IVAP
HERRI ARDURALARITZAREN EUSKAL ERAKUNDEA

MENSAJES ELECTRÓNICOS

Consejos para escribir mensajes electrónicos



Índice

- Introducción
- Mensajes comunicativos
  - **Asunto del mensaje**
  - Criterios para escribir el asunto
  - **Cuerpo del mensaje**
  - Saludos
  - Introducción de los mensajes
  - Tener presente al receptor
  - Párrafos
  - Ortotipografía
  - Diseño
  - **Información complementaria**
  - Documento adjunto
  - Enlaces
- Bibliografía

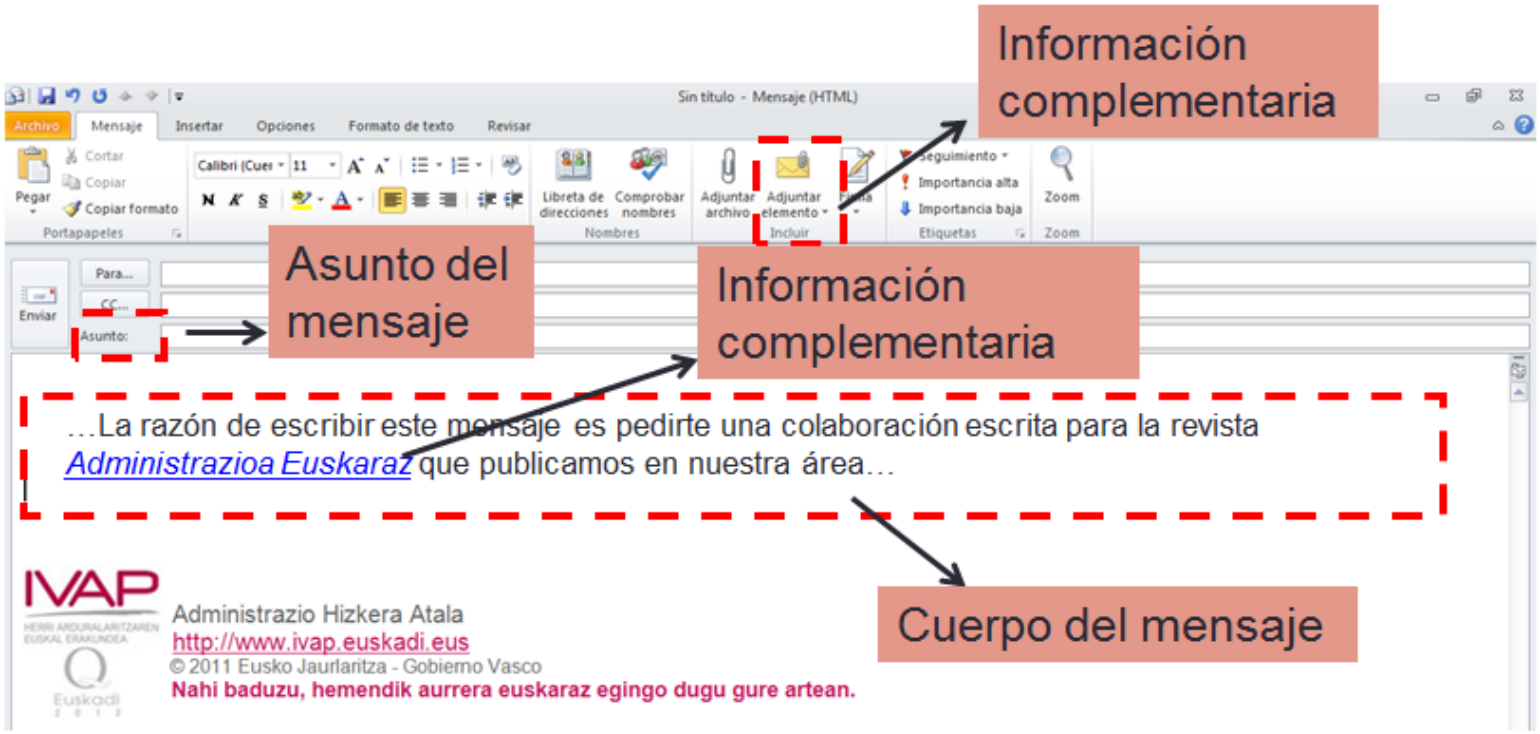


Introducción

El correo electrónico es una herramienta que utilizamos con frecuencia para comunicar. Se ha convertido en un instrumento de uso común tanto para enviar mensajes de trabajo como para cuestiones personales, puesto que ofrece diversas ventajas: es **barato**, **rápido** y **cómodo** y, además, permite adjuntar **datos**, **ficheros** y otros materiales al mensaje.

Mensajes comunicativos

Para crear mensajes comunicativos, es preciso analizar **qué** y **cómo** hemos de redactar los siguientes apartados:



Asunto del mensaje

El asunto cumple la función de título en los mensajes electrónicos. En todos los escritos de la administración, incluidos los mensajes electrónicos, el título es muy importante puesto que un buen título centra al lector en el tema desde un principio.

El asunto debe ser **claro**, **corto** y **concreto**, y para lograrlo debes tener en cuenta algunos criterios.

Criterios para escribir el asunto (I)

Léxico: Utiliza las palabras que mejor reflejen el contenido. Elige palabras concretas y conocidas.

↓ **prelación**	preferencia
↓ **computar**	contar, calcular

No utilices más palabras que las necesarias. Entre palabras cortas y largas con el mismo significado, elige la corta.

↓ **conceder autorización**	autorizar
↓ **realizar una planificación**	planificar
↓ **visionar**	ver

Criterios para escribir el asunto (II)

Un único tema: En cada mensaje solo se debe desarrollar un tema, el recogido en el asunto, y organizar en párrafos las diferentes ideas del mensaje. Si hemos de tratar dos o más temas, es preferible enviarlos en diferentes mensajes.



- Gestión de residuos y el lenguaje jurídico
- Cursos específicos y oferta de trabajo



- Gestión de residuos
- El lenguaje jurídico
- Cursos específicos: abril
- Oferta de trabajo para Semana Santa

Criterios para escribir el asunto (III)

Descripción: Utiliza la misma descripción en los mensajes que tengan relación; así facilitarás el trabajo de clasificación y archivo.

No cambies el asunto en cada mensaje:

- Cursos específicos: abril
- Cursos
- Catálogo de cursos
- Información sobre los cursos
- Calendario de los cursos

→ Son adecuados, pero en los mensajes relacionados entre sí es preferible utilizar una única versión del asunto para que quede claro que estamos tratando el mismo tema.

Cuerpo del mensaje

El cuerpo del mensaje debe ser **claro, fácil** de entender y **concreto,** ya que todo mensaje debe ser entendido correctamente por el receptor.

A continuación, te damos algunos consejos que te ayudarán a escribir mensajes claros y comunicativos.

Saludos



Utiliza, los saludos solo cuando sea preciso. Por ejemplo, puedes prescindir de ellos en conversaciones con mensajes encadenados; en esos casos es suficiente con el saludo del primer mensaje.

Clasificamos los saludos según su nivel de formalidad.

Saludos: Saludo inicial

- Formal

Estimada/o compañera/o:

Estimado/a señor/a:

Estimado/a Sr./Sra. (apellido):

- Neutro

Sr./Sra. (apellido):

- Cercano

Hola:

- Amistoso

Hola, ¿qué tal?:

Saludos: Saludo de despedida



- Formal

Atentamente,

Atentamente le saluda,

Sinceramente,

Reciba un (cordial) saludo,

- Neutro

Un saludo,

- Cercano

¡Hasta pronto!

- Amistoso

¡Cuídate!

¡Hasta la vista!

Introducción de los mensajes



Después del saludo, conviene emplear una frase de introducción para presentar el tema.

Ejemplos:

Le envío este mensaje para informarle de…

En relación a la solicitud presentada el día…

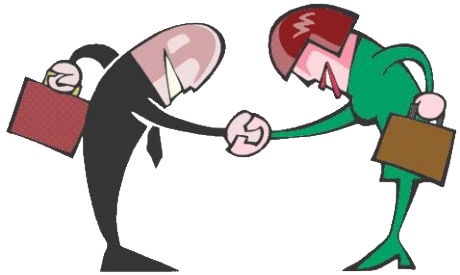
Conforme a la conversación telefónica mantenida con usted…

En respuesta al escrito recibido con fecha…



Tener en cuenta al receptor

Si te diriges al receptor por primera vez, conviene que te presentes.



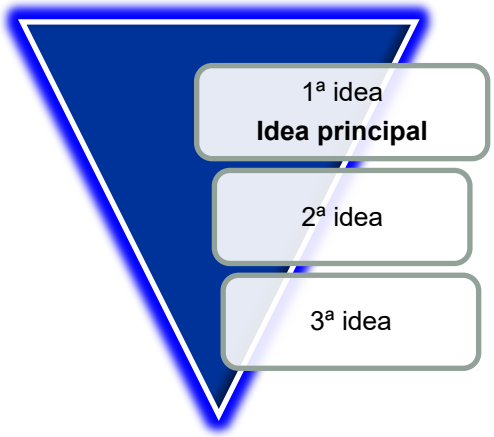
Ten en cuenta los conocimientos del receptor sobre el tema que vas a tratar.



Párrafos



- A ser posible, no escribas mensajes de más de tres párrafos.
- En cada párrafo desarrolla una única idea.
- Organiza el contenido según su importancia:



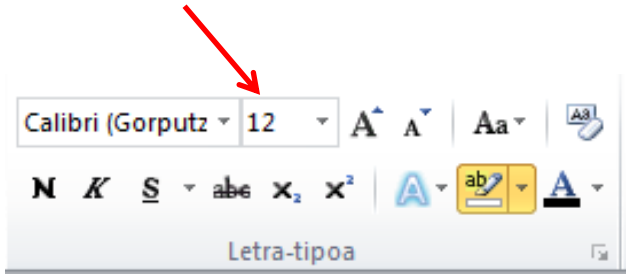
Ortotipografía

- Utiliza el color solo en los enlaces; para el resto del texto se recomienda utilizar fuente negra sobre fondo blanco.



- No escribas en mayúsculas: muestra ENFADO y entorpece la lectura.

- En cuanto al tamaño de fuente, se recomienda la de 12 puntos, considerada una fuente de tamaño intermedio.



Diseño

- Si el contenido te lo permite, ofrece la información **a modo de lista**.
- Deja **espacio en blanco** en los márgenes y entre párrafos.
- Utiliza los **tipos de fuente habituales**: Verdana, Arial, Calibri, Century Gothic…

Además de atender a los consejos anteriores, como norma general recomendamos utilizar frases cortas y sencillas en el cuerpo del mensaje. Sin embargo, intercalar frases largas de vez en cuando puede proporcionar ritmo al texto.

Información complementaria

Redacta solo lo imprescindible en el cuerpo del mensaje y agrega el resto del contenido como información complementaria.

Existen dos modos de hacerlo:

- Documento adjunto 

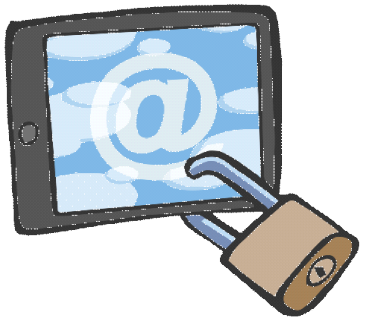
- Enlace 

Documento adjunto



Usa el formato PDF para enviar documentos de poco peso.

Para proteger la información, adjúntala en PDF: no la escribas en el cuerpo del mensaje ya que es fácil de manipular.



- Guarda los videos y fotos en servidores específicos y proporciona el enlace en el texto del mensaje.

- Aun así, a menudo no se visualizan. Para evitar ese problema, añade enlaces a documentos o a sitios web.



- Coloca el enlace en las palabras más expresivas del texto, no uses la URL como enlace.



Enlaces



- Los enlaces constan de dos elementos:

Elemento de anclaje: la palabra en la que el usuario debe clicar.



Referencia hipertextual: la dirección completa, es decir, la página concreta que se abrirá cuando el usuario pulse el elemento de anclaje.

http://www.ivap.euskadi.eus

Consejos de estilo para los enlaces:

1. Diferencia bien el texto y los enlaces.
2. Redacta el texto; después, coloca los enlaces en las palabras más significativas, y no uses la dirección completa como elemento de anclaje.
3. No abuses de los enlaces, añade solo los que consideres necesarios.
4. Diferencia tipográficamente los enlaces principales y los secundarios.
5. Usa el elemento de anclaje la primera vez que aparece en el texto y preséntalo como texto común en las posteriores.

6. Une los anclajes y los destinos hipertextuales: el usuario debe intuir lo que encontrará si opta por entrar en el enlace.

7. Elige textos de anclaje cortos, expresivos y fáciles.

8. A ser posible, sitúa los enlaces al final de las frases o de los párrafos.

9. El enlace nos debe conducir a un contenido en concreto, no a la página principal de un sitio web.

10. Si el enlace nos lleva a un documento, debes anunciar el formato y peso del documento.

Bibliografía

- Eugenio Siccardi. *Cómo escribir un mail*.
- IVAP. *COMUNICACIÓN ELECTRÓNICA. Propuestas para mejorar la calidad de los textos en pantalla*.
- Ramón Salaverría. *Redacción en Internet.* Curso online.

