

Resumen Imprimible

Curso Redacción empresarial

Módulo 2

### **Contenidos:**

- La importancia de la redacción en la empresa.
- El plan de redacción y sus fases.
- La carta empresarial, sus partes y su diagramación.
- El memorando, su redacción y estilo, sus partes y su diagramación.
- La redacción de otros escritos en el ámbito empresarial, como las actas, las notas y las esquelas de felicitación, invitación, agradecimiento y condolencias.
- La influencia de las nuevas tecnologías en la redacción.
- La importancia del mail y del newsletter.
- La netiqueta

### Comunicación escrita en el ámbito empresarial

Una de las ventajas principales de escribir correctamente es que de esta manera logramos que nuestro receptor se predisponga y pueda decodificar el mensaje sin ambigüedades ni malos entendidos. Además, los escritos que se producen en la empresa generan una imagen que debe ser impecable, es nuestra carta de presentación. Por eso, es tan apreciado que la empresa tenga un estilo propio y original de redacción. La redacción empresarial es un hecho de comunicación, y por lo tanto una empresa que no es cuidadosa en la elaboración de sus escritos no se comunica eficazmente. Esto impide desarrollar la finalidad comercial, que es la necesidad de relacionarse con el exterior, es decir, los destinatarios externos, y hacia dentro, esto es con sus integrantes. Debemos tener en cuenta que toda producción escrita en el ámbito de una compañía constituye una ocasión para repensar, mejorar o fortalecer las relaciones entre las personas que la integran, o con otras empresas. La persona encargada de la redacción deberá presentar a la perfección los siguientes documentos empresariales: carta, memorando, mensajes a través de medios electrónicos, acta, nota de cortesía y esquila de cortesía.

### Recomendaciones a la hora de escribir

- En primer lugar se deben reunir las ideas y los hechos. Lo ideal es que surjan espontáneamente.
- Luego se debe elaborar un plan en el que se distribuyan los temas y las ideas en las partes que correspondan, sin redactarlos aún.
- Después se puede hacer un bosquejo en el que se redacten frases conforme al plan.
- Y, por último, es vital revisar el bosquejo, es decir, relacionar las frases en una secuencia lógica de ideas, mejorar el vocabulario, verificar la puntuación y la ortografía, controlar la extensión y construcción de las frases y chequear la coherencia y la cohesión.

Además de tener presente esta serie de recomendaciones, es importante establecer un plan de redacción. Cada vez que se realice un trabajo de redacción de documentos

empresariales, hay que pensar quién es el destinatario para saber a qué persona pronominal debemos dirigirnos. También quién es el emisor del mensaje, empresa, nombre del firmante, cargo. Además, es importante la información técnica para armar la carta. Antes de comenzar a escribir es prudente trazar un plan, desglosando las ideas en una secuencia lógica. No llevar a cabo este plan es un error bastante común. Lo más aconsejable es formular una carta en tres párrafos, donde se desarrolle cada idea y realizarse las siguientes preguntas: ¿qué pondría ir en un primer párrafo? ¿Cómo se seguiría en un segundo párrafo? ¿De qué manera se podría terminar la carta?

### Carta empresarial

La **carta empresarial** es un escrito que significa el verdadero ABC de la redacción, y es la prueba de fuego para cualquiera que deba redactarla. Por lo general, la carta empresarial es un escrito que se dirige al exterior de la empresa y que permite que la empresa se relacione con distintos tipos de destinatarios, como proveedores, clientes actuales o futuros, bancos, empresas de distintos rubros, entre otros. A pesar de que muchas veces en la actividad rutinaria laboral la escritura de la carta empresarial puede parecer una obligación más a cumplir, es mucho más que eso, es una oportunidad comercial en potencia, ya que sirve para conservar clientes o crear nuevos. Lo que se escribe desde la empresa y cómo se escribe va a dar la imagen de cómo es la organización, y esa imagen queda grabada en el destinatario para siempre.

### Carta empresarial: estructura

Las cartas empresariales suelen mantener una estructura, que sigue estos pasos:

- Membrete
- Lugar y fecha
- Datos del destinatario
- Línea de atención
- Línea de referencia
- Saludo inicial

- Cuerpo de la carta
- Saludo final
- Datos del firmante
- Adjuntos
- Iniciales
- Copias

El membrete es el primer dato que puede apreciarse. Se compone por los datos de la empresa, la dirección, el teléfono, el código postal, la localidad y cualquier otro dato que la empresa quiera imprimir en su papel carta. Como la carta circula hacia el ámbito exterior de la empresa, deberá enviarse siempre en papel con membrete.

Respecto del lugar y fecha, podemos afirmar que es lo primero que un redactor consigna en una carta. Por ejemplo, "Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 28 de marzo de 2015". Cabe aclarar que no debe abreviarse la localidad, que el mes debe escribirse en minúscula y que no se escribe ningún signo de puntuación final. Lo que se debe tener en cuenta para la redacción de cartas es escribir con un lenguaje que se asemeje a como se habla pero con un lenguaje formal. La forma de enunciar una fecha no es mediante abreviaturas para las ciudades ni con barras para las fechas. Cabe recordar que una carta plagada de abreviaturas implica un descuido de la escritura por parte de su redactor.

Luego, se ubican los **datos del destinatario**. Aquí existen dos posibilidades: Si el destinatario es un individuo, se consignará de la siguiente forma: primero el tratamiento, es decir, "Doctor", "Licenciado", "Ingeniero", entre otros; debajo, el nombre; en la tercera línea, el cargo y la partícula "de" al final; en la siguiente línea, el nombre de la empresa, con mayúscula totales; debajo, la dirección; por último, el código postal y la localidad.

Por ejemplo:

"Señor

Julián Castro

Gerente de Ventas de

ALFA S.A.

México 1765

1100 Ciudad de Buenos Aires”

En el caso de usarse las abreviaturas convencionales de los tratamientos, se escriben junto al nombre, en la misma línea, es decir que nunca se escriben solas. Por ejemplo, “Sr. Julián Castro”, “Dr. Alberto López”, “Lic. José Fuentes”.

Si el destinatario es un individuo, recibirá en toda la carta un tratamiento de “usted”. En cambio, si el destinatario es una empresa, se consignará de la siguiente manera: “Señores de”, en la primera línea, “LA TRANQUILÍSIMA”, en la segunda línea, y luego la dirección tal como ya se explicó. La fórmula “Señores de” se puede obviar, pero agrega una nota de cortesía al tratamiento.

Los datos del destinatario no llevan ningún signo de puntuación al final de cada línea. El destinatario empresa recibirá en la carta un tratamiento de “ustedes”. Los pronombres “les” y “ustedes” aluden al destinatario en la forma de una empresa.

En cuanto a la **línea de atención** es un dato que se consigna solo si el destinatario es una empresa; la persona que se menciona en esta línea deberá tener un cargo menor en la empresa, y es un intermediario para que la carta llegue al sector adecuado; no es el destinatario. Se redacta de la siguiente manera: “Sr. Carlos Jiménez. Jefe Dpto. Ventas”. Y en la **línea de referencia** se colocan los datos referidos a documentación, es decir, número de cheque, de cuenta corriente, de factura, entre otros posibles casos. Luego se consigna el **saludo inicial** que, por lo general, en las cartas de rutina, se utiliza un saludo convencional, como “De nuestra consideración”, y si la temática de la carta lo permitiera, se pueden usar saludos más expresivos, como: “Estimado señor”, “Estimado doctor”, etcétera.

Respecto del **cuerpo de la carta**, hay algunos aspectos para tener en cuenta: la mayoría de las cartas se redactan en primero persona del plural es decir, “nosotros”, porque se logra una mayor distancia con el tema; además, el redactor se dirige en nombre de la empresa. Por lo tanto, los verbos que corresponden al emisor son: “dirigimos”, “acompañamos”, “anticipamos” y “saludamos”, entre otros. Para el **saludo final**, en las cartas de rutina, el saludo más utilizado es el convencional “Saludamos a ustedes atentamente”. Según la temática de la carta, se pueden usar saludos más largos donde el

redactor expresa alguna idea más aparte del saludo. Por ejemplo, “A la espera de una respuesta favorable a nuestro pedido, lo saludamos atentamente”. O saludos más cortos, como “Atentamente”, “Cordialmente”, etcétera.

En cuanto a los **datos del firmante**, si la carta está escrita en primera persona del plural, esto es, nosotros, el primer dato que se consigna es el nombre de la empresa; debajo irá la firma manuscrita; luego, la aclaración del nombre y el cargo. Por ejemplo,

INDUSTRIAS REX S.A.

Juan Carlos Pérez

Gerente de Ventas

La línea de adjuntos se utiliza para mencionar la documentación que se envía con la carta, para que así el destinatario pueda controlar si se le ha mandado todo lo que explicita. Igualmente, en un párrafo de la carta se menciona, de manera más detallada, la documentación que se adjunta.

Esta línea se consigna:

Adj.: 1

Adj.: 1 folleto (Si es uno solo)

Adjs.: 3

Adjs.: 3 folletos (Si son más de uno).

Por otra parte, debemos tener en cuenta las iniciales. En primer término, contra el margen izquierdo, debajo del aclaratorio de firma, o de los adjuntos, si los hubiera, se consignarán las iniciales del firmante, en mayúscula imprenta. Son datos que se redactan para una futura identificación de los responsables de la carta. Por último, la línea de copias sirve para mencionar a aquella persona a quien deseamos enviar copia de la carta.

### Carta empresarial: estilos de diagramación

Los **estilos de diagramación** son las distintas formas en que se distribuyen en el papel los datos que componen una carta. Existen distintos estilos de diagramación, que son adoptados en las empresas en el momento de redactar sus escritos, y cada una tendrá

preferencias por uno u otro. Las formas más difundidas de distribuir las partes de la carta son las siguientes: estilo bloque pleno, estilo bloque y estilo semibloque.

El **estilo bloque pleno** es el más moderno y en la actualidad existe una tendencia de las grandes empresas a adoptarlo en su correspondencia. Se lo denomina también bloque extremo o anglosajón, y es muy usado en las empresas estadounidenses. En el estilo bloque pleno, todos los datos se fijan contra el margen izquierdo, es decir en el primer eje. Si existieran dos firmantes, el de mayor jerarquía firmará del centro a la derecha. Respecto de las cuestiones gramaticales, puede decirse que como el destinatario es un individuo nos tenemos que referir con un usted. Y la persona gramatical del emisor en la mayoría de las cartas empresariales es un “nosotros”, por lo que se deben utilizar los verbos “estamos”, “acompañamos”, “saludamos”.

Por su parte, **el estilo bloque** se caracteriza por ubicar el lugar y fecha, la línea de atención, la línea de referencia, el saludo final si es corto y los datos del firmante del centro a la derecha. En cambio el cuerpo de la carta se ubica contra el margen izquierdo. Si el saludo final es largo, va contra el margen izquierdo, como si fuera un párrafo más. Cabe aclarar que los datos del encabezamiento, es decir el lugar y fecha y los datos del destinatario, no llevan ningún signo de puntuación al final, porque se consideran títulos, no oraciones. Lo mismo ocurre con los datos del firmante.

El **estilo semibloque** se considera el más clásico, y se utiliza casi exclusivamente, por su presentación estética, para la correspondencia de cortesía o protocolar. En el estilo semibloque, cada uno de los párrafos lleva una pequeña sangría, de aproximadamente unos cinco espacios lo que no implica comenzar a redactar la carta exactamente debajo de los dos puntos del saludo inicial. En cuanto a la diagramación propiamente dicha, se desplazan del centro a la derecha el lugar y fecha, línea de atención, la línea de referencia y el saludo final, si es corto. Si el saludo final es largo, también se escribe con sangría como los demás párrafos de la carta. Los datos del firmante se centralizan con respecto al saludo final, en el caso de que fuera corto. Si hubiera un saludo largo, el firmante se centralizará con respecto al lugar y fecha.

## Memorando

La particularidad que tiene el **memorando** es que constituye una comunicación interna a diferencia de la carta empresarial que es una comunicación de índole externa, es decir que circula fuera de la empresa. El memorando, entonces, se utiliza para comunicar información dentro de la empresa. Memorandum es una palabra de origen latino que significa “algo que debe ser recordado”. En la empresa es muy usada la abreviatura “memo”. Toda comunicación entre el personal de una empresa no se realiza de manera verbal, porque luego no existe prueba que lo justifique. Por eso toda la comunicación se realiza mediante un memorando, que sirve como comprobante archivado. Por medio del memorando se comunican el resultado de las reuniones, las convocatorias a reuniones, las cancelaciones de reuniones, los cambios de políticas y procedimientos, la información sobre vacaciones y cualquier otro mensaje que esté relacionado con el movimiento de la empresa.

## Memorando: partes

En cuanto a las partes del memorando, todo memo debe consignar una serie de datos fundamentales que no deben faltar. Estos son los datos del encabezamiento, la fecha, el destinatario, el emisor y la referencia. Con respecto a los saludos, el memo no lleva saludo inicial. El primer dato que se consigna es el código de identificación y archivo. El memorando es un documento que se puede archivar como comprobante de acciones realizadas, y cada empresa utilizará un modo de archivar este escrito. La fecha se puede consignar completa, como en la redacción de cartas empresariales. Por ejemplo, “Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 13 de marzo de 2019”, aunque también se admite el uso de la fecha abreviada, con o sin la mención del lugar de emisión. El memo tiene la característica de transmitir la información de manera sintética y directa, por eso es frecuente que la fecha se abrevie.

El destinatario se consigna después de la fórmula A: y el nombre y debajo el cargo. Por ejemplo,

“A: Miguel Castro

Jefe de Expedición”.

---



Puede, como en este caso, dirigirse a un destinatario personalizado que recibirá el tratamiento de “usted”. También nos podemos dirigir a un sector de la empresa. Por ejemplo, “A: Departamento de personal”. En este caso, nos dirigiremos con un “ustedes”. En la línea “A” se pueden mencionar hasta dos destinatarios; si fueran más de dos, se consignaría en “A:” la fórmula “ver Lista de distribución”.

Y luego, debajo del firmante, se coloca toda la lista de destinatarios, distribuidos por orden alfabético o jerárquico. El cargo puede consignarse o no. Por su parte, el emisor se consigna bajo la fórmula “DE:”. Pueden expresarse el nombre y el cargo del emisor. Por ejemplo,

“DE: Martín García Sastre”  
Jefe de Ventas”.

En este caso, el emisor se expresará en la primera persona del singular, es decir, yo. Se puede consignar un departamento como emisor. Por ejemplo, “DE: SUELDOS”. En este caso, el emisor se expresará en primera persona del plural, esto es, con un nosotros.

La línea de referencia se expresa siempre en el memo, y en ella se mencionará brevemente el tema o asunto al que se refiere al escrito. Por ejemplo, “REF: reclamos por atraso en las entregas”. En este punto debemos tener en claro cuál es el tema del memorando, porque normalmente es el motivo por el que se lo envía. De esta forma, el receptor puede rápidamente familiarizarse con su contenido. Las ideas se distribuyen en párrafos, igual que en una carta, pero de manera sintética. Sin embargo, aunque se trate de decir las cosas en forma concisa, se siguen respetando las pautas de corrección gramatical como en cualquier escrito. Si el destinatario es una persona, recibirá el tratamiento de “usted”, y el emisor se expresará en una primera persona del singular, es decir, yo. En cuanto a la firma y aclaración, el memorando se firma, igual que la carta, y llevará los datos del nombre y el cargo del firmante. Estos datos se colocarán a la izquierda o a la derecha, según se diagrame el memo en bloque pleno, bloque o semibloque.

En cuanto a la línea de adjuntos, se puede enviar documentación adjunta con un memorando y se expresa detalladamente en un párrafo. Luego, en forma concisa, generalmente con un número, en la línea de adjuntos. En cuanto a las iniciales, según la

costumbre de la empresa, se pueden consignar las iniciales del firmante. Respecto de las copias, como el memorando sirve como comprobante archivado, es frecuente que el emisor envíe una copia a su superior inmediato, para que esté al tanto. Se consigna como en las cartas, expresando el nombre y el cargo: "c.c.:" en minúscula para no confundir con la abreviatura de "Casilla de Correo" que se escribe en mayúscula.

El lenguaje del memorando se distingue por ser claro, conciso y directo. Se entra directamente en materia, sin preámbulos. Se puede usar un tratamiento formal o cuando existe una gran familiaridad entre los interlocutores, se puede usar un tuteo, tratando de evitar el uso de "vos", que si bien es una forma considerada culta en la Argentina, y de uso cotidiano muy común, presenta dificultades al redactor con respecto al uso de acentos y pronombres. En el memo se utiliza un lenguaje informal, pero sin caer en una excesiva familiaridad, porque no nos debemos olvidar que se trata de mensajes dentro de la empresa, y siempre hay que cuidar las formas.

### Memorando: diagramación

El memorando puede redactarse en un formulario impreso, en el cual figuran todos los datos de encabezamiento para después ser completados. En el caso de usar una hoja en blanco, con membrete de la empresa o no, se pueden utilizar para su diagramación los tres estilos que ya examinados para las cartas: bloque pleno, bloque y semibloque. El uso del lenguaje formal no implica fórmulas perimidas o gastadas por el uso, ni la utilización de rodeos para transmitir la información. Un registro formal se caracteriza por ser correcto gramaticalmente, claro, sin que dé lugar a ambigüedades, y sobre todo, conciso, porque esa es la regla del memorando: decirlo todos con las palabras justas y convenientes. Si se usara un registro informal, debe ser cuidada la corrección gramatical; una lengua coloquial no implica necesariamente descuido o incorrección sintáctica.

### Acta

El **acta** tiene una manera de redacción muy diferente de las ya analizadas porque tiene una estructura formal y su redacción bastante rígida y no permite innovaciones estilísticas. El acta es la narración escrita de las deliberaciones y acuerdos tratados en el

---

curso de una reunión; los Consejos de Administración o Miembros Directivos de Sociedades deben llevar un Libro de Actas, en el que queden registradas las decisiones tomadas en sus reuniones. Estas actas son numeradas y tienen valor legal.

El registro es llevado por un secretario de actas. Además de redactar actas en reuniones, cumple las siguientes tareas:

- Avisar a todas las personas que deben participar de la reunión el lugar, la fecha y la hora en que se realizará.
- Interiorizarse del tema de la reunión.
- Establecer con el presidente de la reunión el orden del día, que consiste en la enumeración de puntos por tratar.
- Preparar los materiales que se distribuirán a los asistentes.
- Redactar el acta sintetizando las intervenciones de los presentes, las deliberaciones y los acuerdos.
- Hacer firmar el acta a todos los asistentes.
- Entregar copia del acta, durante el transcurso de los tres días siguientes a cada uno de ellos.

### Acta: partes

El acta tiene un estilo de diagramación absolutamente singular. El primer dato que aparece es el número de acta ya que todas deben ser numeradas. Luego se escribe la introducción, en la que se mencionan el lugar, la fecha y hora de inicio de la reunión. La fecha y la hora deben escribirse con palabras, no con números. Después se consignan las personas que intervienen en la reunión y se mencionan los nombres de los presentes y de los ausentes. En cuanto a estos últimos se expresa el motivo de la ausencia. Además, se menciona el nombre de la persona que preside la reunión y el lugar donde se realiza.

A continuación se expresa el motivo de la reunión que se puede manifestar con expresiones, como “con el objetivo de considerar”, “con el fin de analizar la posibilidad de...”, entre otras fórmulas. La idea es buscar sinónimos, pero dentro del tono formal para hacer un poco más amena la redacción del acta. Luego, se señala el resumen del

debate. Allí se expone lo más significativo del cuerpo del acta, es decir, las exposiciones, discusiones, acuerdos y votaciones. Además, se mencionan los votos a favor, en contra y las abstenciones. El redactor debe expresar las acciones con rapidez, porque tiene que tomar nota de ellas a medida que ocurren. Por ejemplo, “Inicia el señor Presidente, José Díaz, quien invita...”, “Toma la palabra el Sr. Martínez”, y así siguiendo. El tiempo verbal utilizado es el presente del indicativo, ya que permite mencionar las acciones referidas con agilidad.

Por último se procede al aviso de próximo encuentro, en el que la fecha se escribe con palabras. Luego se da cuenta de la hora de finalización de la reunión, con una expresión característica de cierre en el acta: “No habiendo más asuntos por tratar, se levanta la reunión, siendo las doce horas”. Después se consignan las firmas de todos los asistentes a la reunión, sin excepciones.

### Acta: lenguaje

El acta tiene particularidades estilísticas y formas cristalizadas por el uso, propias del lenguaje legal. Otra de las características del lenguaje del acta es el uso abundante del gerundio, que solemos evitar en otras comunicaciones escritas empresariales, como la carta. En el acta, encontramos estas formas: “siendo las diez horas”, “recibiendo una respuesta negativa”, “no habiendo más asuntos por tratar”, entre otras.

### Comunicaciones escritas de cortesía

Las **comunicaciones escritas de cortesía** están relacionadas con la vida social de la empresa, tanto dentro de ella como fuera, es decir, con otras compañías. Los distintos acontecimientos sociales que se producen en las empresas obligan a la redacción de ciertos mensajes escritos que se conocen como correspondencia de cortesía. Los cuatro grandes temas de cortesía son las invitaciones, las felicitaciones, las condolencias y los agradecimientos. Estos mensajes se expresa a través de dos escritos: la nota y la esquela. La nota es una carta breve diagramada en estilo semibloque, mientras que la esquela es un mensaje más breve y sintético. Cuando tenemos más ideas que expresar, enviamos una nota; cuando lo que tenemos que decir es muy poco, enviamos una esquela. Ambas

---

mantienen un estilo formal. Se usará papel tamaño carta, con membrete especial para correspondencia de cortesía con el nombre de la empresa y el cargo del firmante.

### Nota: partes

El primer elemento de la nota es el membrete que solo lleva el nombre de la empresa y el cargo del firmante. La particularidad es que tendrán papel con su cargo únicamente aquellas personas de alta jerarquía dentro de la empresa, lo que ya nos anuncia que esta es una correspondencia que circula entre personas de cargos altos. En cuanto al lugar y fecha, ambos se escriben completos, sin abreviaturas, del centro a la derecha y con el mes en minúscula. Sin signos de puntuación al final. Debemos recordar que lo correcto es “de 2019” y no “del 2019”.

Otra de las partes de la nota es el destinatario. En este caso, el destinatario es una empresa, por lo que se elige el tratamiento “Señores de” en la primera línea. No se estila línea de atención, aunque se trate de destinatario empresa, ya que la carta debe quedar con una presentación lo más estética posible, evitando todo dato superfluo que empañe la diagramación en la hoja. El destinatario se consigna igual que en una carta empresarial. En el caso de que el destinatario sea un individuo, también se detalla como en una carta de negocios. En cuanto al saludo inicial, si la familiaridad con el receptor del mensaje lo permite, se prefiere utilizar en cortesía saludos más afectuosos, como “Estimados amigos”, “Apreciado amigo, colega, cliente”, entre otras opciones. El saludo convencional “De nuestra consideración” se dejará para aquellos tratos muy formales.

Con respecto al cuerpo de la nota, tiene una estructura que se puede sistematizar para que resulte sencilla su redacción. El texto de una nota se puede enunciar en tres párrafos cortos y luego el saludo final. Si la nota es de felicitación, en el primer párrafo se expresa la felicitación y el motivo por el que se felicita. Es muy importante la introducción de este primer párrafo con las siguientes fórmulas: “Tenemos el agrado de...”, “Tenemos el placer de...”, “Nos complace en...”, “Es un honor para mí...”. El segundo párrafo es el más importante de la nota, pues en él se expresará algo halagador para nuestro destinatario. Por ejemplo, se destacará la trayectoria de la empresa o su prestigio. Es importante que predomine el uso de la adjetivación, que es característico del estilo de escritura literaria.

---

El tercer y último párrafo es también muy importante porque da al escrito un cierre con un deseo o con un augurio por parte del emisor. Por ejemplo, se incluyen frases como “Nos adherimos afectuosamente a esta celebración con el deseo de que continúen los éxitos”.

En cambio si la nota es de agradecimiento, se mantiene la diagramación en estilo semibloque. El saludo inicial es un saludo cálido, que introduce al lector en un clima de cordialidad. Si se usara el convencional “De nuestra consideración”, la distancia con el interlocutor sería mayor. Entonces, generalmente se usa, por ejemplo, “Estimado amigo”. En cuanto al primer párrafo se expresa la satisfacción del emisor que motiva la nota. En el segundo párrafo, se agradece la participación del destinatario, y se retribuye la atención. Por último, la nota se cierra con un saludo breve. En el primer párrafo se procede de manera diferente que en el modelo anterior, ya que primero se expresa el agradecimiento y el motivo; luego, en el segundo párrafo, se hace un comentario halagador sobre la calidad de las atenciones que fueron brindadas en esta ocasión. En el tercer párrafo, se cierra con la esperanza de poder retribuir la gentileza, junto con el saludo de despedida, muy afectuoso. La persona gramatical del emisor, en este caso es un “Yo”, muy usual en la nota de cortesía. Al redactar en primera persona singular, se incluyen solo los datos del firmante, sin mencionar la empresa.

Si lo que se quiere hacer es una invitación, lo primero que se debe tener en cuenta es el tipo de invitación y su extensión, ya que si es a una comida o un cóctel, se hará uso de la esquila. En cambio si fuese, por ejemplo, a una conferencia, sí se redactará una nota porque tenemos bastante que expresar en el texto, como el tipo de evento, el porqué elegimos al destinatario como disertante, entre otras cuestiones. El saludo es un “Estimado doctor”, un poco más distante que los saludos ya analizados en las notas anteriores. En el primer párrafo se menciona qué tipo de actividad se va a realizar; en el segundo, se expresan las capacidades del destinatario por las que ha sido elegido para participar como orador. Y se cierra con un agradecimiento adelantado por la futura participación y con un saludo breve.

Por último si lo que motiva la nota es la expresión de condolencias, debemos ser más cuidadosos, ya que es una de las notas más difíciles para redactar. El saludo inicial debe

---

ser cálido y amable, como por ejemplo, “Estimada señora”. No usaremos nunca “De nuestra consideración”, que es mucho más frío y distante. El lenguaje de la nota de condolencias tiene que mantenerse en un límite entre un tono formal y cordial, pero sin exageraciones, no hay que caer en la fraseología literaria ni ser excesivamente ampuloso. En un primer párrafo, se expresa el motivo, que es expresar la condolencia, y en un segundo párrafo central, se hace una mención a la trayectoria y virtudes personales de la persona fallecida. Se cierra con un saludo cordial y alguna expresión adecuada para la ocasión, como, por ejemplo, “Reciba usted la expresión del sincero pesar que nos embarga por su pérdida”.

### Nota: lenguaje

El lenguaje con que debe construirse una nota de cortesía está dentro del tono expresivo, pero de carácter formal. Excepcionalmente, entre personas con familiaridad en el trato, se puede admitir el tuteo. La redacción de estos escritos corre siempre sobre los límites del buen gusto y el sentido común, es decir que se tendrá que elegir cuidadosamente las palabras y las construcciones cuando se redacten, porque una nota de cortesía puede rápidamente para el redactor inexperto, convertirse en un compendio de frases hechas y sin sentido.

### Esquela

La esquela es un escrito muy breve, de carácter más protocolar que la nota, y que se envían en ocasiones especiales, como felicitaciones, invitaciones a eventos de participación masiva, agradecimientos, entre otros motivos. La esquela tiene una diagramación y redacción específicas, ya que se redacta en tercera persona del singular, y su contenido es muy sintético, a tal punto que se estructura en una sola oración. El papel que se utiliza para este escrito es el que se llama comúnmente “papel esquela”, del mismo ancho que el de la carta, pero más corto.

En cuanto a su estructura y diagramación, podemos afirmar que la esquela comienza con los datos del emisor del mensaje. A continuación del nombre del firmante, comienza el texto. Este texto se ubica al lado del nombre del firmante. Si continúa el texto, se

escribe seguido del cargo y debajo de esa primera línea del texto. Si hubiera una tercera línea, va contra el margen izquierdo. Debajo del texto, dejando dos interlíneas, se coloca, del centro a la derecha, lugar y fecha completos. Por último, dejando cuatro interlíneas, contra el margen izquierdo, van los datos del destinatario.

### La influencia de la tecnología en la redacción empresarial

La irrupción de la cultura electrónica ha modificado sustancialmente en pocos años la oficina tradicional. La rapidez con que se puede enviar mensajes de todo tipo es un punto a resaltar. En la actualidad las empresas envían toda su comunicación interna y a veces algunas comunicaciones externas a través de medios electrónicos, por lo que los interlocutores “casi” están conversando personalmente y con absoluta rapidez de respuesta. Evidentemente la tecnología ha ejercido una influencia notable en las comunicaciones.

### El correo electrónico

El **correo electrónico o mail**, como comúnmente nos referimos a él, es un servicio que permite recibir o mandar mensajes a través de Internet y a través de las redes locales de las empresas, es decir, Intranet. Este medio permite recibir y enviar todo tipo de mensajes en distintos formatos e insertar o adjuntar cualquier clase de archivos, como gráficos, planillas, audio y video, entre otros. La transmisión se realiza a través de distintos programas que ayudan a gestionar el correo electrónico para enviar, recibir, responder mensajes, recibir suscripciones de todo tipo de información electrónica y muchos servicios de correo. Las principales ventajas del correo electrónico es que su utilización es mucho más económica que los sistemas tradicionales de correo y mensajería. Además, se pueden enviar mensajes durante las 24 horas del día, durante todo el año, a cualquier parte del mundo. Por otra parte, se ahorra mucho tiempo de trabajo, tanto del lado del emisor como del lado del receptor.

En cuanto a la estructura del correo electrónico, se incluye el nombre y la dirección de e-mail del destinatario, el tema o asunto, y si se desea enviar el mensaje a otros destinatarios, lleva un espacio para copias o copias ocultas. Respecto del lenguaje, cabe



aclarar que la rapidez característica de este medio no tiene por qué ser sinónimo de usar un lenguaje descuidado, que no respete reglas gramaticales. Los mensajes que se envían a través del correo electrónico no dejan de ser mensajes escritos que pueden ser archivados, copiados, reenviados a otros destinatarios e impresos en papel. Por eso, deben estar bien escritos. Siempre con oraciones bien armadas, con pedidos formulados de manera amable y respetando las reglas gramaticales, como en cualquier otro escrito empresarial.

#### Correo electrónico formal: formato

El formato del mail responde al estilo bloque pleno ya que todos los datos se apoyan sobre el margen izquierdo y porque, además, en el menos factible que se altere cuando se recibe. Si el mail es formal y circula dentro de la empresa, se diagrama como si fuese una carta breve. Se consignan lugar y fecha completos, como en una carta. A continuación, un destinatario breve, con el tratamiento de “Señor”, y debajo, su nombre y cargo. No hacen falta más datos. Se comienza el escrito con un saludo convencional, con, por ejemplo, “De mi consideración”, y comienza el cuerpo del mensaje de una manera directa y sin rodeos. Se finaliza con un pedido formulado de manera cortés, que suaviza el tono excesivamente formal de la solicitud. Finalmente, se cierra con un saludo corto.

#### Correo electrónico informal: formato

Si, en cambio, el mail es de carácter informal, la confianza entre los interlocutores es mayor, por lo que se utiliza un lenguaje coloquial moderado, lo que implica seguir manteniendo una buena estructura oracional. La fecha suele consignarse de manera abreviada, ya que el mensaje es más breve y directo. El destinatario suele expresarse en el saludo. Con respecto al cuerpo, se utiliza un tuteo para introducir el motivo por el que se está escribiendo el mail. El uso del modo potencial en el cierre suaviza el pedido que se realiza y tiene una connotación cortés. Se saluda con un “Gracias”, no convencional y se coloca solo el nombre del firmante.

## Newsletter

El **newsletter** es un boletín digital que se distribuye a través del correo electrónico con cierta periodicidad. Puede ser mensual, quincenal, semanal o según lo considere la empresa. Generalmente, los que reciben este tipo de publicaciones son personas que han manifestado algún tipo de interés por la empresa. Lo ideal, como para todos los escritos, es que el contenido sea claro y conciso para que los destinatarios entren en tema de forma inmediata. En cuanto a la estética se puede recurrir a diferentes diseños para hacerlos más atractivos, pero cuidando los colores y las imágenes, si correspondiera.

Respecto del contenido, es necesario separar claramente la sección superior, el cuerpo principal y el pie de página del newsletter. El nombre del remitente, el asunto y el encabezado son los primeros datos que ven los destinatarios, con lo cual no se puede descuidar estos elementos. En cuanto al remitente, en general es conveniente combinar el nombre del emisor y el de la empresa. Luego a la hora de definir el asunto se debe tener en cuenta que el tono y el lenguaje deben coincidir con el estilo de la empresa. Por ejemplo, se puede incluir en la redacción pequeños guiños, preguntas, citar el nombre del destinatario o incluso incluir emojis: todo complementa al asunto y llama la atención hacia el newsletter. El tercer elemento que es necesario tener en cuenta es el preencabezado, que resume el contenido del mail junto con el asunto y constituye una carta de presentación para estimular al destinatario y llamarle su atención. El ideal es redactar el newsletter bajo la estructura de la pirámide invertida, esto es, que la información más importante se coloque al principio o lo más cerca que se pueda del principio para de esta mantener el interés del receptor y luego ir ubicando los demás datos o cuestiones cuya importancia no sea tal. Si bien este tipo de redacción es propia de las noticias periodísticas, suele ser de utilidad a la hora de redactar. Como queremos que el newsletter sea leído, ubicar los datos importantes primero garantiza que el destinatario demuestre interés y siga leyendo lo que queremos comunicarle.

## Netiqueta

Con **netiqueta** nos referimos al conjunto de reglas y normas que regulan el comportamiento entre las personas que logran un contacto por Internet. Dicho de otra manera, es una forma de extrapolar el buen uso, las costumbres y las reglas de etiqueta del mundo real al mundo virtual. Este conjunto de reglas, de alguna forma, ha sido impulsado por los propios usuarios para aportar mayor seguridad y para que no haya ambigüedades y malos entendidos en la comunicación escrita.

Como decíamos, la netiqueta es un conjunto de reglas que conforman un decálogo. Así, la regla número 1 implica respeto por el destinatario. La regla número 2, ligada a la anterior, exhorta a ser tan respetuosos como en la vida real. Hay leyes sociales y propias del ciberespacio que debemos acatar. La regla número 3, por su parte, indica que se deben conocer las costumbres de nuestro destinatario. Mientras que la número 4, nos hace pensar en el tiempo de los demás. Para eso debemos asegurarnos de que sea breve, claro y conciso. La regla número 5 indica que una buena redacción, una buena gramática, la claridad, la coherencia y la cohesión son claves para mantener un contacto amigable y amable.

La regla número 6 tiene que ver con compartir lo que se sabe y chequear las fuentes de lo que se comparte. Además, la regla número 7 sugiere que lo que se escriba evite las confrontaciones y ayude a que las controversias se mantengan bajo control. Por su parte, la regla número 8 obliga a tener en cuenta el respeto por la privacidad de los demás. Mientras que la regla número 9, impide abusar de las ventajas que se puedan obtener. Y, por último, la regla número 10 recuerda que todos somos seres humanos y por ende podemos equivocarnos. No tiene sentido juzgar a otras personas por los errores que pudiere cometer.