

El correo electrónico

Rubén Ávila Rodríguez y Pedro Gras Manzano

Julio 2021

1. El correo electrónico en el ámbito profesional

El correo electrónico es una de las herramientas más usadas para compartir ideas e información en el ámbito laboral, por lo que la mayoría de profesionales reciben una gran cantidad de correos a lo largo del día. Por ello, estos mensajes suelen leerse en diagonal y no se analizan detenidamente. Como escritores, es importante pensar qué contenido se incorporará en el correo y cómo resaltar los aspectos más importantes para que el lector pueda identificarlos fácilmente. Además, hay que tener en cuenta que no podemos apoyarnos en la comunicación no verbal al redactar un correo electrónico, por lo que es importante compensar esta carencia con la cortesía verbal en nuestra producción textual.

A continuación, se describen algunas cuestiones a tener en cuenta al redactar el correo electrónico organizadas por cada una de las fases de producción textual: la planificación, la redacción y la revisión.

2. Planificación

2.1. La organización de las ideas en el texto

Como en cualquier otro texto, el primer paso para redactar un correo electrónico es definir y estructurar el contenido que se quiere desarrollar. Es importante desarrollar un breve esquema con la información que quiere incorporarse en el texto y organizar las ideas jerárquicamente. Este esquema ayudará al escritor a estructurar la información en párrafos y, sobre todo, a relacionar todas las cuestiones que quieren desarrollarse, es decir, funcionará como un esqueleto del texto, en el que se sintetizen las ideas principales de forma ordenada.

Ejemplo

Imagina que eres la técnica de Whatever Will Be, un estudio que está especializado en la creación de aplicaciones para sistemas operativos móviles (iOS y Android, principalmente).

Has recibido el siguiente encargo de un nuevo cliente: una empresa joven de diseñadores gráficos llamada DiversDesign.

Buenos días, Judith:

*Mi nombre es Dani Borrell y te escribo desde DiversDesign, un estudio de marketing de Barcelona, especializado en diseño social. Me envió tu contacto Elena y quería preguntarte algunos detalles acerca de **vuestros servicios** de desarrollo y **diseño de aplicaciones móviles**.*

*Uno de nuestros principales proyectos es **DiversPortfolio: un portal, similar a un blog, pensado en exclusiva para diseñadores gráficos y que permite a sus usuarios subir sus trabajos y compartirlos en la red usando una URL propia**. Además, el portal permite ver los trabajos de otros usuarios registrados, lo que favorece la creatividad y el contacto con las tendencias gráficas. Nuestro proyecto es similar a otros que ya existen en el mercado, pero con la peculiaridad de que todos nuestros usuarios están especializados en crear imágenes para proyectos sociales basados en el respeto y la promoción de la diversidad.*

*En los últimos meses, hemos estado valorando la posibilidad de mejorar este proyecto y **crear una aplicación para iPhone y iPad** que permita a los usuarios de nuestra web subir su trabajo desde sus dispositivos móviles. Hemos visto que muchos de los diseñadores que están registrados en el portal Behance (behance.net) —muy similar a DiversPortfolio, pero de ámbito internacional— utilizan una aplicación como esta para cargar sus fotografías o vídeos. Sin embargo, desconocemos las prestaciones que pueden ofrecer este tipo de aplicaciones, las ventajas y los inconvenientes en relación con el uso del portal web actual y, sobre todo, si este proyecto podría repercutir en la satisfacción de nuestros usuarios o, incluso, ayudar a captar a nuevos diseñadores.*

*Por lo que nos ha comentado Elena, vosotros podríais encargáros del **desarrollo de una aplicación para iOS**. De momento, no estamos interesados en una aplicación para Android o Windows porque nuestros usuarios utilizan, principalmente, los productos de Apple. Os agradeceríamos que nos asesoréis en este sentido y que, como técnicos, valoréis la conveniencia o no de iniciar un proyecto de estas características.*

Muchas gracias de antemano por vuestro trabajo. Quedo atento a vuestra respuesta.

Un saludo,

*Dani Borrell
Director del Departamento de Comunicación
DiversDesign | Estudio de diseño social*

Si tuvieras que redactar un correo electrónico de respuesta, podrías organizar el contenido teniendo en cuenta el tipo de información que necesita el destinatario. Así, por ejemplo, podrías asumir que no es necesario explicarle a Dani qué es una aplicación móvil y tampoco deberías redactar una propuesta de proyecto completa. En este caso, deberías incluir información general sobre lo que pregunta el cliente.

Una propuesta de esquema podría ser la siguiente:

1. Viabilidad del proyecto
 - 1.1. Uso extendido de aplicaciones móviles
 - 1.2. Diseñadores usan dispositivos para producir contenido
2. Propuesta de proyecto
 - 2.1. Ventajas
 - 2.1.1. Actualización de portafolio
 - 2.1.2. Impulsar red social
 - 2.2. Inconvenientes
 - 2.2.1. Espacio de almacenamiento
3. Conclusión

2.2. La secuencia textual

Los correos electrónicos suelen ser breves, de modo que suele priorizarse la información relevante. Pese a que existen muchos estilos de correos electrónicos, los correos electrónicos profesionales suelen seguir esta estructura: saludo, contextualización, cuerpo del mensaje, cierre y despedida.

0. Cabecera: un saludo inicial. Antes de redactar un correo, debes pensar quién es el emisor del mensaje que has recibido y qué grado de formalidad debes adoptar. Para ello, puedes seguir la misma fórmula que tu emisor cuando redactes el mensaje.

1. Situación (o contextualización): un párrafo en el que se establece la relación con el destinatario (presentarse, agradecer el mensaje previo o preguntar cómo se encuentra el destinatario) y se centre el tema. Se trata de un breve párrafo que ha de servir de introducción al tema para que el destinatario entienda cuál es la situación y por qué está recibiendo el correo.

2. Cuerpo del mensaje: dos o tres párrafos en los que se desarrolle el tema. Estos párrafos deben desarrollar el contenido del mensaje. Se debe intentar sintetizar la información y centrarse en las ideas principales que quieren desarrollarse. Las ideas deben organizarse en párrafos que presenten una única unidad temática. Así mismo, es preferible que las frases sean breves y sigan una estructura oracional simple (sujeto-verbo-complementos). Este tipo de oraciones facilitan la comprensión y la lectura ágil del texto. (Secuencia expositiva y argumentativa, si procede)

3. Conclusión (o cierre): un párrafo de síntesis de las ideas, introducido por un conector de cierre del texto (como “en síntesis”, “en definitiva” o “en conclusión”). Breve recapitulación de lo que se ha dicho anteriormente y aporte final al texto. (Secuencia expositiva)

4. Despedida: cierre del correo con una despedida breve (“un saludo”, “quedamos a la espera de vuestros comentarios”, “un abrazo”) y una firma. Como en el saludo inicial, la despedida dependerá del grado de formalidad que se mantenga con el destinatario del correo.

Ejemplo

Retomando el caso anterior, **la secuencia textual que debe redactarse será expositiva:** se plantea un problema para el que se propone una solución. Con todo, puede que haya elementos de una secuencia argumentativa, si se evalúan diferentes posibilidades y se argumenta a favor de una u otra.

Estimado Dani:

En primer lugar, queremos agradecer la confianza que habéis depositado en nuestra empresa para valorar la posibilidad de iniciar un nuevo proyecto. A continuación, os hacemos llegar la información que nos solicitáis sobre la viabilidad de la creación de una nueva aplicación para vuestro servicio web.

*Hoy en día, el uso de las aplicaciones para sistemas operativos móviles está muy extendido y es esperable que crezca aún más en el futuro. Además, en el ámbito del diseño gráfico y la fotografía, cada vez son más los creativos que utilizan sus dispositivos móviles como espacios de trabajo y herramientas para compartir sus producciones. Por ello, **creemos que una aplicación para el sistema de portafolios de DiversDesign será bien recibida por los usuarios actuales y puede servir como herramienta para captar a nuevos profesionales.***

*Después de visitar la web que nos enviasteis, y su aplicación móvil, creemos que la **funcionalidad principal de una aplicación para vuestro portafolio debe ser permitir a los usuarios de vuestro portal actualizar sus trabajos en el portafolio y editar directamente la información que se quiere mostrar.** Además, pensamos que este proyecto podría servir para **impulsar la red social** (por ejemplo, el contacto con clientes que buscan un diseño social o el acceso a los contenidos destacados del portal). Ambas funciones ya están disponibles actualmente a través de la página web de vuestra empresa, pero el desarrollo de una aplicación específica permitirá que los usuarios que consultan el portafolio desde sus dispositivos móviles lo hagan en un entorno optimizado **y con una interfaz y una tecnología pensadas expresamente para tabletas o teléfonos inteligentes.***

0. Cabecera

1. Situación

2. Cuerpo del mensaje

El cuerpo del mensaje seguirá la estructura propuesta anteriormente:

1. Viabilidad del proyecto
1.1. ...

2. Propuesta de proyecto
2.1. Ventajas
2.1.1. ...

Los **inconvenientes** de llevar a cabo este proyecto tienen que ver, sobre todo, con el **flujo de información que necesita una aplicación móvil para contenido multimedia**. El hecho de que la mayor parte del contenido de vuestra web sean fotografías y vídeos requiere una gran capacidad de almacenamiento en el dispositivo móvil y, por lo general, las tabletas y los teléfonos inteligentes tienen una capacidad limitada. En este sentido, desde nuestra empresa tenemos una **experiencia previa en proyectos similares** y podríamos diseñar la aplicación de modo que este no fuera un problema para los usuarios.

En definitiva, pensamos que una aplicación para sistemas operativos como iOS o Android sería una buena oportunidad para vuestro estudio. En caso de estar interesados en contratar nuestros servicios, podríamos haceros llegar un **presupuesto detallado y concertar una reunión**.

Quedamos a vuestra disposición para aclarar o ampliar cualquier punto que consideréis necesario.

Un saludo,

Judith Zurita
Departamento técnico
Whatever Will Be

2. Propuesta de proyecto

2.2. Inconvenientes

2.2.1. ...

3. Conclusión

Introducida por un conector de cierre

4. Despedida y firma

3. Redacción

Para redactar un correo electrónico (fase de textualización), se debe tener en cuenta cuál es el estilo (en función de la situación comunicativa, especialmente la relación con el destinatario) y cuáles son las características propias de un texto expositivo, argumentativo o descriptivo, según cuál sea el objetivo del correo electrónico. Estos parámetros vendrán determinados por el **emisor**, el **destinatario** y las características de las **secuencias textuales** que deben producirse.

3.1. Emisor y destinatario

En primer lugar, es importante pensar a quién se dirige el mensaje y cuál es el rol del emisor en la empresa. La relación entre ambos determinará el tono del mensaje y cómo es apropiado dirigirse al interlocutor.

EJEMPLO

Si seguimos con el ejemplo anterior, verás que el destinatario de tu correo es un cliente y, por lo tanto, el registro de tu producción **textual debe ser formal**. Tú, como emisor, hablarás en

nombre de la empresa y, por ello, no deberías imprimir valoraciones subjetivas. Así, las formas lingüísticas predominantes deberían ser **impersonales, pasivas** o, también, usar la **primera persona del plural** (para hablar en nombre de la empresa). Igualmente, el vocabulario debe ser **objetivo y preciso**.

*En primer lugar, **queremos agradecer** una vez más la confianza que habéis depositado en **nuestra empresa** para valorar la posibilidad de iniciar un nuevo proyecto. A continuación, **os hacemos llegar** la información que **nos solicitáis** sobre la viabilidad de **la creación de una nueva aplicación para vuestro servicio web**.*

Primera persona plural
Nominalización

*Hoy en día, **el uso de las aplicaciones para sistemas operativos móviles está muy extendido** y es esperable que crezca aún más en el futuro. Además, **en el ámbito del diseño gráfico y la fotografía, cada vez son más los creativos que utilizan sus dispositivos móviles como espacios de trabajo** y herramientas para compartir sus producciones. Por ello, creemos que **una aplicación para el sistema de portafolios de DiversDesign será bien recibida por los usuarios actuales y también servirá para captar nuevos**.*

Estilo impersonal
Oración pasiva

(...)

*Ambas funciones ya están disponibles actualmente a través de la página web de vuestra empresa, pero **el desarrollo de una aplicación específica permitirá que los usuarios que consultan el portafolio desde sus dispositivos móviles lo hagan en un entorno optimizado** y con una **interfaz y tecnología propias de tabletas o teléfonos inteligentes**.*

Nominalización
Vocabulario técnico

3.2. Tipo de secuencia textual

El **cuerpo del correo electrónico** es muy flexible en cuanto a los tipos de secuencia textual que admite: descriptiva, narrativa, expositiva, argumentativa o instructiva (ver *módulo 1*). En muchas ocasiones (como en la del ejemplo que se ha seguido en este documento), los correos electrónicos responden a secuencias textuales expositivas y, por este motivo, se espera que la información se organice de forma lógica, siguiendo un modelo analítico y sintético. Las principales técnicas que pueden usarse son la definición, la clasificación y el ejemplo. Así, los aspectos lingüísticos predominantes serán los siguientes:

1. **Uso de oraciones atributivas** (por ejemplo, “el NFC es un proyecto destinado a evaluar la interconexión entre dispositivos”).

2. Uso de **conectores**, sobre todo de **distribución** (por ejemplo, “por una parte”, “por otra parte”), de **ejemplificación** (por ejemplo, “como ahora”, “por ejemplo”), de **reformulación** (por ejemplo, “en otras palabras”, “es decir”, “esto es”) y de **causa y consecuencia** (por ejemplo, “así”, “por tanto”, “de este modo”).
3. **Tiempos verbales** organizados alrededor del eje del **presente**, característicos de las **oraciones declarativas**.
4. **Léxico especializado comprensible para el destinatario**.

Si en algún momento hay argumentos —es decir, en los fragmentos del texto en los que se explique por qué una alternativa es mejor que otra, por ejemplo— pueden usarse, además, algunos de los rasgos de las secuencias textuales argumentativas. Principalmente, pueden destacarse los rasgos siguientes:

1. **Verbos de opinión** (“decir”, “pensar”, “opinar”, etc.). Es importante no abusar de este tipo de verbos en el texto, ya que, como se ha comentado, la estructura predominante será la expositiva.
2. Uso de **conectores que indiquen contraste** (por ejemplo, “en cualquier caso”, “con todo”, “aun así”, “sin embargo”).
3. **Expresiones con valor subjetivo** (“muy difícil”, “sería aconsejable”), aunque para usarlas debe valorarse si se trata de un registro formal y, por lo tanto, no pueden usarse exageraciones innecesarias o formulaciones imprecisas.

Del mismo modo, el texto debe ajustarse a la corrección normativa y, para ello, deberá revisarse para que no haya errores de normativa o uso de formas no recomendadas. Sobre todo, es necesario revisar aquellos aspectos que no suele detectar el corrector ortográfico del procesador de textos, como la acentuación diacrítica, el uso de “el mismo” como mecanismo referencial, la ortografía de las palabras que presentan diferentes posibilidades de escritura (“por qué” / “porque” / “porqué” / “por que”, “sino” / “si no”, “sobretudo” / “sobre todo”)¹.

4. Revisión

En último lugar, una vez redactado el texto, es necesario revisarlo para que cumpla con los estándares de calidad del género. A continuación, se destacan los elementos más importantes a tener en cuenta al revisar un correo electrónico.

¹ Si tienes dudas sobre estos aspectos, puedes consultar el [Diccionario Panhispánico de Dudas](#), la página web de la [Fundéu](#) o la [Guía práctica de español](#) de la UOC.

Adecuación al registro

- El texto se entiende, es breve y responde a las cuestiones principales que quieren abordarse.
- Se evita el uso de términos de significado demasiado general / poco preciso (como “hacer” o “cosa”) y las expresiones demasiado coloquiales.
- En el texto se utiliza la terminología técnica propia del campo de estudio en los momentos adecuados.
- No se cometen errores ortográficos. Además de usar correctamente las tildes, se evitan otro tipo de problemas de normativa (infinitivo como verbo principal, queísmo y dequeísmo, etc.), y se evitan formas no recomendadas (gerundio con valor de posterioridad, “el mismo” como mecanismo referencial, etc.).

Estructura secuencia textual

- La producción textual sigue la estructura propia de un correo electrónico de estas características. En concreto, incluye cada una de las secciones descritas en este documento de apoyo: cabecera, situación, cuerpo del mensaje, conclusión y despedida.
- Todos los párrafos del texto tienen una extensión parecida y responden a los diversos temas y subtemas del texto.
- El texto no contiene párrafos de una sola oración y tampoco se usan puntos y aparte dentro de un mismo párrafo (o *semipárrafos*).

Cohesión textual

- Las oraciones presentan un orden lógico (sujeto-verbo-complementos) y son de una extensión media para facilitar la lectura (más o menos, 15 palabras). Si se emplea un inciso o aclaración, está bien puntuado (delimitado por comas) y en posición final o inicial de oración, para que no interrumpa la lectura.
- Se usan correctamente los conectores de diversos tipos (“aunque”, “porque”, “con todo”, “consecuentemente”, “pero”, etc.) y se evita su repetición a lo largo de todo el texto.
- Se evita la repetición de palabras en distancias textuales cortas, utilizando mecanismos gramaticales y léxicos (sinónimos, pronombres y elipsis).
- No se usan comas entre sujeto y verbo principal o entre verbo y complementos fuertes (complemento directo o complemento indirecto, por ejemplo).
- Los incisos se delimitan con comas y las oraciones se separan con puntuación fuerte (punto y seguido, punto y coma o dos puntos).
- Además de utilizar adecuadamente los signos de puntuación básicos (coma y punto), se introducen otros de forma esporádica, como los dos puntos y el punto y coma.

- Cuando se usan expresiones como “esto”, “este proyecto”, “lo” (mecanismos de referencia textual), es fácil identificar el elemento al que se refieren en el discurso previo (por ejemplo, se ha mencionado en la frase anterior).