**EL CORREO ELECTRÓNICO**

Hoy en día todos hablamos del "e-mail" con una naturalidad parecida a la que nos referimos al teléfono. Hace unos seis años todavía era exótico tener una cuenta de correo. Hoy tenemos seis cuentas distintas y muchos podemos recibir cientos de mensajes diarios.

Desafortunadamente, la mayoría de ellos inútiles o indeseados.

La herramienta más eficiente y versátil de comunicación puede estar en peligro de convertirse en la más incómoda e ineficiente. Por eso ahora más que nunca se hace indispensable pensar en cuál es el uso apropiado de ella y cómo lograr rescatarla con todas sus bondades.

La eficiencia del correo electrónico se basa en que combina dos elementos fundamentales de un medio de comunicación:

* Es escrito.
* Es asincrónico.

Lo primero permite que el remitente reflexione el mensaje, que busque las mejores palabras para decirlo, que le dedique tiempo a su destinatario, etc. Lo que era una característica de la correspondencia epistolar y que la humanidad había perdido por la inmediatez del teléfono, ha regresado por fortuna. También es importante resaltar que al volver al intercambio de escritos,  nos queda registro o memoria de los mensajes.

Recuerden que el ser humano comenzó a tener "historia" cuando inventó la escritura.

El segundo aspecto evita que tengamos que coincidir en el tiempo con nuestro interlocutor como ocurre en una conversación cara a cara o por teléfono. Es cierto que la respuesta no es inmediata, pero a largo plazo el resultado de la comunicación es más eficiente.

A continuación hemos recopilado consejos y sugerencias para aquellos que quieren moverse cómodamente en el medio del correo electrónico y evitar lo que es considerado como "embarazoso" o como dirían los expertos en etiqueta: los "fauxpas" (metida de pata) del email.

* **ESCRIBIR CLARAMENTE**

Como el email no puede transmitir las emociones de una conversación cara a cara o incluso de una llamada telefónica, su destinatario puede equivocarse al interpretar si usted está hablando en serio o en broma, si está triste o feliz, o si está decepcionado o eufórico. Por eso hay que ser cuidadoso, en especial si se utiliza el sarcasmo o el humor.

La mejor forma de evitar malentendidos es no enviar señales equivocadas y utilizar el tono adecuado para cada mensaje. Hay que pensar en cada ocasión si es adecuado ser informal y relajado o estricto y meticuloso.

Un mensaje con pobre ortografía y puntuación difícilmente va a impresionar a sus compañeros de clase o al tutor del curso. Todo tiempo adicional utilizado para releer o corregir un texto siempre será recompensado.

Si está molesto por algo o de mal humor, antes de hacer clic en "Enviar", haga clic en el imaginario botón "Posponer" de su cerebro. Si ya escribió el mensaje, déjelo en la bandeja de borrador y más tarde regrese con mejor humor para revisarlo. Generalmente se dará cuenta que el botón "Borrar" es más conveniente en muchos casos.

**ALGUNOS "NOs"**

* **No envíe mensajes abusivos, amenazantes o humorísticos** que solicitan que el destinatario reenvíe la información a otras personas. Utilice el email con profesionalismo, ya que usted no puede controlar hasta donde puede llegar su mensaje.
* **No deje su cuenta de correo abierta cuando termine de trabajar en un computador de uso público** (biblioteca, café Internet) pues alguien puede enviar un mensaje a nombre suyo. Cierre todas las ventanas del explorador antes de levantarse de su puesto.
* **No envíe respuesta a todos los destinatarios del mensaje recibido.** Reflexione para ver si cada uno de ellos necesita conocer su respuesta.
* **No se extienda en la respuesta ni mezcle temas.** Conteste el tema del mensaje en forma concisa y sin ambigüedades. Si tiene que iniciar otro tema, redacte un nuevo mensaje con el "asunto" adecuado.
* **No utilice indiscriminadamente los signos de exclamación o las mayúsculas para resaltar la importancia de algo.** Si algo debe ser enfatizado, expréselo en la redacción del texto no en la puntuación. Un mensaje totalmente en mayúsculas ¡¡¡PARECE INDICAR QUE SE ESTÁ GRITANDO!!!
* **No utilice abreviaciones para ahorrarse tiempo de digitación.** Muchos utilizan términos ingleses como ASAP (as soon as possible), FYI (foryourinformation), BTW (bytheway) o términos tradicionales como RSVP (répondez, s'ilvousplaît). No hay que asumir que el destinatario conoce su significado.
* **No abuse de los "emoticones" o "smilies".** Estos son símbolos que expresan emociones, pero no todo el mundo sabe lo que significan. Si el sentido de su mensaje depende de que el destinatario comprenda este símbolo, se corre el peligro de ser malinterpretado. Es mejor no confiar en esto y ser claro en las intenciones mediante la redacción adecuada del contenido del mensaje.
* **No reproduzca todo el mensaje original en la respuesta si no es necesario.** Se pueden incluir partes del mensaje original para poner al destinatario en el contexto del tema original. Se pueden contestar uno por uno los temas citándolos textualmente antes de su respuesta. Sea específico y claro, especialmente si el mensaje original aborda muchos temas.
* **No asuma que lo que usted ve en su pantalla es lo que su destinatario va a recibir.** Las diferentes versiones de programas de correo pueden alterar la forma de su mensaje.
* **No elimine las tildes o las eñes,** con la excusa de que pueden alterarse en el camino. Esto ya no es cierto. La mayoría de programas de correo leen sin problema estos símbolos.
* **No se olvide de la línea del asunto.** Una sola frase, clara y relevante ayudará al lector de su mensaje a ubicarse en el contexto de su comunicación. No lo deje en blanco ni deje temas viejos allí. Muchos utilizan mensajes viejos para iniciar una nueva comunicación y no cambian el asunto. Esto denota desinterés y descuido.
* **No deje ningún mensaje en la bandeja de entrada.** Todo mensaje tiene solamente dos posibles destinos:
El cesto de basura
 Una carpeta de mensajes guardados por su importancia.
Aplique esta regla:
"Todo mensaje en la bandeja de entrada está pendiente..."
... por leer, por contestar, por archivar o por borrar.
Si debe contestarlo, hágalo o déjelo en la bandeja de entrada.
Si ya lo leyó o contestó y desea conservarlo, archívelo en una carpeta adecuada al tema.
Si ya lo leyó y no requiere ser conservado, ¡bórrelo!
* **LAS BUENAS COSTUMBRES**

En el email también se refleja "la buena crianza", como dirían nuestras madres.

Sin embargo, al ser éste un medio internacional y gracias a la globalización, muchos tenemos que reconsiderar algunas costumbres. Es posible que en su país o región algunas costumbres resulten ofensivas en otro país, aunque allí hablen el mismo idioma.

Por ejemplo, llamar por el nombre de pila a un profesor puede ser aceptado en occidente, pero no en oriente. Algunas personas, por el contrario, pueden odiar que se les "doctorice" constantemente, como tenemos costumbre en Colombia.

En un curso virtual, es posible encontrar personas de todas las latitudes. ¿Qué se acostumbra en cada lugar? Lo cierto es que nunca se equivocará si toma el camino de la cortesía y la buena educación en todos los mensajes. Errar por ser demasiado formal es preferible hasta que se establezca lo contrario en una relación de correspondencia electrónica.

* **UN MENSAJE GANADOR**

Las siguientes son las características de un mensaje de correo electrónico ganador:

* **Una línea de asunto precisa, concisa y (opcionalmente) ingeniosa.**

Hay que capturar al lector desde el comienzo. Recuerde no reciclar mensajes con asuntos viejos. Tampoco recurra a cualquier frase por salir del paso: "Hola", "Una pregunta" "Otra vez yo". Muchos mensajes con virus vienen escondidos con este tipo de encabezados.

* **Un saludo cortés.**

Siempre salude. "Estimado Sr. Picapiedra", "Estimado Pedro", "Hola Pedro" o como sea pertinente. No importa que sea el décimo email que le mande en el día a Pedro. Esmérese por deletrear correctamente el nombre o apellido del destinatario, especialmente si usted lo ha recibido por escrito en un mensaje anterior. No hacerlo denota un descuido y una pereza imperdonables.

* **Un buen cuerpo.**

No, no estamos hablando de ir al gimnasio a hacer ejercicio. Hablamos del meollo de su mensaje. Use párrafos cortos, listas numeradas o con viñetas, subtítulos, etc. de manera que su lector pueda diferenciar claramente los temas principales. Recuerde, el tiempo es valioso (el de su interlocutor más que el suyo). Cualquier minuto adicional que usted invierta en su mensaje para ahorrarle un minuto a su lector, será bien apreciado.

* **Marcadores de cortesía.**

Cada idioma y cada país tiene sus propios marcadores. Son aquellas frases que introducen una solicitud o un desacuerdo, aquellas que agradecen o elogian y aquellas que concluyen o cierran la comunicación. Son protocolos que engrandecen el mensaje. Por ejemplo:

Solicitud: "Lamento tener que molestarlo por esto...", "Agradecería que...", "Si fuera tan gentil...".

Desacuerdo: "Permítame aclarar que...", " Si entendí correctamente, usted dice.... Mi opinión es...", "Temo que tengo que estar en desacuerdo porque..."

Corrección: "Tal vez no me expresé adecuadamente, permítame aclarar...", "Lamento el malentendido, lo que quería decir es...", "Si me permite expresarlo de otra manera..."

* **Un saludo de cierre.**

Como en cualquier carta personal o de negocios, siempre cierre, despídase y firme. Informal o formalmente, es necesario que el remitente se identifique al final de su mensaje. Muchos piensan que el email no requiere esto, pues se sabe quién envía el mensaje en el encabezado. Sin embargo, firmar es signo de respaldo de lo que hay escrito arriba.

* **Información de contacto.**

Aunque su dirección email esté incorporada electrónicamente al mensaje, es cortés repetirla después de la firma, así como la dirección postal o un teléfono de contacto. Es posible que su interlocutor quiera llamarlo inmediatamente para contestar su mensaje.

Por otra parte, con tanto mensaje anónimo recorriendo el ciber-espacio, su firma le da legitimidad al mensaje. Recuerde que hay programas que suplantan su identidad y envían mensajes por usted.

* **Nada adicional.**

No le agregue nada a su mensaje. Gráficos, sonidos, frases célebres, comentarios filosóficos, políticos o religiosos, pueden estar fuera de lugar en un mensaje. Deje todos los adornos para los mensajes íntimos a sus amigos. No cree mensajes de cierre que se anexan automáticamente a todos los mensajes pues éstos pueden no ser adecuados para todo el mundo. Es tremendamente descortés forzar a alguien desconocido a conocer puntos de vista, sentimientos o posiciones suyas que no le han sido solicitadas.

En el ambiente académico, como en el de negocios, ser conservador en los mensajes es la fórmula ganadora. Si usted se esmera en crear un mensaje, no pierda todo su esfuerzo ofendiendo a su interlocutor al final.

Esto no quiere decir que hay que ser aburrido. Simplemente no se deje tentar por "avances" tecnológicos enfocados al público infantil.

<http://www.profevirtual.com/index.php?option=com_content&task=view&id=27&Itemid=1>

En el día de hoy es demasiada la frecuencia del envío de un correo a muchos contactos, pero por falta de conocimiento de cada uno de los campos a llenar en un correo, se opta por **la solución más facilista que no es la recomendable**.

Cuando nos disponemos a enviar un e-mail a muchos usuarios, podemos ver tres campos principales antes del Asunto, mismos que se los puede ver en el gráfico.



Los usuarios tienen la mala costumbre de utilizar el campo “Para” en**la adición de los 50 contactos** que permite Hotmail por ejemplo. Al hacer esto, muchos recolectores de correo se sentirán felices ya que se les está facilitando el trabajo de incrementar una base de datos que pueden utilizar posteriormente para un uso mercantil.

La forma correcta de usar cada uno de los campos es la siguiente:

* **“Para” sirve simplemente para el destinatario principal** y el uso debería de ser solo de un nombre de contacto, si es posible, el nombre o correo de uno mismo.
* “**CC**” quiere decir que podemos colocar el correo electrónico de otro usuario al que deseamos **enviar una copia del correo**, por ejemplo se me ocurre que en “Para” se pondría el e-mail de un Jefe Corporativo y en “CC” el correo de su asistente para que ambos puedan ver que se les ha enviado el mismo documento a las dos partes.
* “**CCO**” es una de las herramientas más importantes que pueden haber, ya que es aquí donde se puede colocar todos los 48 contactos (en caso de Hotmail) de correos, con lo que se logrará que **cada uno de estos contactos reciban el e-mail como si hubiese sido dirigido exclusivamente a cada uno de ellos**, sin que se enteren los demás.

Un ejemplo muy gracioso que alguna vez vi y que muestra mucho la utilidad de cada uno de estos campos decía lo siguiente:

Supongamos que Andrea quiere escribir la misma carta a 3 personas, digamos que a Roberto, Julia y Esteban, en cada uno de los campos pondría lo siguiente:

* Para: Roberto
* CC: Julia
* CCO: Esteban

En este caso, Roberto recibe el correo como destinatario principal y Julia como una copia del mismo, pero Esteban recibe el mismo correo como si fuese dirigido a el exclusivamente sin que se enteren Roberto y Julia. Es decir, el campo CCO es una copia oculta. <http://culturacion.com/2009/03/cc-cco-%C2%BFcomo-funcionan-y-para-que-sirven/>