíos	Estrategias
Falta de contacto visual directo	Mirar a la cámara para simular el contacto visual
Dificultad para interpretar el lenguaje no verbal	Usar expresiones faciales claras y lenguaje corporal
Ruido y problemas técnicos	Verificar el audio y la conexión a internet
Dispersión de la atención	Minimizar distracciones y mantener la interacción

Fuente: elaboración propia.

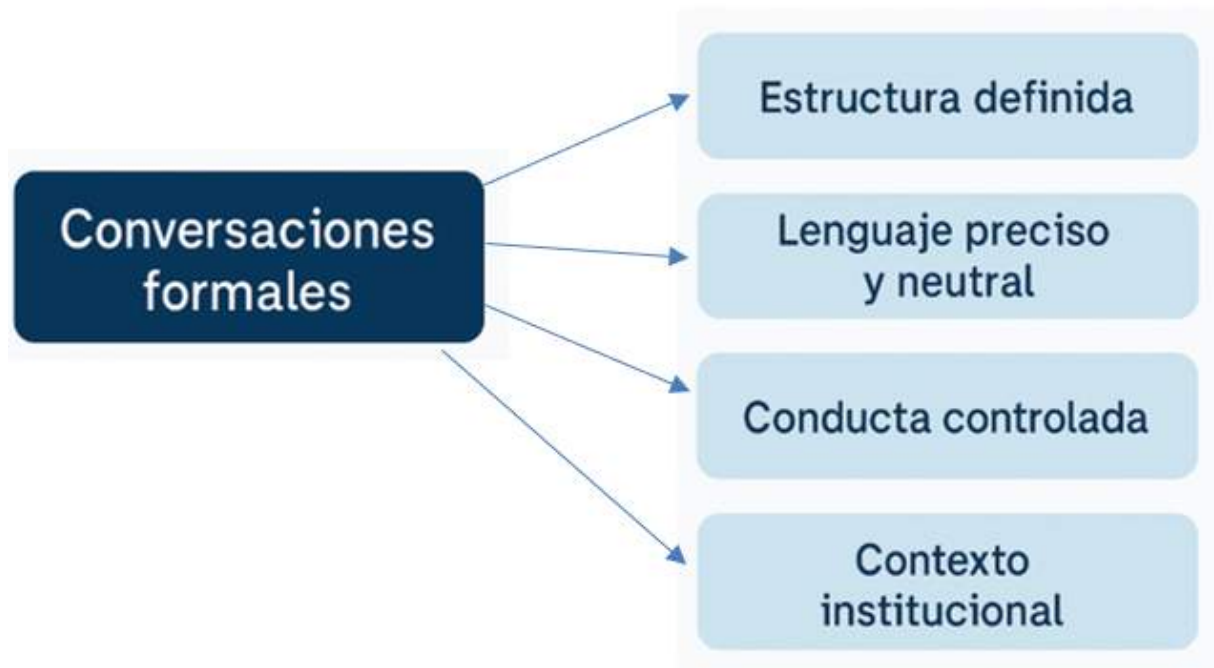
Entornos formales e informales: cómo se modula el lenguaje y el comportamiento

La comunicación profesional no solo varía según el canal o la presencialidad, sino también según el grado de formalidad del entorno en el que ocurre. En todo espacio laboral coexisten

instancias formales e informales de conversación, y cada una demanda un estilo distinto de lenguaje, comportamiento y estrategias comunicativas. Aprender a reconocer ese entorno y adaptar nuestra participación es una habilidad clave para lograr efectividad, empatía y coherencia en las interacciones profesionales.

Las conversaciones formales suelen estar enmarcadas por estructuras organizacionales, funciones específicas y protocolos definidos. Se desarrollan en contextos institucionales, como reuniones de trabajo, entrevistas, presentaciones, evaluaciones o intercambios con jerarquías. En estos casos, el lenguaje tiende a ser más preciso, neutral y objetivo, con menor uso de expresiones coloquiales o emocionales. Además, el comportamiento también responde a ciertas convenciones: se controla la gesticulación, se mantiene una postura erguida, se evita interrumpir y se respetan los turnos de palabra. Estas prácticas no buscan «rigidez», sino favorecer la claridad, el respeto mutuo y la eficacia.

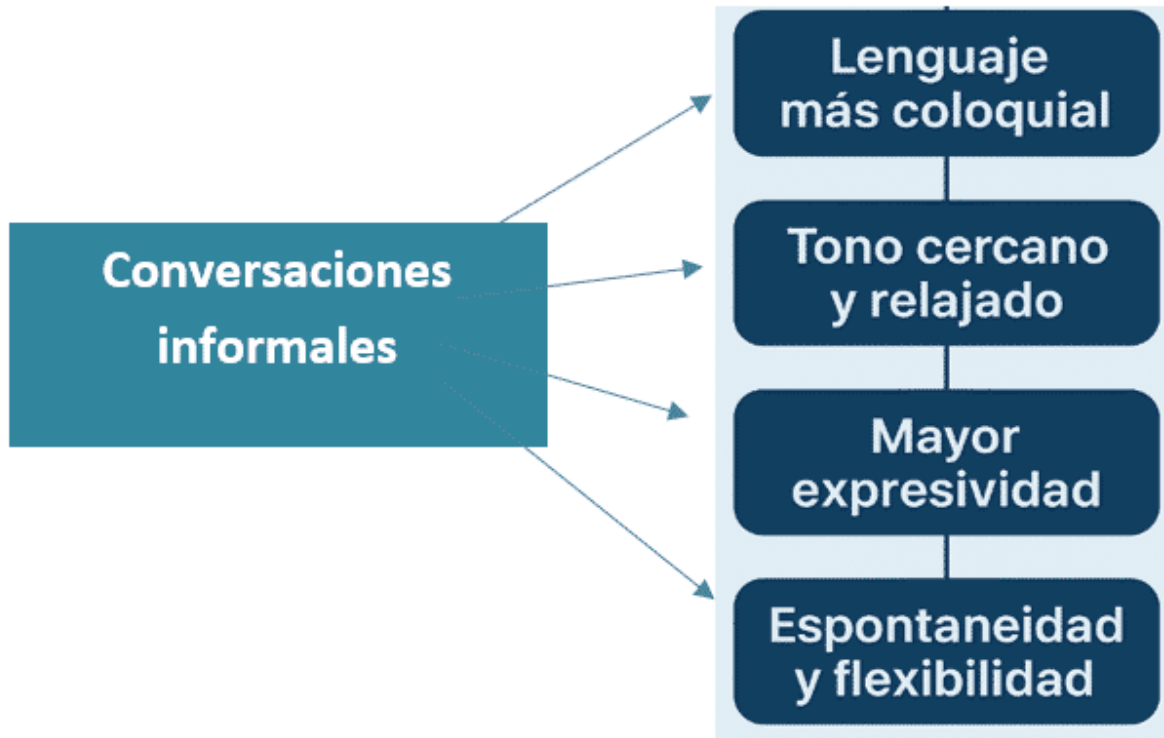
Figura 3. Características de las conversaciones en entornos formales



Fuente: elaboración propia.

En cambio, los entornos informales son aquellos donde las relaciones interpersonales están menos condicionadas por la estructura jerárquica o el protocolo. Suelen ocurrir en pasillos, pausas laborales, redes sociales internas o espacios de socialización entre pares. En estas conversaciones el lenguaje es más espontáneo, cercano y emocional, y el comportamiento puede ser más relajado. No obstante, esto no implica falta de cuidado: incluso en estos entornos es necesario regular lo que se dice, cómo se dice y en qué contexto. La informalidad no anula la profesionalidad, pero sí permite otros matices de expresión.

Figura 4. Características de las conversaciones informales



Fuente: elaboración propia.

El desafío comunicativo está en modular el lenguaje y el comportamiento según el entorno, sin perder autenticidad ni comprometer la claridad. Por ejemplo, en un correo dirigido a una gerencia se esperará mayor formalidad que en un mensaje interno entre compañeros de equipo. Del mismo modo, una corrección o sugerencia puede

**expresarse con diferente tono dependiendo del contexto:
con mayor contundencia en una reunión de resultados y
con mayor cuidado en una charla de pasillo.**

En muchas organizaciones, especialmente aquellas con estructuras horizontales o culturas participativas, los límites entre lo formal y lo informal son difusos. Por eso, más que seguir un manual rígido, se trata de desarrollar una sensibilidad contextual que permita ajustar la comunicación sin perder el foco profesional. Como menciona Alonso (2025), la imagen que proyectamos está ligada tanto al contenido de lo que decimos como al modo y momento en que lo expresamos.

En este sentido, imaginemos que una persona desea plantear una mejora en un procedimiento de trabajo. El contenido de su propuesta es pertinente y bien fundamentado, pero decide expresarla en medio de una conversación informal, durante una pausa en la sala de descanso, con un tono sarcástico y sin tener en cuenta que algunos colegas presentes pueden sentirse aludidos o cuestionados. Aunque la intención era constructiva, el momento, el tono y el entorno elegidos generan incomodidad y defensividad en los interlocutores. Como resultado, la propuesta pierde seriedad, no se retoma en ningún espacio formal y la imagen profesional de quien la planteó se ve afectada. Este caso

evidencia cómo el modo y el contexto en que se transmite un mensaje pueden opacar incluso un contenido valioso.

CONTINUAR

Referencias

Alonso, R. (s.f.). *La Comunicación No Verbal, explicada infográficamente.* <https://estudio-grafico.blogspot.com/2016/04/comunicacion-no-verbal.html>

Baquero Galvis, D. I. (2019). *Comunicación no verbal en la gestión organizacional, ¿cómo se manifiesta?* Revista Cubana de Ciencias de la Comunicación, 15(3). Recuperado de https://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442019000300160&script=sci_arttext

Bravo Alvarado, R. N. (2021). *Comunicación efectiva a través de la virtualidad.* Revista Mexicana de Investigación Educativa, 26(92). Recuperado de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-78902021000500005&script=sci_arttext

Medina Crespo, J. A. (2019). *La competencia comunicativa profesional en el contexto empresarial.* Revista Cubana de Ciencias

de la Comunicación, 15(3). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442019000300238

Perrin, J. (2024). *The intersection of organizational culture and communication: Shaping workplace success*. Academy of Strategic Management Journal, 23(2).

<https://www.abacademies.org/articles/the-intersection-of-organizational-culture-and-communication-shaping-workplace-success-17378.html>

Verhoeven, J. W. M., Tench, R., Zerfass, A., Moreno, Á., & Verčič, D. (2022). *Active employee communication roles in organizations: Employees' strategic communication behaviors in times of change*. International Journal of Strategic Communication, 16(1), 1–19. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2021.2014503>

CONTINUAR

Lección 4 de 4

Descarga en PDF
