

Estrategias de comunicación escrita y visual

Breve descripción:

El componente formativo aborda la importancia de la comunicación escrita y no verbal en el ámbito empresarial. Se destacan los diversos tipos de documentos escritos, como cartas, informes, memorandos y actas, así como la argumentación eficaz. También se enfatiza la relevancia de entender y aplicar técnicas de comunicación para lograr un plan de comunicación exitoso.

Octubre 2024

Tabla de contenido

Introducción	4
1. Documentos escritos	5
1.1. Carta	5
Elementos indispensables en una carta	6
1.2. El informe	7
1.3. El memorando	8
1.4. El acta	10
2. La argumentación	11
Organización de la argumentación.....	11
Normas para una buena argumentación.....	12
Tipos de premisas	14
3. Comunicación verbal y no verbal.....	16
3.1. Comunicación no verbal	16
3.2. Comunicación verbal	17
Comunicación oral	17
Comunicación escrita.....	18
Síntesis	20
Material complementario.....	21

Glosario	22
Referencias bibliográficas	24
Créditos	26

Introducción

El componente formativo se enfoca en la comunicación escrita y no verbal, resaltando su papel crucial en el entorno empresarial. Se exploran diferentes tipos de documentos, como cartas, informes, memorandos y actas, cada uno con su estructura y propósito específico. La claridad, organización y precisión en estos documentos son esenciales para garantizar que los mensajes se transmitan de manera efectiva y lleguen a los receptores de forma adecuada.

La comunicación escrita, se aborda la importancia de la argumentación como una técnica clave para respaldar ideas y decisiones dentro de la empresa. Una argumentación bien estructurada, basada en reglas de inferencia y con un uso adecuado de premisas y conclusiones, es fundamental para lograr coherencia y persuasión en los mensajes. Esto no solo fortalece las posiciones dentro de la organización, sino que también facilita la toma de decisiones informadas.

Finalmente, el componente subraya la necesidad de comprender y aplicar correctamente las técnicas de comunicación, tanto verbal como no verbal, en el contexto empresarial. Estas habilidades permiten desarrollar un plan de comunicación interno y externo eficaz, lo que a su vez mejora la interacción entre los miembros de la organización y con el entorno exterior. Así, se asegura que los mensajes sean consistentes, claros y alineados con los objetivos estratégicos de la empresa.

1. Documentos escritos

Los documentos escritos son el resultado de la comunicación realizada en papel o mediante una computadora. Es uno de los métodos más empleados para entablar una comunicación, en el cual el emisor elabora diversos tipos de textos para transmitir su mensaje de la mejor manera posible, con el objetivo de que lleguen al mayor número de receptores de manera óptima y oportuna.

Esta comunicación, establecida entre un emisor y un receptor, no ocurre de manera inmediata o, en ocasiones, puede que nunca se concrete, lo que permite que el escrito perdure en el tiempo. Esta es una de las ventajas de este tipo de comunicación, que puede considerarse permanente, ya que no se desvanece ni se olvida como las palabras.

En el ámbito empresarial, es importante reconocer la diversidad de formatos que permiten comunicar distintos mensajes según los intereses y condiciones del contexto. Por ello, el conocimiento y la implementación de diversos formatos y estructuras de documentos escritos son esenciales para desarrollar un buen plan de comunicación empresarial.

1.1. Carta

Un documento con estructura definida se convierte en un medio de comunicación que busca cumplir diversos objetivos comunicativos, como un saludo, una petición, un mensaje de reconocimiento o de afecto, entre otros. Debido a esto, las cartas tienen una estructura que varía según el propósito para el cual se redactan y a quiénes van dirigidas.

Antes de escribir una carta, es fundamental considerar el contexto de comunicación y responder las siguientes preguntas:

- ¿A quién va dirigida?
- ¿Debe el discurso ser formal o se puede emplear un tono más informal?
- ¿Cuál es el objetivo de la carta? (informar, saludar, expresar sentimientos, persuadir, pedir, protestar).

Siempre será necesario revisar la claridad del texto, la ortografía y la presentación.

Elementos indispensables en una carta

Para redactar una carta, se deben incluir los siguientes elementos:

00/00/0000 (**Fecha**)

Lorem ipsum, (**Saludo inicial**)

Your rapidograph pens are dried up, the x-acto blades in your bag are rusty, and your mind is dull. Stop clicking your mouse, get messy, go back to the basics and make something original. (**Cuerpo o núcleo de la información**)

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. (**Despedida**)

Lorem ipsum, (**Saludo final**)

¿Cómo escribir una carta formal?

Las cartas formales requieren el uso de un lenguaje apropiado, sin modismos ni expresiones familiares o afectivas. La estructura suele ser relativamente fija, utilizando

algunas fórmulas predeterminadas, como "Sr. Director" para comenzar y "le saluda atentamente" para finalizar.

1.2. El informe

Este informe tiene como objetivo analizar y documentar los aspectos clave necesarios para el desarrollo exitoso de un proyecto. A través de un enfoque metódico de comunicación, se pretende garantizar que todos los elementos importantes sean cubiertos y comprendidos por los involucrados. Para asegurar la efectividad del informe, es fundamental seguir una guía estructurada que contemple los siguientes aspectos:

- **Ubicación de elementos visuales**

Es esencial que fotos, dibujos, diagramas, tablas y gráficos estén ubicados estratégicamente en el informe. Estos elementos deben complementar el texto y estar colocados en puntos específicos donde puedan potenciar la comprensión del contenido. La correcta disposición de estos recursos visuales hará que el informe sea más atractivo y facilite la interpretación de la información presentada.

- **Presentación organizada y clara**

La organización del informe debe ser lógica y coherente, permitiendo a los lectores seguir el hilo del contenido sin dificultad. Se debe prestar especial atención a la claridad en la redacción, evitando el uso innecesario de jerga técnica que pueda dificultar la comprensión para aquellos que no estén familiarizados con ciertos términos. El uso de vocabulario técnico es válido siempre que se mantenga la claridad del informe y se expliquen los términos cuando sea necesario.

- **Inclusión de datos negativos**

Un aspecto crucial del informe es la inclusión de datos o resultados que, aunque negativos, pueden ser sumamente valiosos. Estos resultados permiten una evaluación más completa del proyecto y son fundamentales para la planificación de futuros experimentos o mejoras. Incluir estos datos contribuye a una comprensión más profunda de los desafíos y limitaciones del proyecto, y facilita la toma de decisiones informadas para optimizar resultados en etapas posteriores.

Este enfoque garantizará que el informe no solo documente los hallazgos, sino que también sirva como una herramienta útil para guiar futuras acciones y mejorar la calidad del proyecto en desarrollo.

1.3. El memorando

El memorando, derivado del latín *memorándum* (que significa "algo que debe recordarse"), es un documento fundamental en el ámbito de la comunicación interna dentro de las organizaciones. Este formato de comunicación escrita se caracteriza por su precisión y claridad, siendo utilizado principalmente para informar, solicitar o recomendar acciones en asuntos que requieren especial atención.

La estructura del memorando es una de sus características más importantes, ya que debe seguir un formato preestablecido que permita transmitir información de manera eficaz y comprensible. Este formato generalmente incluye los siguientes componentes:

- **Encabezado**

Detalla los elementos básicos del memorando, como el destinatario, el remitente, la fecha y el asunto. Es crucial para situar rápidamente el contexto del documento y facilitar su identificación.

- **Cuerpo del memorando**

Es la sección donde se desarrolla el contenido principal. Debe estar organizado de manera lógica y coherente, dividido en párrafos o secciones claras que expongan los hechos, razones y circunstancias relevantes. El contenido debe ser directo y conciso.

- **Hechos**

Exposición objetiva y detallada de los hechos relevantes, proporcionando la información necesaria para que el lector comprenda el contexto y la situación abordada.

- **Razones**

Presentación de las razones que sustentan la posición o la acción recomendada, argumentando de forma lógica por qué se considera necesario actuar de cierta manera.

- **Circunstancias**

Consideración de las circunstancias que rodean el tema tratado, incluyendo limitaciones, riesgos o factores externos que puedan influir en la toma de decisiones.

- **Conclusión y recomendaciones**

Síntesis de lo discutido con recomendaciones específicas para la acción, orientando al lector en los próximos pasos a seguir.

- **Firma o iniciales del remitente**

Puede incluirse para formalizar el documento y confirmar su autenticidad.

El memorando es una herramienta clave en la gestión organizacional, ya que permite documentar y comunicar de manera formal y estructurada los aspectos que deben ser considerados en decisiones importantes o en situaciones que revisten cierta gravedad. Su claridad, precisión y capacidad para registrar información crítica hacen del memorando un recurso indispensable en la administración de cualquier entidad.

1.4. El acta

El acta es un documento cuyo objetivo es dejar constancia de lo tratado, sucedido y acordado en una junta o reunión. Su extensión puede variar, abarcando desde hojas hasta libros completos destinados a ese propósito. En toda empresa es obligatorio tener constancia de las decisiones o acuerdos tomados por los miembros que la conforman o representan.

Un acta debe contener:

- Ciudad, hora y fecha en que se celebra la reunión.
- Nombres de los asistentes.
- Persona que presidió la reunión y existencia del quórum.
- Orden del día.
- Acuerdos tomados.
- Cierre y firmas de las personas responsables.

2. La argumentación

Argumentar es una técnica de comunicación fundamental que tiene como objetivo explicar o expandir diferentes contenidos relacionados, fortaleciendo así la coherencia de las ideas presentadas por un orador o escritor. La argumentación facilita la correspondencia entre diversas ideas, utilizando las reglas del pensamiento crítico para obtener información nueva.

“Según Álvarez (2005, p. 23), el propósito principal de los textos argumentativos es legitimar explícitamente la nueva información proporcionada, ya sea a través de datos empíricos, razonamientos, pruebas o datos concretos y verificables”.

Organización de la argumentación

Existen diversas formas de organizar una argumentación, aunque el orden puede variar según la intención del expositor. Sin embargo, hay elementos clave que deben estar presentes en cualquier argumentación efectiva.

- **Presentación de la tesis**

Es esencial comenzar con la tesis de manera precisa, siguiendo los principios de brevedad y claridad. Esta es la afirmación central que guiará todo el discurso.

- **Desarrollo del cuerpo argumentativo**

El cuerpo de la argumentación debe ser un discurso más extenso que exponga las razones y argumentos que apoyan la tesis. Aquí se presentan las evidencias, ejemplos y razonamientos que fortalecen la afirmación principal.

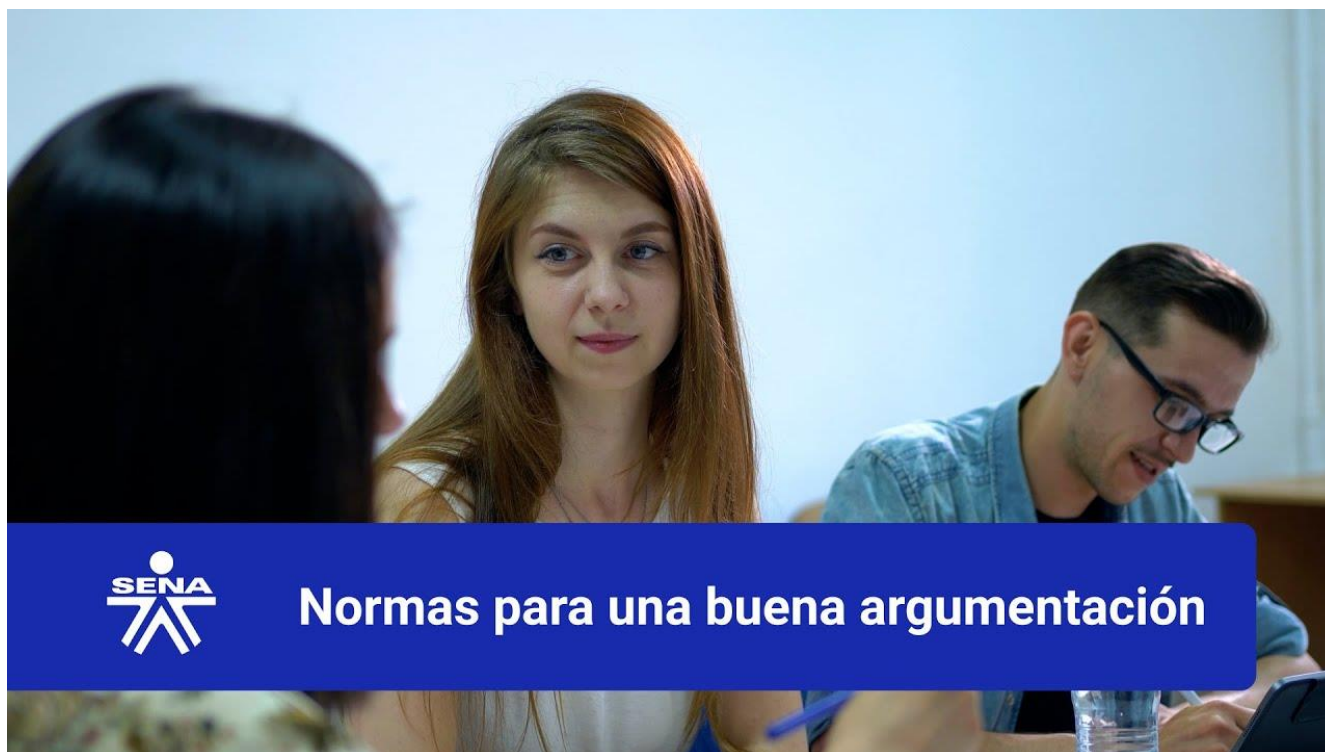
- **Conclusión**

La argumentación debe culminar con una conclusión que reafirme la tesis, cerrando el discurso de manera convincente.

Normas para una buena argumentación

Descubran cómo construir argumentos sólidos y persuasivos siguiendo las claves del pensamiento crítico:

Video 1. Normas para una buena argumentación



[Enlace de reproducción del video](#)

Síntesis del video: Normas para una buena argumentación

Para construir una argumentación sólida, es esencial seguir normas que guíen el proceso de razonamiento. Estas son:

Primero, identificar la tesis: Comienza por establecer la afirmación principal que guiará toda la argumentación.

Segundo, desarrollar las premisas: Identifica y formula las razones o fundamentos que respaldan la tesis, actuando como la base del argumento.

Tercero, conectar las premisas lógicamente: Asegúrate de que las premisas estén interconectadas de manera lógica, siguiendo reglas de inferencia que justifiquen la conclusión.

Cuarto, formular la conclusión: La conclusión debe derivarse de manera clara y coherente de las premisas, sin contradicciones.

Quinto, respetar las normas de interacción: Durante el proceso argumentativo, sigue las normas que guían la interacción entre los participantes, manteniendo un diálogo ordenado y productivo.

Sexto, aplicar las reglas de intervención: Determina cuándo y cómo intervenir en la discusión, asegurando que el proceso sea justo y equitativo.

Séptimo, consolidar la argumentación: Asegura que la estructura lógica de la argumentación esté bien fundamentada y que se respeten las normas de interacción, contribuyendo a un debate constructivo.

Octavo, evaluar críticamente las ideas: Fomenta un ambiente de discusión respetuoso donde las ideas puedan ser evaluadas críticamente, lo que enriquece el debate y conduce a conclusiones bien fundamentadas.

Tipos de premisas

Existen dos tipos de premisas que sustentan cualquier argumentación: los fundamentos o conclusiones concluyentes y los fundamentos o conclusiones parciales.

Fundamentos o conclusiones concluyentes

Estos fundamentos determinan que la verdad de todas las premisas garantiza la verdad de la conclusión.

- **Tipo de argumento:**

Corresponden a los argumentos deductivos.

- **Validez:**

Aquellos que cumplen con esta propiedad se consideran válidos; los que no, inválidos.

Fundamentos o conclusiones parciales

Se construyen a partir de premisas que proporcionan solo un apoyo parcial a la conclusión.

- **Tipo de argumento**

Estos son los argumentos inductivos, que buscan demostrar una conclusión mediante un apoyo parcial entre una idea (premisa) y otra.

- **Corrección**

Cuando se logra la conexión entre premisas y conclusiones, los argumentos se consideran correctos; de lo contrario, si la relación es incorrecta, los argumentos se consideran incorrectos.

La práctica constante y el respeto por las normas de inferencia y las reglas de interacción son esenciales para desarrollar una argumentación efectiva. Con el tiempo, estas habilidades pueden mejorar significativamente, permitiendo una comunicación más clara, coherente y persuasiva.

3. Comunicación verbal y no verbal

La comunicación es el pilar que sostiene la existencia de los grupos sociales, y su eficacia depende del uso adecuado del lenguaje. Este lenguaje puede manifestarse de manera verbal o no verbal, dependiendo del contexto sociocultural, la información que se pretende transmitir y los objetivos que se desean alcanzar.

3.1. Comunicación no verbal

En la comunicación no verbal, las palabras no son necesarias para transmitir un mensaje. A pesar de su falta de verbalización, la comunicación no verbal ha adquirido una importancia creciente en la sociedad actual. Esta forma de comunicación se realiza a través de una amplia gama de signos, que incluyen:

- **Visual**

Mensajes que percibimos a través de la vista, como señales de tráfico, semáforos, y faros.

- **Gestual**

Expresiones físicas, como movimientos corporales y gestos, que acompañan y refuerzan el mensaje hablado.

- **Auditiva**

Sonidos como gritos, que pueden expresar alegría, dolor o llamados de atención.

- **Táctil**

Comunicación basada en el contacto físico, como abrazos, besos o un apretón de manos, que transmiten emociones y sentimientos.

- **Gustativa**

Asociada a los sabores de los alimentos, que pueden evocar recuerdos o estados emocionales.

- **Olfativa**

Relacionada con los olores, como el perfume, el aroma de la comida, o el olor de una madre para su bebé, que pueden desencadenar respuestas emocionales.

3.2. Comunicación verbal

La comunicación verbal es el proceso mediante el cual las personas intercambian información, ideas, pensamientos y sentimientos a través del uso de palabras, ya sea de manera oral o escrita. Esta forma de comunicación se caracteriza por su capacidad para transmitir mensajes complejos y detallados de manera clara y precisa.

Comunicación oral

Es la forma más común de comunicación verbal, donde se utilizan palabras habladas. Abarca desde conversaciones cotidianas hasta discursos formales. Incluye no solo el contenido de las palabras, sino también aspectos como el tono, la entonación, el ritmo y el volumen, que pueden influir en cómo se interpreta el mensaje.

Los siguientes elementos son clave en la comunicación oral, ya que no solo transmiten el contenido verbal del mensaje, sino también las emociones y actitudes del hablante, influyendo en cómo el mensaje es percibido por el receptor.

- **Tono**

Se refiere a la cualidad emocional o actitudinal de la voz durante la comunicación. Indica emociones como alegría, tristeza, ironía, enfado,

entre otras, y puede influir significativamente en la interpretación del mensaje por parte del receptor.

- **Entonación**

Es la variación en el tono de la voz mientras se habla. Se refiere a los cambios de altura o melodía en la voz, que pueden dar diferentes significados o énfasis a una oración. La entonación puede indicar si una oración es una afirmación, una pregunta, una exclamación, o mostrar el estado emocional del hablante.

- **Ritmo**

El ritmo es el patrón de velocidad y pausas con el que se habla. Se refiere a la cadencia o fluidez con la que se pronuncian las palabras y las oraciones. Un ritmo rápido puede transmitir urgencia o entusiasmo, mientras que un ritmo más lento puede sugerir seriedad, reflexión o tristeza.

- **Volumen**

El volumen se refiere a la intensidad o fuerza con la que se emite la voz. Puede variar desde un susurro hasta un grito y se utiliza para enfatizar partes del discurso o ajustar la comunicación a diferentes contextos. Un volumen alto puede expresar enfado o entusiasmo, mientras que un volumen bajo puede indicar confidencialidad, timidez o tranquilidad.

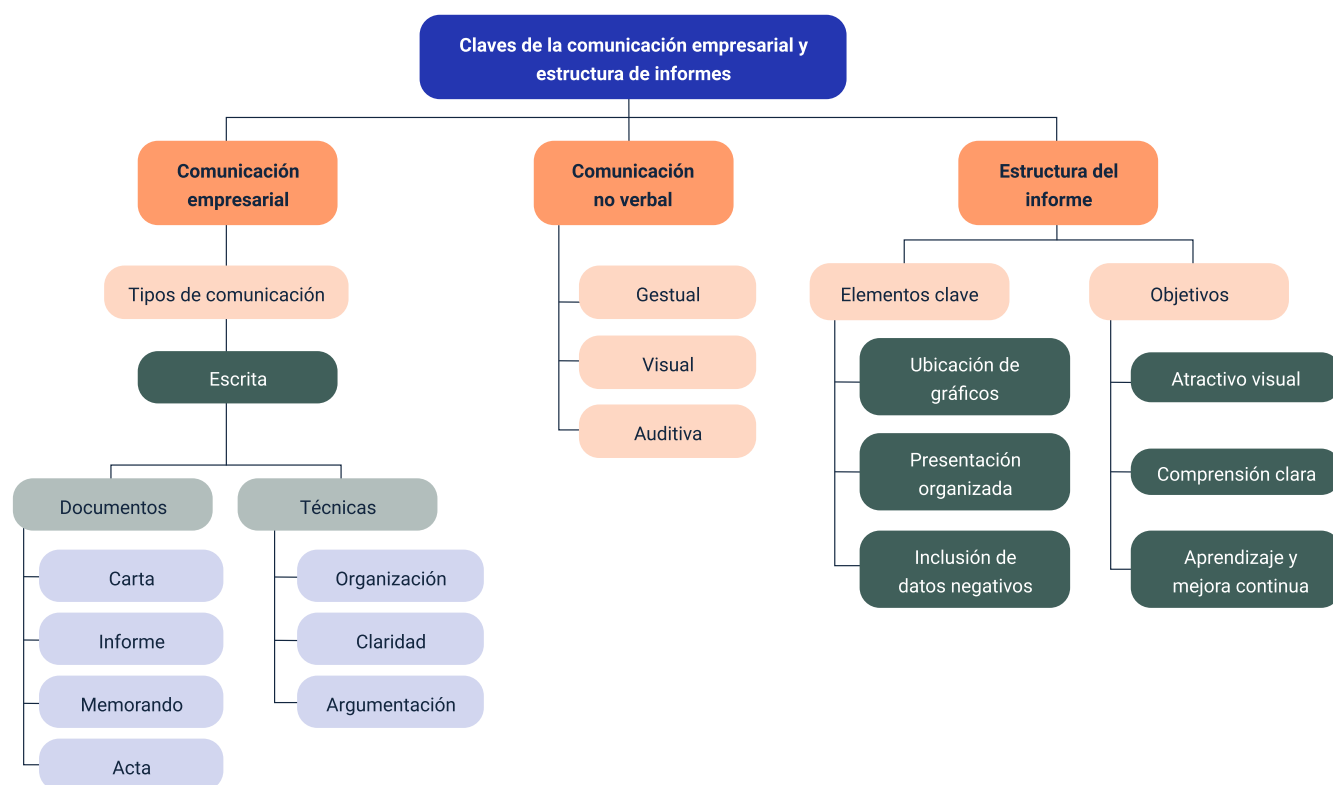
Comunicación escrita

Esta forma de comunicación verbal utiliza símbolos escritos, como letras y palabras, para transmitir mensajes. Puede manifestarse en diversas formas, como cartas, correos electrónicos, informes, libros, y más. La comunicación escrita permite que el mensaje se preserve a lo largo del tiempo y pueda ser consultada

repetidamente, lo que la convierte en una herramienta clave para la documentación y la transmisión de conocimiento.

Síntesis

A continuación, se presenta una síntesis de la temática estudiada en el componente formativo.



Material complementario

Tema	Referencia APA del Material	Tipo de material (Video, capítulo de libro, artículo, otro)	Enlace del recurso o Archivo del documento o material
Documentos escritos	Servicio de Planificación y Mejora de la Docencia (2018). Documentos escritos de calidad. [Archivo de video] Youtube.	Video	https://www.youtube.com/watch?v=ZU6tACNXVdl
El informe	LA PROFE MÓNICA (2022). CÓMO HACER UN INFORME - pasos y sugerencias - Edutuber La profe Mónica [Archivo de video] Youtube.	Video	https://www.youtube.com/watch?v=hHNV9wMXZrg
El acta	Profesora.com (2022). El Acta Estructura, Función, Características, Tipos, Ejemplo. [Archivo de video] Youtube.	Video	https://www.youtube.com/watch?v=Ab3gYuoJPOM
La argumentación	Universidad Sergio Arboleda.(2019). Tipos de argumentos - Universidad Sergio Arboleda. [Archivo de video] Youtube.	Video	https://www.youtube.com/watch?v=YzC4X4qfE-w
Comunicación verbal	Lifeder Educación (2021). ¿Qué es la COMUNICACIÓN VERBAL y cuáles son sus CARACTERÍSTICAS? Tipos, no verbal, ejemplos. [Archivo de video] Youtube.	Video	https://www.youtube.com/watch?v=q-FTO5tvh6Q

Glosario

Argumentar: defender razonadamente una opinión con el fin de que el destinatario adopte la idea que el emisor sostiene.

Asertividad: forma de expresión consciente, congruente, clara, directa y equilibrada, que consiste en comunicar ideas y sentimientos o defender derechos sin intención de herir o perjudicar a otro.

Capacidad crítica: habilidad individual para obtener conclusiones de un texto o acciones particulares, reflexionando y adoptando una posición neutral, utilizando el conocimiento y la imaginación.

Competencia: conjunto de conocimientos, procedimientos, valores y actitudes integrados en la acción, que permiten al individuo resolver problemas específicos de manera autónoma y flexible.

Comunicación: proceso mediante el cual establecemos contacto con otras personas para transmitir o intercambiar mensajes.

Diálogo: conversación entre dos o más personas, oral o escrita, mediante la cual se intercambia información y se comunican pensamientos, sentimientos y deseos.

Habilidades sociales: comportamientos eficaces que realiza el ser humano para facilitar la relación con los demás.

Liderazgo: conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo posee para influir en un grupo, logrando que trabaje con entusiasmo en el logro de metas y objetivos.

Negociación: procedimiento de discusión establecido entre partes en conflicto con el objetivo de llegar a un acuerdo aceptable.

Publicidad: forma de comunicación comercial que busca incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y de técnicas de propaganda.

Referencias bibliográficas

Álvarez, Alfredo. (2005). Escribir en español. Fondo de Cultura Económica. México: Porrúa.

Cestero, A. (2004). “La comunicación no verbal”, en J. Sánchez Lobato e I. Santos Gargallo (eds.) Vademécum para la formación de profesores. Madrid: SGEL, pp. 593-612.

Cestero, A..et al. (1998). Estudios de comunicación no verbal. Madrid: Edinumen.

Coll, J., Gelabert, M., Y Martinell, E. (1990). Diccionario de gestos y sus giros más usuales. Madrid: Edelsa.

Escandell, V. (2005). La comunicación. Madrid: Grados.

García-Carpintero, M. (1996). Las palabras, las ideas y las cosas. Una presentación de la filosofía del lenguaje. Barcelona: Editorial Ariel.

Gil Juárez, A. & Vitores González, A. (2011). Comunicación y discurso: (ed.). Editorial UOC. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/33435>

Grau Olivares, M. Gordillo León, F. & López Pérez, R. M. (2016). Comportamiento no verbal: más allá de la comunicación y el lenguaje: (ed.). Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/115592>

Lucas Marín, A. (2012). La nueva comunicación: (ed.). Editorial Trotta, S.A. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/34391>

Tobón, L. (2001). La lingüística del lenguaje. Estudios en torno a los procesos de significar y comunicar. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.

Créditos

Nombre	Cargo	Centro de Formación y Regional
Milady Tatiana Villamil Castellanos	Responsable del ecosistema	Dirección General
Olga Constanza Bermúdez Jaimes	Responsable de línea de producción	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
José Herney Sánchez Pizarro	Experto temático	Centro de Desarrollo Agropecuario y Agroindustrial CEDEAGRO - Regional Boyacá
Paola Alexandra Moya Peralta	Evaluadora instruccional	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Blanca Flor Tinoco Torres	Diseñador de contenidos digitales	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Edwin Sneider Velandia Suárez	Desarrollador full stack	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Cristhian Giovanni Gordillo Segura	Intérprete lenguaje de señas	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Daniela Muñoz Bedoya	Animador y productor multimedia	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Andrés Felipe Guevara Ariza	Locución	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Jaime Hernán Tejada Llano	Validador de recursos educativos digitales	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Daniel Ricardo Mutis Gómez	Evaluador para contenidos inclusivos y accesibles	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Margarita Marcela Medrano Gómez	Evaluador para contenidos inclusivos y accesibles	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia