



# Comunicación Clara

GUÍA PRÁCTICA

Una herramienta para mejorar  
la comunicación con la ciudadanía



COMUNICACIÓN CLARA



MADRID

<b>Presentación</b>	<b>3</b>				
<b>Claves</b>	<b>7</b>				
• Convergencia de varias disciplinas	8				
• Aplicación multicanal	9				
• Desarrollo en todo tipo de elementos	10				
<b>Los 9 pasos</b>	<b>11</b>				
<b>1. Planifica</b>	<b>13</b>				
• ¿Quién va a leerlo?	14				
• ¿Para qué?	15				
• ¿Qué elementos debe incluir?	16				
• ¿Qué formato es mejor?	17				
• ¿Qué tono conviene usar?	18				
<b>2. Estructura</b>	<b>20</b>				
• ¿Cuántas partes va a tener?	21				
• ¿Cómo las vas a organizar?	22				
○ Títulos y subtítulos	23				
○ Párrafos	24				
○ Ayudas para documentos extensos	25				
<b>3. Escribe claro y simplifica</b>	<b>26</b>				
• Controla la longitud	27				
• Sigue el orden natural de las frases	29				
• Utiliza la voz activa	30				
• Ten cuidado con los gerundios, infinitivos y participios	31				
• Evita la acumulación de elementos de negación	32				
• Enumera	33				
• Conecta las ideas	35				
• Escoge las palabras más adecuadas	39				
○ Brevedad y sencillez	40				
○ Precisión y variedad	42				
• Reformula	44				
• Respeta las normas del español	45				
○ Pon los acentos	46				
○ Usa bien las mayúsculas	48				
• Utiliza lenguaje inclusivo	50				
• Escribe para pantallas	52				
<b>4. Edita y complementa</b>	<b>54</b>				
• Edita tus textos	55				
• Complementa	56				
<b>5. Añade imágenes</b>	<b>57</b>				
• Iconos	58				
• Gráficos	59				
• Fotografías	63				
<b>6. Diseña</b>	<b>64</b>				
• Limpieza y orden	65				
• Composición	66				
• Tipografía	68				
<b>7. Integra audio y vídeo</b>	<b>69</b>				
• Crea contenidos accesibles	70				
<b>8. Piensa en la interactividad</b>	<b>71</b>				
• Principios básicos	72				
<b>9. Revisa y prueba</b>	<b>76</b>				
• Un breve repaso	77				
• Otras técnicas para la revisión	78				
• El documento perfecto	79				
<b>Recursos</b>	<b>80</b>				
<b>Créditos</b>	<b>82</b>				



# Presentación

La Comunicación Clara es una tendencia comunicativa basada en la sencillez. Su propósito es que todas las personas puedan comprender la información relevante de forma fácil, directa, transparente, simple y eficaz.

**Para conseguirlo, los documentos y comunicaciones dirigidos al público deben estar redactados y diseñados de forma clara e inequívoca.**

La **Comunicación Clara entiende la ciudadanía como un sujeto activo** y **busca un diálogo** e interacción reales. Pretende democratizar el acceso a la información, promover la eficacia y la eficiencia, reducir los errores interpretativos, aumentar la confianza del lector y evitar la frustración ante documentos de difícil comprensión.

El **Ayuntamiento de Madrid** está comprometido con el **derecho de la ciudadanía a recibir información clara y fácil de entender**. Por ello quiere normalizar una nueva cultura comunicativa que coloca a los madrileños y las madrileñas en el centro de la actividad pública. La ciudadanía tiene que poder comprender todo aquello que la Administración quiere comunicarle.

El Ayuntamiento sigue así la ruta iniciada por otras administraciones internacionales que llevan trabajando en proyectos similares desde hace más de 50 años.

**Es el caso de los gobiernos de países como Reino Unido, Suecia, Estados Unidos, Canadá o Francia; también de instituciones como la Unión Europea.**



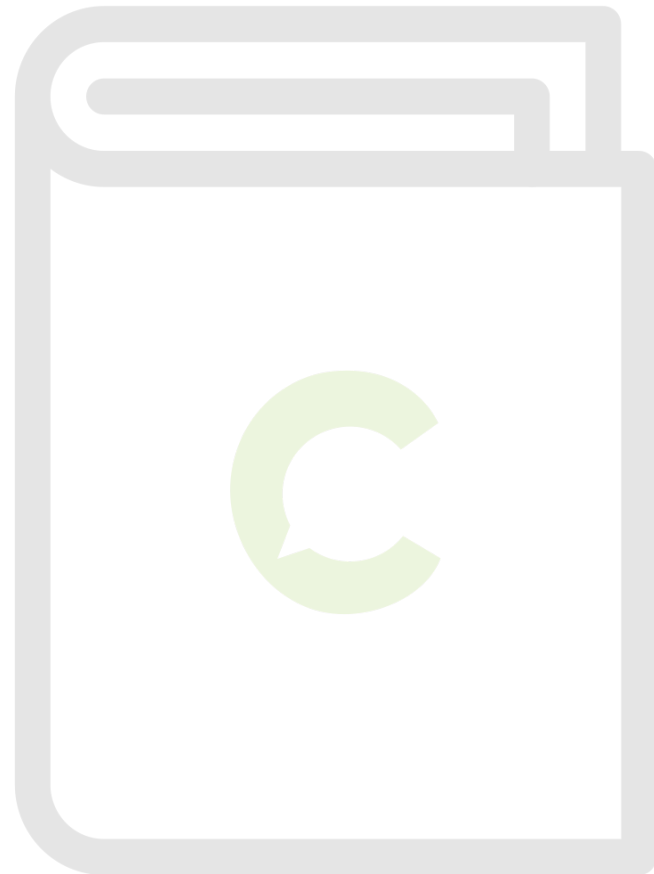
La implantación de la Comunicación Clara requiere metodologías rigurosas. Hay que trabajar tanto en los documentos y comunicaciones que afectan a la ciudadanía como en la mejora de la comunicación interna. Por esta razón, todas las áreas del Ayuntamiento de Madrid desempeñan un papel relevante en este proyecto.

El Ayuntamiento de Madrid ha creado esta **Guía práctica de Comunicación Clara**.

**La guía es una herramienta que pretende ayudar al personal municipal a garantizar el derecho de la ciudadanía a entender.**

La publicación propone un **recorrido en 9 pasos** para generar documentos o comunicaciones claras.

La ruta aporta numerosos **ejemplos** de redacciones correctas e incorrectas así como una selección de **recomendaciones** de la Fundación del Español Urgente (Fundéu), que pretenden solucionar dudas lingüísticas frecuentes o desmontar algunas creencias comunes.



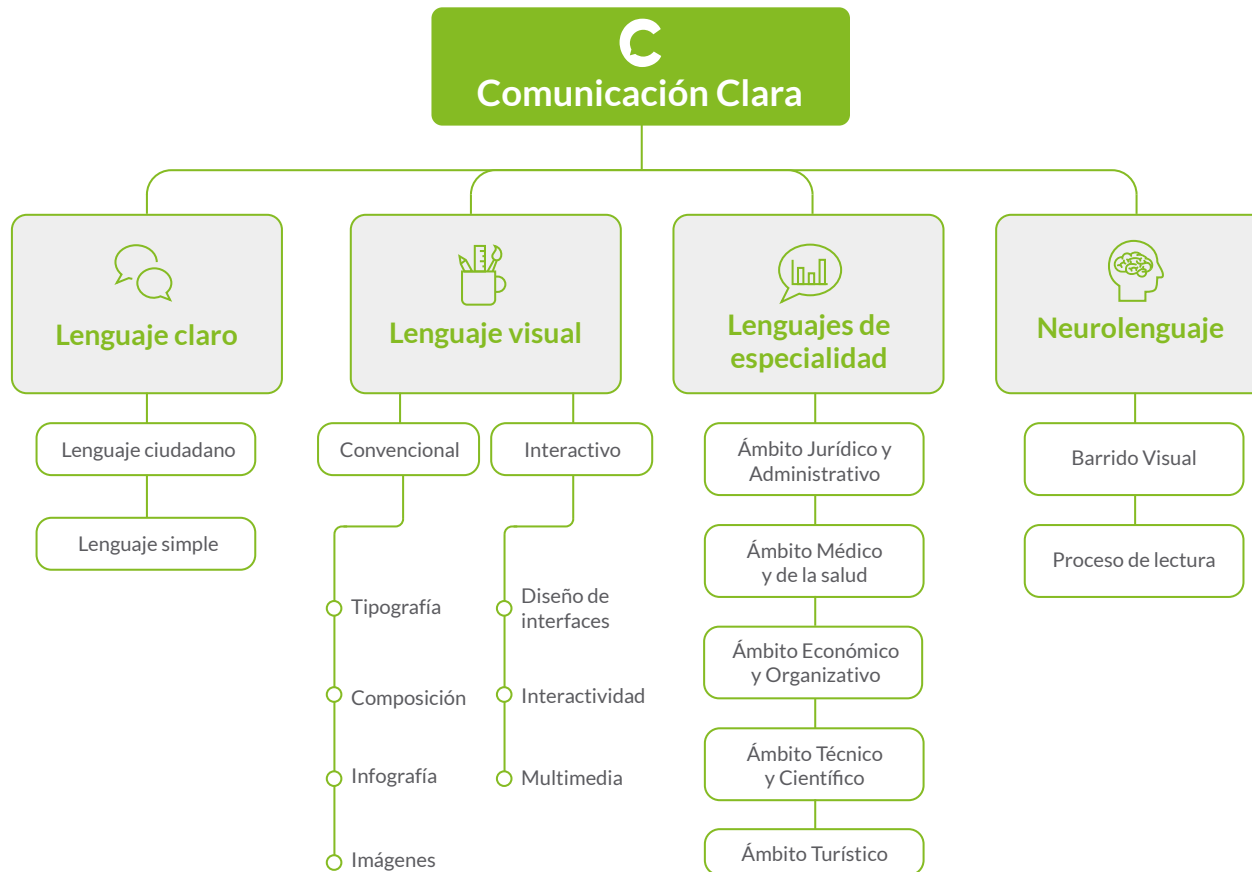


# Claves

de la Comunicación Clara

# Convergencia de varias disciplinas

La Comunicación Clara va más allá de la simple creación de textos que se entiendan sin dificultad, implica tanto al contenido como al diseño. Los iconos, las fotografías, los gráficos e incluso la interactividad son susceptibles de utilizar técnicas de clarificación.





# Aplicación multicanal

El **número de canales** que la Administración usa para comunicarse con la ciudadanía ha aumentado considerablemente. La Comunicación Clara debe adaptarse a todos ellos y dominar sus particularidades.



## Desarrollo en todo tipo de elementos

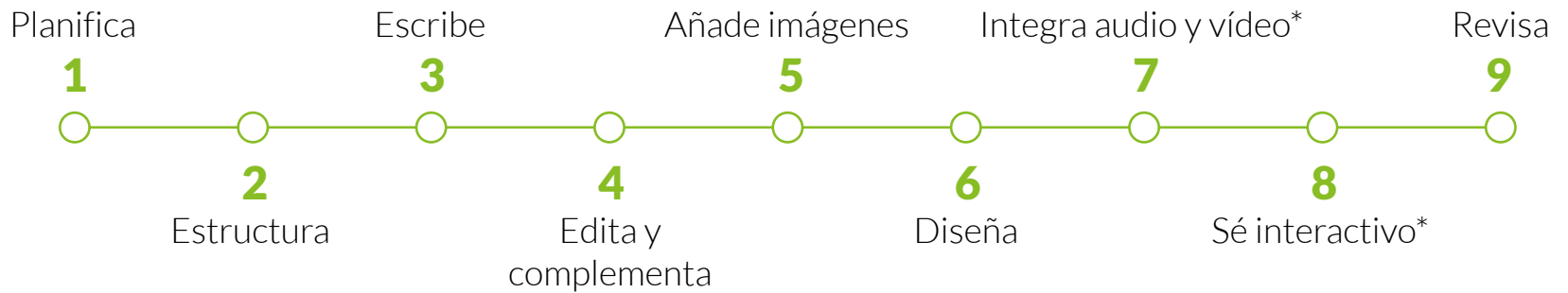
Cualquier documento impreso o digital puede ser reelaborado dentro del marco de la Comunicación Clara, especialmente los que solo por la inercia de la tradición, no por un criterio de eficacia, suelen ser innecesariamente complejos y oscuros.

- ✓ Abonarés
- ✓ Advertencias
- ✓ Autoliquidaciones
- ✓ Balances
- ✓ Cartas informativas
- ✓ Carteles
- ✓ Certámenes
- ✓ Citaciones
- ✓ Comunicaciones
- ✓ Concursos
- ✓ Consentimientos
- ✓ Contratos
- ✓ Convocatorias
- ✓ Documentos de pago
- ✓ Especificaciones
- ✓ Fichas de producto
- ✓ Impresos y formularios
- ✓ Informes técnicos
- ✓ Instrucciones
- ✓ Normas legales
- ✓ Notificaciones
- ✓ Ordenanzas
- ✓ Pliegos
- ✓ Publicación de licitaciones
- ✓ Recibos
- ✓ Recursos
- ✓ Requerimientos
- ✓ Solicitudes
- ✓ Subvenciones
- ✓ Términos de uso

Comunicación Clara en

**9 pasos**

# Los 9 pasos



**La persona usuaria es el centro y el foco**

(\*) Solo con versiones o documentos digitales y multimedia



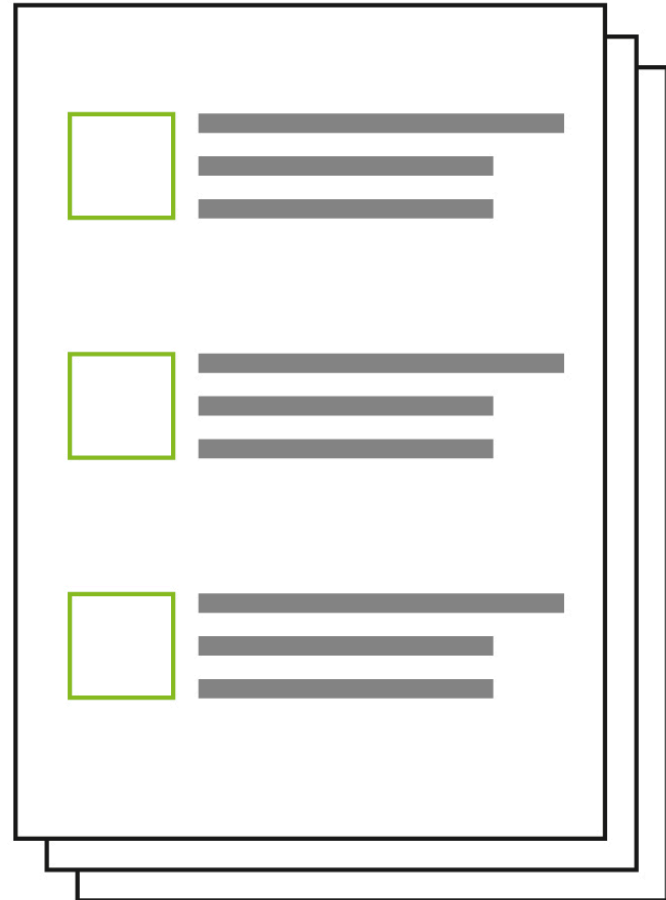
# 1

## Planifica

Construye un **retrato robot** de tu documento, ya sea impreso o digital.

Pregúntate:

- ¿Quién va a leerlo?
- ¿Para qué?
- ¿Qué elementos debe incluir?
- ¿Qué formato es mejor?
- ¿Qué tono conviene usar?





1. Planifica

## a. ¿Quién va a leerlo?

---

**La persona destinataria condiciona buena parte de la información que transmitimos y la manera de hacerlo.**

Si escribimos para la ciudadanía, debemos tener cuidado con la terminología, con el estilo y con la manera de redactar. Si escribimos para el personal municipal, éste estará familiarizado con el tipo de documento que recibe, con la información que contiene y con el lenguaje empleado.

---

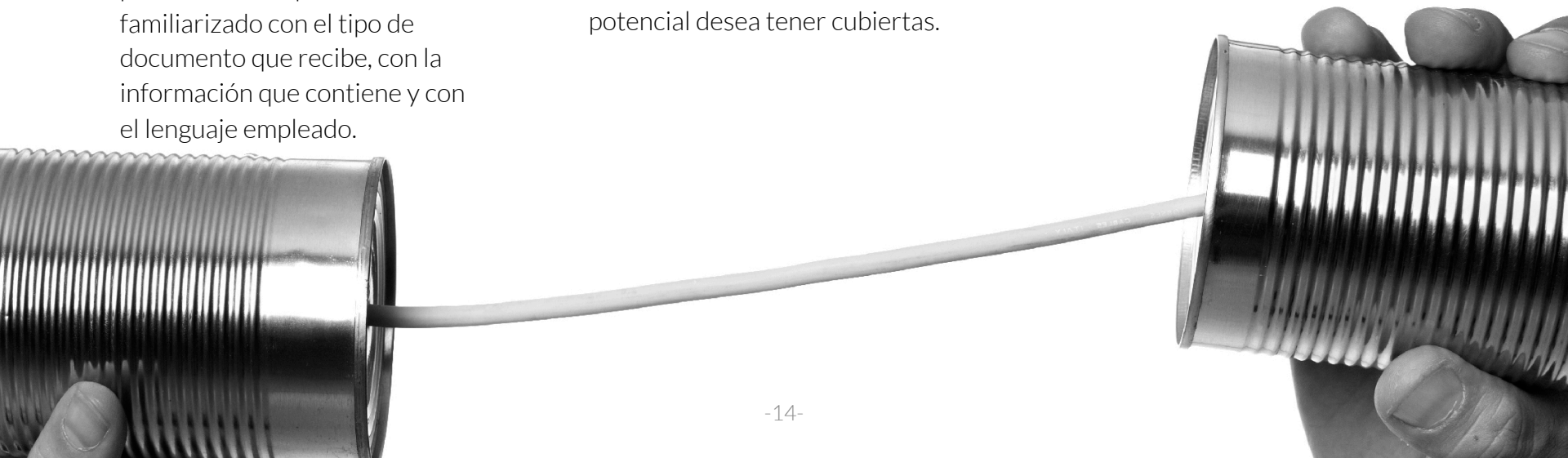
**Ponte en el lugar de quien te vaya a leer.**

Tú también has recibido alguna comunicación en algún momento. Esa perspectiva ayuda a organizar la información y a prestar atención a las obligaciones, necesidades o expectativas que quieres cubrir y que el público potencial desea tener cubiertas.

---

**Imagínate a la persona destinataria.**

Visualizar a tu público y sus particularidades: edad, grupo social, inquietudes, etc., te facilitará el trabajo. Además, evitarás que quien te lee pierda tiempo y paciencia.



## b. ¿Para qué?

Nuestro público lee para estar **informado**, **tomar decisiones**, **conseguir algo** o **cumplir con una obligación**.

Espera encontrar la información **suficiente y necesaria**, expresada de manera clara.

**Leer es el camino para llegar a una meta determinada, no la meta en sí misma.** Haz que sea un camino corto, rápido y relajado.



1. Planifica

## c. ¿Qué elementos debe incluir?

Para decidir qué información aportar, ten claro quién es la persona destinataria, la finalidad de la comunicación y qué debe hacer esa persona una vez haya leído los datos que le proporcionas.

Antes de escribir, ayúdate de una **lluvia de ideas**, una **lista de temas**, o plantéate **preguntas básicas**. Verás globalmente la información y desecharás lo superfluo o repetido.

¿Qué?	La información esencial
¿Quién?	La(s) persona(s) afectada(s)
¿Cuándo?	Días, horas, plazos, etc.
¿Dónde?	Lugares, ámbitos, etc.
¿Cómo?	Instrucciones, requisitos, etc.
¿Por qué / para qué?	Causas, consecuencias, objetivos, etc.
¿Cuánto?	Datos calculables, cantidades, etc.



1. Planifica

## d. ¿Qué formato es mejor?

### Reflexiona sobre el tipo de documento

No es lo mismo redactar oficios, comunicados, respuestas a solicitudes, informes o correos electrónicos que noticias para una página web.

### Busca modelos

La mayoría de los documentos administrativos tienen una forma convencional que hay que respetar y que condiciona la distribución de la información.

### Y recuerda

Si escribes para una lectura en pantalla, no te extiendas.





## e. ¿Qué tono conviene usar?

El tono (formalidad distante o cercana) depende en buena medida de la persona destinataria, del tipo de escrito y de su soporte.

Si implicas a las lectoras y lectores en el texto, manteniendo cierta distancia y un tono apropiado, lograrás una cercanía. Usa formas de tratamiento respetuosas (*usted*). Siempre es más agradable ser tenido en cuenta.

### Ejemplo:



*Este trámite está creado para la defensa de los intereses de los ciudadanos en las relaciones con el Ayuntamiento. Las reclamaciones pueden ser realizadas en el funcionamiento de los servicios municipales.*



*Este trámite está creado para la defensa de los intereses de la ciudadanía en las relaciones con el Ayuntamiento. **Usted podrá realizar** reclamaciones en el funcionamiento de los servicios municipales.*



---

Si quieres acercarte más directamente al público, es preferible –y más eficaz– **usar la segunda persona (tú)** como forma de tratamiento, o un *nosotros/as*, que incluye tanto a quien escribe como a quien lee y además transmite una sensación de cooperación.



### Ejemplo:

*En este contenedor se depositan todos los residuos orgánicos y los que no cuentan con un sistema específico de recogida. Si **dudas** sobre dónde depositar un residuo, es mejor depositarlo en este contenedor que en uno equivocado, para no entorpecer la labor de reciclaje.*

---

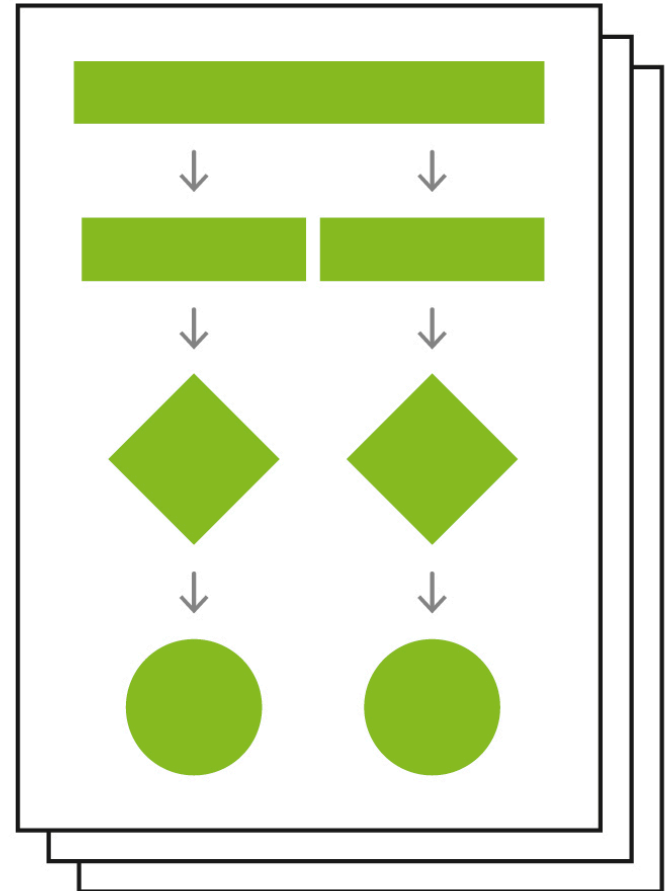
*[...] Deberán ser depositados en una bolsa de plástico bien cerrada, pues así **evitaremos** la suciedad y los malos olores en el contenedor. La bolsa, además, es más cómoda e higiénica para su uso en casa y su transporte hasta el contenedor.*

# 2

## Estructura

Para decidir cómo se **articula** tu documento, pregúntate:

- a. ¿Cuántas partes va a tener?
- b. ¿Cómo organizarlas?
  - Títulos y subtítulos
  - Párrafos
  - Ayudas para leer documentos extensos





2. Estructura

## a. ¿Cuántas partes va a tener?

---

No se articula de la misma manera un correo electrónico que responde a una pregunta concreta que un informe.

**El número de apartados dependerá del tipo de documento.**

---

En la etapa de planificación has decidido qué **temas** o ideas debe incluir tu documento. Ahora, **agrupa las ideas relacionadas** y da a cada conjunto un **título** o encabezado. Cada grupo de ideas relacionadas es una parte de tu documento. A continuación, **ordénalas**.

---

Es probable que hayas pensado sobre todo en los conceptos que conforman el **cuerpo** del documento. Tal vez te falta planificar la **introducción** o encabezamiento y la **conclusión** o cierre.





## b. ¿Cómo organizar las partes?

La **estructura prototípica** de cualquier documento tiene **tres** partes. Este esquema puede ayudarte a organizar el tuyo:

Parte	Función	Contenido
Introducción	Ofrecer un contexto de lectura.	<p><i>Qué es este documento.</i></p> <p><i>Qué valor y propósito tiene.</i></p> <p><i>Cómo está organizado.</i></p>
Cuerpo	Desarrollar el contenido del documento.	<p><i>Desarrollo de las ideas y temas identificados en la etapa 1 en el orden que se ha establecido.</i></p>
Conclusión	Cerrar el texto para asegurar su eficacia.	<p><i>Síntesis de las ideas principales.</i></p> <p><i>Concreción de lo que se le pide.</i></p> <p><i>Qué se debe hacer o esperar a continuación.</i></p>



## Títulos y subtítulos



---

Al agrupar las ideas relacionadas y darles un título, has establecido las partes de tu texto. Destaca esos títulos para **guiar** a la persona que lee por los diferentes apartados.

---

Los títulos y subtítulos le permitirán **encontrar rápidamente** lo que busca.

---

También le ayudarán a **anticipar** y **entender** mejor la información incluida en cada parte.



## Los párrafos

### Para escribir párrafos eficaces:

---

#### Recuerda: un párrafo, un tema

Cuando vayas a escribir sobre otra idea, pon un punto y aparte.

---

#### La estructura es importante

Empieza con una frase que introduzca el tema; luego, desarróllalo; finalmente, añade una breve conclusión y enlaza, si lo crees necesario, con las ideas del párrafo siguiente.

---

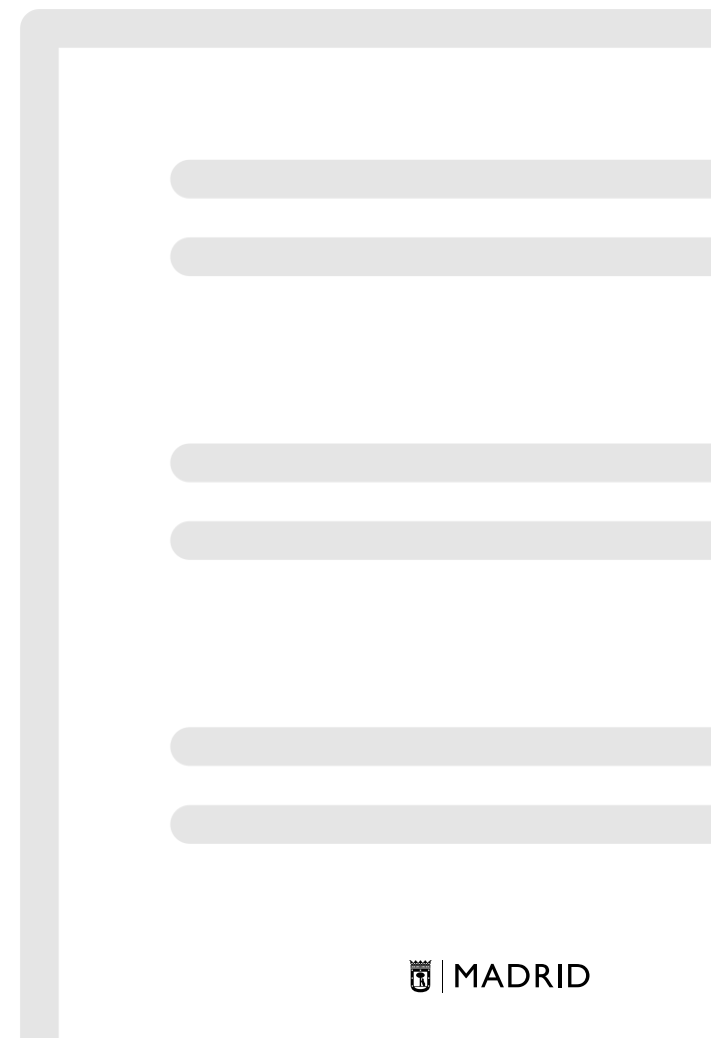
#### Cuida la extensión

Ni demasiado largo ni demasiado breve. La extensión del párrafo que será leído en pantalla debe ser más breve que los de formato impreso.

---

#### Enlaza con el párrafo anterior

mediante conectores.







## 2. Estructura

# Ayudas para documentos extensos

Si redactas un **documento extenso**, conviene favorecer una lectura cómoda. Ofrece a la persona que lee algunas de las siguientes **ayudas** o guías (o todas):

---

Incluye un **índice**. Si es posible, intenta que sea navegable.

---

Ofrece un **resumen** al principio, o bien añade resúmenes de los distintos apartados.

---

Destaca los **títulos y subtítulos**.

---

Redacta **conclusiones intermedias** que cierren cada apartado.



## Recuerda

A mayor extensión del documento, más visible debe ser su estructura.

# 3

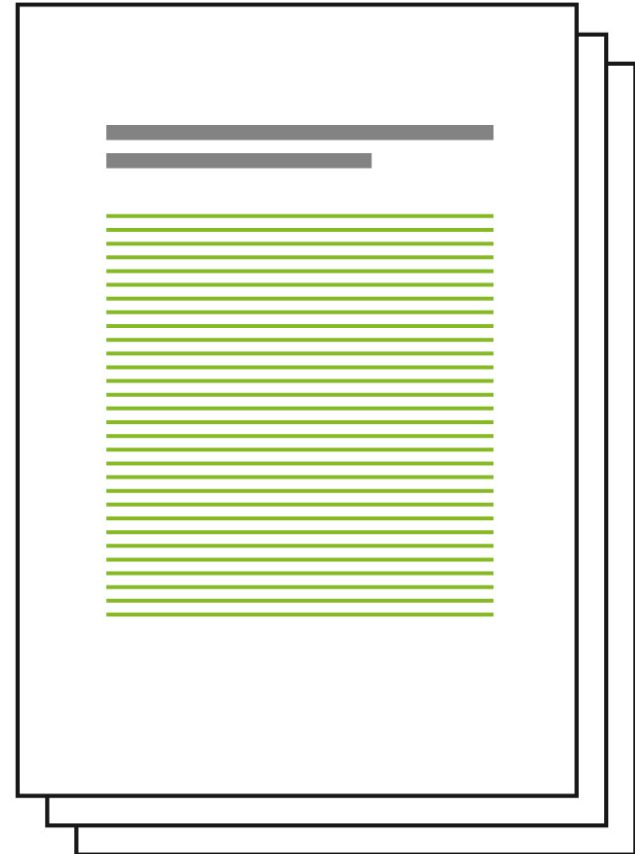
## Escribe claro y simplifica

### 10 principios que te pueden ayudar

- a. Controla la longitud.
- b. Sigue el orden natural de las frases.
- c. Utiliza la voz activa.
- d. Ten cuidado con los gerundios, infinitivos y participios.
- e. Evita la acumulación de elementos de negación.
- f. Enumera.
- g. Conecta las ideas.
- h. Escoge las palabras más adecuadas.
- i. Reformula.
- j. Respeta las normas del español.

### Y además...

- k. Utiliza lenguaje inclusivo.
- l. Escribe para pantallas.





3. Escribe

## a. Controla la longitud

---

Cuida la **extensión**. No hay una medida estándar, pero evita los párrafos muy cortos (1 o 2 líneas) o demasiado largos (15-20 líneas).

---

Cuidado con los **párrafos-oración**. Distribuye las **ideas en frases cortas**, usa la **puntuación** (*coma, punto y coma, punto y seguido*) para separarlas y enlaza las ideas con **conectores** (*sin embargo, por lo tanto, además...*).

---

Evita los **gerundios y participios** para encadenar ideas, pues **alargan** demasiado la frase y hacen farragosa la comprensión.





### Ejemplo:



*Es un servicio social de atención telefónica permanente las 24 horas del día que, a través de un dispositivo tecnológico conectado a la línea telefónica, permite la comunicación de las personas usuarias desde el domicilio con un Centro de Atención de Llamadas, atendido por profesionales especializados, proporcionando compañía, seguridad y tranquilidad a la persona usuaria y a sus familiares.*



*Es un servicio social de atención telefónica permanente las 24 horas del día que permite la comunicación de las personas usuarias desde el domicilio con un Centro de Atención de Llamadas a través de un dispositivo tecnológico conectado a la línea telefónica **(qué es y para qué sirve)**. Este servicio está atendido por especialistas que proporcionan compañía, seguridad y tranquilidad a la persona usuaria y a sus familiares **(quién atiende y cómo lo hace)**.*



*Es un servicio social de atención telefónica permanente las 24 horas del día **(qué es)**. Permite la comunicación de las personas usuarias desde el domicilio con un Centro de Atención de Llamadas a través de un dispositivo tecnológico conectado a la línea telefónica **(para qué sirve)**. Este servicio está atendido por especialistas que proporcionan compañía, seguridad y tranquilidad a la persona usuaria y a sus familiares **(quién atiende y cómo lo hace)**.*



## b. Sigue el orden natural de las frases

Siempre que puedas, usa la sintaxis más sencilla.



*Alguien hace algo a alguien en algún lugar en algún momento...*

Si utilizas incisos para ampliar o matizar información, **márcalos** debidamente con la puntuación (*comillas, guiones o paréntesis*) y procura que no eclipsen la información relevante.

### ¿Sabías que...

*adoptar* no significa *aprobar*?



[Más información](#)

Recomendación  fundéu BBVA





## c. Utiliza la voz activa

Evita el uso continuado de construcciones en **voz pasiva**.



Las pasivas con “ser” son más largas y más costosas de interpretar.

Ejemplo:

-  La información **nos fue solicitada por usted** en su mensaje del mes de...
-  Usted **solicitó la información** en su mensaje del mes de...

Las **pasivas con “se”** suelen llevar la preposición "por" para introducir el sujeto. Pero es mejor utilizar la voz activa:

Ejemplo:

-  Ha de **volverse a reiterar por esta administración** el criterio sostenido por la misma
-  Esta **administración ha de sostener** de nuevo el criterio que mantuvo...

¿Sabías que...

se escribe *expidiendo*,  
no *expediendo*?



[Más información](#)


Recomendación  fundéu BBVA




## d. Ten cuidado con los gerundios, infinitivos y participios


Los **gerundios, infinitivos y participios** son esencialmente anónimos. Para identificar al sujeto, el lector necesita indagar en el texto. Y no siempre es fácil encontrar al agente de la acción. Si no quieres crear dudas, usa verbos en forma personal o pon directamente el sujeto agente:

### Ejemplo:

 *El solicitante entregó tres impresos al/a la funcionario/a **reclamando** [¿el solicitante/el funcionario?] uno más.*

 *El solicitante entregó tres impresos al/a la funcionario/a, **quien le reclamó** uno más.*

### Ejemplo:

 *Necesitamos conocer sus sugerencias para **iniciar** [¿Ud./nosotros/él/ella...] el trabajo **pactado** [¿por quién?]*

 *Necesitamos conocer sus sugerencias para que **el personal municipal inicie** el trabajo que **pactó el equipo técnico**.*

### ¿Sabías que...

si hay *veredicto*, no es necesario que sea final?



[Más información](#)

Recomendación  fundéuBBVA



## e. Evita la acumulación de elementos de negación

Si puedes elegir, opta por la **formulación afirmativa** de tu idea. Resulta más comprensible y fácil de interpretar.

Ejemplo:

❌ No resulta **improbable** que surjan dificultades

✅ Pueden surgir dificultades

Ejemplo:

❌ La **no imposibilidad** de...

✅ La **posibilidad** de...

Ejemplo:

❌ No podemos **sino** recomendarle **no** **obstaculizar** los trámites

✅ Le **recomendamos** que agilice los trámites





## f. Enumera

Las listas son muy eficaces si están bien construidas. **Recuerda:**

---

Antes de empezar la lista, indica qué tipo de elementos la van a formar.

---

Incluye elementos consistentes en su formulación (nombres, verbos, construcciones, etc.)

---

Emplea una marcación clara. Escoge un estilo (números o letras) y utilízalo con coherencia en todo el documento.

---

Con carácter general, utiliza números cuando quieras enumerar elementos y letras cuando invites a escoger entre diferentes alternativas.

### Ejemplo:



*Para solicitar la subvención, debe:  
Rellenar el formulario de solicitud  
Presente copia de memoria de proyecto.  
Fotocopia del presupuesto de gastos.*



*Para solicitar la subvención, debe presentar **tres documentos**:*


- 1. El formulario de solicitud cumplimentado.*
- 2. Una fotocopia de la memoria de proyecto.*
- 3. Una fotocopia del presupuesto de gastos.*



## **Atención:**

Si optas por una serie en horizontal, separa con **punto y coma** los elementos que la forman si alguno de ellos contiene una coma.

### Ejemplo:

 *Para solicitar la subvención debe presentar **tres documentos**: el formulario de solicitud cumplimentado; una copia de la memoria del proyecto; y una copia del presupuesto de gastos.*

## ¿Sabías que

Consejo Europeo, Consejo de Europa y Consejo de la Unión Europea son entidades diferentes?



[Más información](#)

Recomendación  fundéu BBVA



3. Escribe

## g. Conecta las ideas

Emplea **conectores** cuando necesites poner de manifiesto cuál es la **relación lógica** entre las ideas del documento: refuerzan la coherencia del mensaje y facilitan una correcta interpretación.

Recuerda que muchos de ellos se insertan entre signos de puntuación porque no están integrados en la frase: *por un lado, en primer lugar, sin embargo, a pesar de ello, por eso, por ejemplo, en conclusión...*


Otros, en cambio, sí están integrados: *a pesar de que...*, *en cuanto a...*

### ¿Sabías que

*decreto ley* en plural es *decretos leyes*?



[Más información](#)

Recomendación  fundéuBBVA



3. Escribe

Para...	Usa:
introducir el tema del texto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• el objetivo principal de</li> <li>• este texto trata de</li> <li>• le informo de que</li> </ul>
introducir un tema nuevo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• en cuanto a</li> <li>• en relación con</li> <li>• acerca de</li> <li>• el siguiente punto trata de</li> </ul>
marcar un orden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• en primer lugar, primero, para empezar,</li> <li>• en segundo lugar, segundo</li> <li>• además, luego, después</li> <li>• en último lugar, para concluir, al final</li> </ul>
distinguir	<ul style="list-style-type: none"> <li>• por un lado, por otro</li> <li>• por una parte, por otra</li> <li>• en cambio</li> <li>• sin embargo</li> </ul>
seguir el mismo tema	<ul style="list-style-type: none"> <li>• además</li> <li>• asimismo</li> <li>• a continuación</li> <li>• después</li> <li>• luego</li> </ul>
enfaticar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• es decir</li> <li>• en otras palabras</li> <li>• como se ha dicho</li> <li>• lo más importante</li> <li>• la idea central es</li> <li>• hay que destacar</li> </ul>
detallar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• por ejemplo</li> <li>• en particular</li> </ul>
resumir	<ul style="list-style-type: none"> <li>• en resumen</li> <li>• recapitulando</li> <li>• en pocas palabras</li> </ul>
terminar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• en conclusión</li> <li>• para finalizar</li> <li>• finalmente</li> </ul>

### ¿Sabías que...

*detentar* no puede emplearse para referirse a una persona que ejerce algún poder?



[Más información](#)

Recomendación  fundéu BEVA



3. Escribe


Para...	Usa:
<i>indicar causa</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• porque</li> <li>• ya que</li> <li>• a causa de</li> <li>• dado que</li> <li>• pues</li> <li>• como</li> <li>• gracias a</li> </ul>
<i>indicar consecuencia</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• en consecuencia</li> <li>• por tanto</li> <li>• de modo que</li> <li>• por esto</li> <li>• pues</li> <li>• por consiguiente</li> </ul>
<i>indicar condición</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• siempre que</li> <li>• siempre y cuando</li> <li>• en caso de (que)</li> <li>• con tal de (que)</li> </ul>
<i>indicar oposición</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• en cambio</li> <li>• ahora bien</li> <li>• con todo</li> <li>• sin embargo</li> <li>• no obstante</li> </ul>
<i>indicar objeción</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aunque</li> <li>• si bien</li> <li>• a pesar de que</li> <li>• con todo</li> </ul>

### ¿Sabías que...

los nombres no oficiales de las leyes se escriben en minúscula?



[Más información](#)

Recomendación  Fundéu BBVA



3. Escribe

## Conectores y puntuación

Mira estas tablas. Si tienes la opción, entre un conector de la columna de la izquierda y uno equivalente de la columna de la derecha, elige **los de la derecha**: van precedidos de un punto y seguido, y favorecen la distribución de la información en frases más cortas.

### Conectores contraargumentativos que forman una sola oración

pero  
sino (que)  
mas  
aunque  
si bien  
a pesar de (que)  
pese a (que)

### Conectores contraargumentativos que separan la información en dos oraciones

. Sin embargo,  
. No obstante,  
. Con todo,  
. Ahora bien,  
. Aun así,  
. A pesar de eso/todo,  
. Por el contrario,

### Conectores consecutivos que forman una sola oración

, por lo que  
, de manera/forma/modo que  
, así que  
, pues,  
, de ahí (que +subjuntivo)

### Conectores consecutivos que separan la información en dos oraciones

. Por eso/ello,  
. Por ese/dicho/tal  
(motivo/causa/razón),  
. Por tanto,  
. En consecuencia,  
. Por consiguiente,  
. Así pues,



## h. Escoge las palabras más adecuadas

**Palabras, las justas.** El léxico de tus textos tiene que ser claro, actual, rico y comprensible para tu lector. Podrás así procurar una lectura rápida de los documentos y conseguir una buena comunicación.



### Dos sugerencias


- Usa palabras breves y sencillas.
- Usa palabras precisas y variadas.

### ¿Sabías que...

*mandatorio* es un anglicismo innecesario?



[Más información](#)

Recomendación  Fundéu BBVA




3. Escribe

## Brevedad y sencillez


### Elimina lo innecesario.

#### Palabras que no aportan información

 *Insistió **reiteradamente** en que el tema que **claramente** preocupa es **lo que sería** la falta de espacio.*

 *Insistió en que preocupa la falta de espacio.*


#### Verbos de apoyo + sustantivo

 ***Damos** respuesta a su solicitud y **procederemos a hacer** una investigación sobre el caso.*

 ***Respondemos** a su solicitud e **investigaremos** el caso.*

#### Palabras que no añaden información

 *por la razón de que, de conformidad con, en referencia a/en relación con...*


 *porque, conforme a/según, sobre/acerca de...*

### ¿Sabías que...

Gobierno se escribe con mayúscula inicial?



[Más información](#)

Recomendación  FUNDÉU BBVA





### Una redacción cuidada rechaza las palabras muy extensas.



*Complementar, concretizar, clarificar, influenciar, intencionalidad, totalidad, finalidad, tipología...*



*Completar, concretar, aclarar, influir, intención, todo(s), fin, tipo...*

### Usa palabras simples o accesibles.



*coadyuvar, secundar, emolumento, desistimiento, eximio, stricto sensu, dies a quo...*




*contribuir, apoyar, remuneración, renuncia, excelente, estricto, día a partir del que ...*

### ¿Sabías que...

*envío masivo o buzoneo es mejor que mailing?*



[Más información](#)

Recomendación  Fundéu BBVA



3. Escribe

## Precisión y variedad

**Una redacción cuidada rechaza la vaguedad. Evita palabras comodín o ambiguas.**



*factor, elemento, hecho, asunto, cuestión, varios, un conjunto de, mucho...*




*Se considerarán **varios** **dos** asuntos **acciones** humanitarias: el transporte de medicamentos a campos de personas refugiadas y la construcción de **un conjunto de** **cinco** escuelas en países sin recursos.*

### ¿Sabías que...

preelectoral se escribe en una sola palabra?



[Más información](#)

Recomendación  Fundéu BBVA

**Usa palabras o expresiones concretas.**



*alcanzar un objetivo, oportunidades de empleo, desarrollo negativo, inversión en capital humano, aspectos positivos...*



*conseguir, puestos de trabajo, recesión, formación del personal, beneficios/ganancias...*



## Conoce el significado preciso de las palabras

Si dudas, consulta el *Diccionario de la Lengua Española* ([www.rae.es](http://www.rae.es)):



### ¡OJO! Son parecidos, pero no iguales:


- *Accesible/asequible*
- *Corroborar/ratificar*
- *Deflación/devaluación*
- *Dimitir/destituir*
- *Excluir/eximir*
- *Inflación/infracción*
- *Preeminente/prominente*
- *Señalar/señalizar*

### ¿Sabías que...

el verbo adecuado es *legitimar* y no *legitimizar*?



[Más información](#)

Recomendación  fundéu BBVA



## i. Reformula

La jerga es un vocabulario propio de especialistas. Si la persona que lee es ajena a ese mundo, no la entenderá. Evita los términos técnicos o, si son necesarios, facilita su comprensión con una estrategia de reformulación.

Opta por un sinónimo:



... se debe adjuntar una copia del aval debidamente **diligenciada**.



... se debe adjuntar una copia del aval debidamente **tramitada**.

Define, parafrasea o explica:



... se le comunicará su **adeudo**...



... se le comunicará su **adeudo (cantidad total que pagará por impuestos)**...



## j. Respeta las normas del español

---

**La ortografía:** la persona que lee espera una redacción cuidada, sin faltas de ortografía.

---

Presta especial atención al uso de **los acentos** y de **las mayúsculas**.

---

Consulta las dudas en **obras de referencia**:


- El Diccionario de la Lengua Española y el Panhispánico de Dudas de la Real Academia de la Lengua o la pestaña Consultas lingüísticas de [www.rae.es](http://www.rae.es).
- El buscador de recomendaciones de la Fundéu [www.fundeu.es](http://www.fundeu.es).

### ¿Conoces...

la diferencia entre  
bimensual, bimestral  
y bienal?



[Más información](#)

Recomendación  Fundéu BBVA



## Pon los acentos

---

Acentuar mal las palabras perturba la comprensión de los textos. Los **acentos** marcan diferencias importantes: *público* no es *publico* ni *publicó*.

---

Recuerda las **novedades** de la *Ortografía de la Lengua Española* (2010):

- **Pronombres demostrativos.** Es preferible escribir siempre *este*, *ese* o *aquel*, también en femenino y plural, en vez de las formas correspondientes acentuadas (Traiga *este*).
- **Solo.** Es preferible escribir siempre *solo* (solamente), en vez de *sólo*.
- **O.** No se acentúa entre números (4 o 5).

---

### Recuerda otras normas:

- **Mayúsculas.** Por regla, las mayúsculas siempre se acentúan (Ángela).
- **Abreviaturas.** Las abreviaturas conservan el acento (pág.).
- **Hiatos.** Las *i* y las *u* de los hiatos se acentúan (mío, saldría, reúne, evalúo), excepto en las siglas (la CIA).



---


## Acentos diacríticos:

- **Monosílabos**
  - Algunos monosílabos se acentúan: *mí* (para mí), *tú* (tú y yo), *él* (él y ella), *sé* (sé bueno, sé cantar), *dé* (dé), *más* (más o menos), *té* (el té rojo), *sí* (sí o no).
  - Otros no: *di*, *da*, *dio*, *vi*, *vio*, *fue*, *fui*, *ti*, *si* (si llueve, no voy), *mi* (mi casa), *el* (el documento), *se* (se inscribirá), *de* (de Madrid), *te* (te indicará).
- **Pronombres y adverbios interrogativos.** Qué, quién, cuál, cuánto, cómo, cuándo, dónde se acentúan y son tónicos (*¿Dónde vive? Indique también cuál es su profesión*).
- **Aún.** *Aún* significa todavía; *aun*, incluso o ni siquiera.
- **Por qué.** *Por qué* se usa para preguntar; y *porque*, para explicar o responder. El porqué (en plural, los *porqués*) es un sustantivo y significa el motivo. *Por* (el/la/los/las) que es igual a *por que*.

## Recomendaciones sobre tildes



[Más información](#)

Recomendación  Fundéu BBVA



## Usa bien las mayúsculas

Un texto invadido de mayúsculas o íntegramente en mayúsculas se lee con dificultad. Ponlas solo cuando la norma lo exija, y piensa en la regla fundamental: *la mayúscula distingue el nombre propio del común.*


### Se escriben con sus elementos significativos en mayúscula inicial:

- **Los nombres oficiales de instituciones, organismos, unidades o divisiones administrativas** (Ayuntamiento de Madrid, Dirección General, Área de Gobierno, Agencia para el Empleo, Madrid Salud, etc.).
- **Los nombres oficiales de documentos legales o históricos** (Ley 39/2015 del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas; Ordenanza de Transparencia de la Ciudad de Madrid, etc.).
  - **Excepción. Si el título de la norma es largo, solo va con mayúscula la inicial de la primera palabra** (ANM, 2001, 103, Ordenanza reguladora de los precios públicos para la prestación de servicios o realización de actividades).
- **Los cursos, congresos, jornadas o actos** (X Jornada de las Unidades Gestoras Web).
- **Los proyectos o planes.** (Proyecto Comunicación Clara, Plan de Calidad, etc.).

## Recomendaciones sobre las mayúsculas



[Más información](#)

Recomendación  FundéuBBVA





---

### Se escriben en mayúsculas:

- Las **siglas** (ONU) y los **números romanos** (XXI).
- Los **verbos que expresan la finalidad del escrito** (CERTIFICA:, SOLICITA:, EXPONE:).
- Los **términos como *aviso, nota, advertencia*, para introducir los textos correspondientes** (AVISO: El pago se realizará el jueves).

---

### Pero se escriben en minúscula:


- Los **días, meses, estaciones del año; los puntos cardinales; los tipos de vía** (octubre, primavera, norte, plaza).
- Los **cargos** (alcaldesa, subsecretario, director, presidenta) y los **tratamientos no abreviados** (don, señora).
- Las **partes de las normas** (artículo, apartado, párrafo, capítulo, sección).
- Las **denominaciones de impuestos y tasas** (impuesto sobre el valor añadido).
- La **referencia a un documento jurídico citado anteriormente** (La citada ley de protección de los trabajadores).
- La **referencia a los poderes del Estado** (el poder legislativo).

## Recomendaciones

sobre las mayúsculas en los nombres de las instituciones



[Más información](#)

Recomendación  Fundéu BBVA



Aunque juzgues que una palabra es relevante en tu texto, si no es obligatorio, no la escribas en mayúsculas.



3. Escribe

## k. Utiliza lenguaje inclusivo

¿Cómo evitar usos sexistas del lenguaje?

---

**Utiliza sustantivos genéricos y colectivos.** *La ciudadanía, la plantilla, el público, el funcionariado...*

---

**Usa construcciones metonímicas.** *La Dirección* en lugar de *Los directores* o *La Presidencia* en lugar de *El presidente*.

---

**Puedes utilizar el imperativo,** siempre que el tono del documento lo permita

---

**Emplea determinantes sin marca de género.** *Cada miembro de la Mesa recibirá* en lugar de *Todos los miembros de la Mesa recibirán*.

---

**Evita usar los dos géneros gramaticales simultáneamente,** aunque siempre es mejor el desdoblamiento que el uso exclusivo del masculino. *La ciudadanía* en lugar de *Los ciudadanos y las ciudadanas*.

---


**Alterna el orden de presentación.** No antepongas por sistema el género masculino al femenino. *Los niños y las niñas, Las niñas y los niños*.

### ¿Sabías que...

*edil* o *edila* no son sinónimos de *alcalde* o *alcaldesa*?



[Más información](#)

Recomendación  Fundéu BBVA



---

**Los dobles de género mediante barras** pueden generar problemas de accesibilidad, pero son útiles a la hora de ahorrar espacio, sobre todo en el encabezamiento y la firma de documentos administrativos.

---

**Recuerda que puedes usar pronombres relativos.** *Quien utilice los servicios por El que utilice los servicios.*

---

**Usa construcciones perifrásticas.** *El personal interino en lugar de los interinos, o la ciudadanía española en lugar de los españoles.*

---

**Introduce aposiciones explicativas.** *Los beneficiarios tanto hombres como mujeres.*

---

**Omite los determinantes.** *Podrán optar al concurso profesionales con experiencia en lugar de los profesionales con experiencia.*

---

**Emplea ciertas formas personales de los verbos.** *Si decide abandonar la zona antes de lo estipulado, en lugar de si el usuario decide abandonar la zona antes de lo estipulado*

---

**Uso de las formas no personales de los verbos.** *Es necesario prestar más atención en lugar de es necesario que el usuario preste más atención.*

## Recuerda



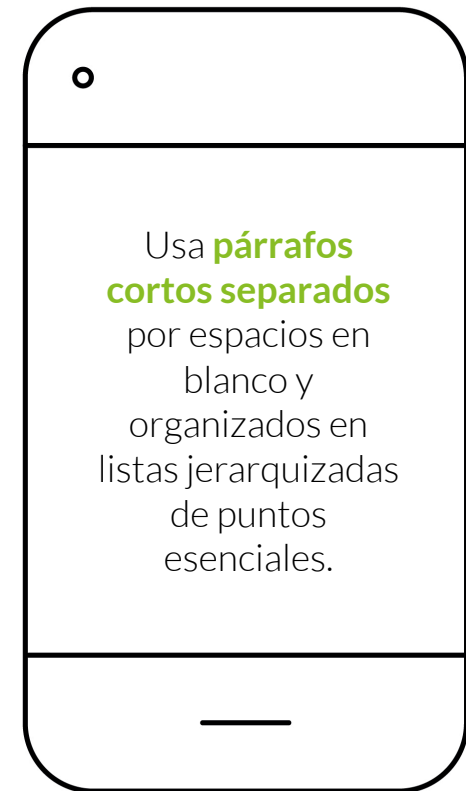
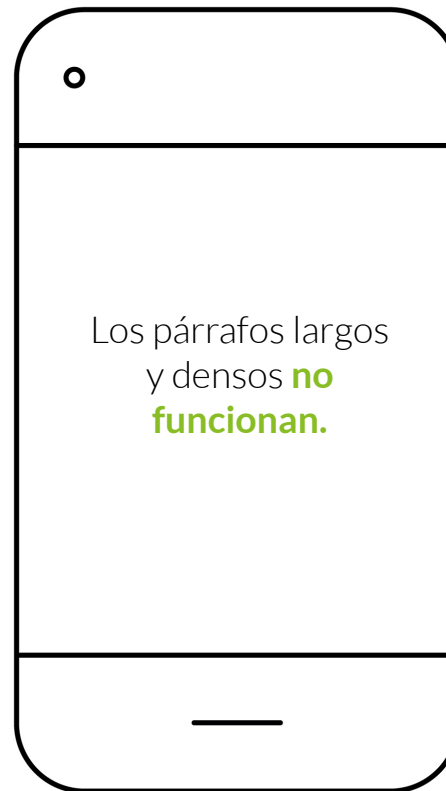
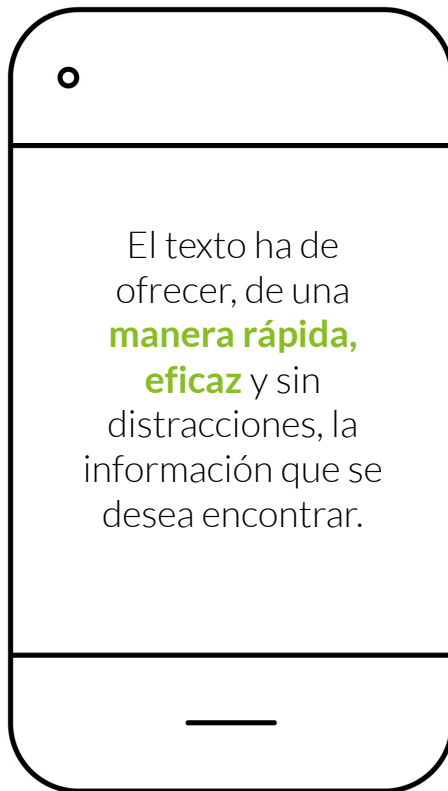
Si dudas, puedes consultar la [Guía para el uso inclusivo del lenguaje en el Ayuntamiento de Madrid y sus organismos autónomos.](#)



3. Escribe

## I. Escribe para pantallas

La persona usuaria de pantallas no lee de manera tradicional, **escanea** el texto con **atención flotante**. Por esa razón:



3. Escribe

Elimina las palabras innecesarias y la información no estrictamente relevante.

Usa palabras accesibles y no los vocablos técnicos internos de la institución.

En pantalla solo funcionan los microtextos orientados a resolver las necesidades de las personas usuarias.

Crawford Kilian:  
*“En la escritura en pantalla, cada frase, cada palabra, ha de luchar por su vida”.*

### Escribe microtextos

- **Estructurados:** coloca la información relevante al principio de la frase, o perderá su eficacia.
- Intensos en aroma **informativo y comprensibles** por sí mismos
- **Persuasivos:** la persona usuaria debe sentirse satisfecha con la información obtenida.

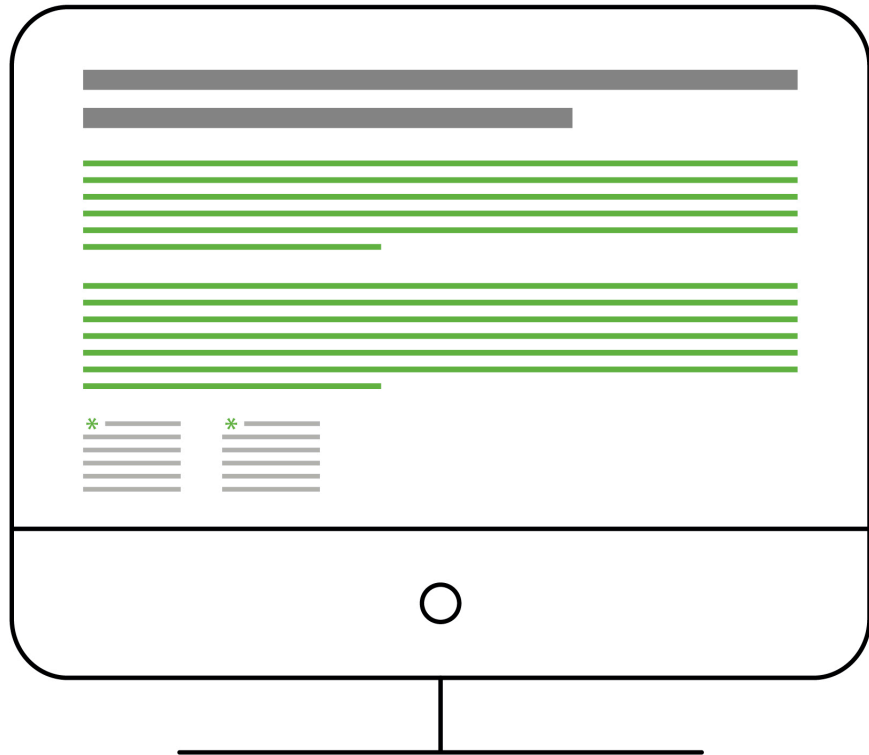


# 4

## Edita y complementa

Resalta la información que quieras destacar, pero sin abusar. Una lectura rápida por encima de las principales palabras ha de dar una idea general de las cuestiones más importantes del documento.

Puedes usar textos complementarios. Ayudan a que el texto se entienda mejor y hacen más dinámica la lectura. Así será comprensible en sí mismo, sin necesidad de ayuda externa de otros documentos o niveles.





4. Edita y complementa

## a. Edita

Los destacados tipográficos son herramientas útiles para aportar claridad e inteligibilidad. Sin embargo, deben usarse con cuidado: en exceso, pueden dificultar la lectura. Además, podemos tener limitaciones técnicas para aplicarlas.

---

### *Cursiva*

Utilízala para indicar que la palabra o expresión señalada es un neologismo, un extranjerismo o que forma parte de una jerga. Su uso más frecuente es para resaltar títulos de libros, obras de arte, publicaciones y latinismos no incorporados al idioma.



### Recuerda

Aunque conviene evitar los extranjerismos, en ocasiones su uso es necesario. Por ejemplo: *software...*

Cuando aplicar la cursiva no es técnicamente factible, pueden usarse comillas.

---

### MAYÚSCULAS

Intenta utilizarlas lo menos posible, y ten en cuenta que en los contextos digitales, escribir en mayúsculas equivale a gritar.

---

### Negrita

Úsala para resaltar expresiones importantes o que requieran una atención especial. Pero no abuses, visualmente es molesto.

---

### Subrayados

Se asocian a enlaces o hipervínculos. Si trabajas en formato digital, utilízalos exclusivamente para esa función.



4. Edita y complementa

## b. Complementa

---

Si tus documentos son muy extensos, crea una tabla de contenidos o **índice**. Localiza los epígrafes más destacados e indica en qué página se encuentran.

---

Busca las **palabras clave** y más complejas o especializadas e intenta explicarlas (al menos, la primera vez que aparecen).

---

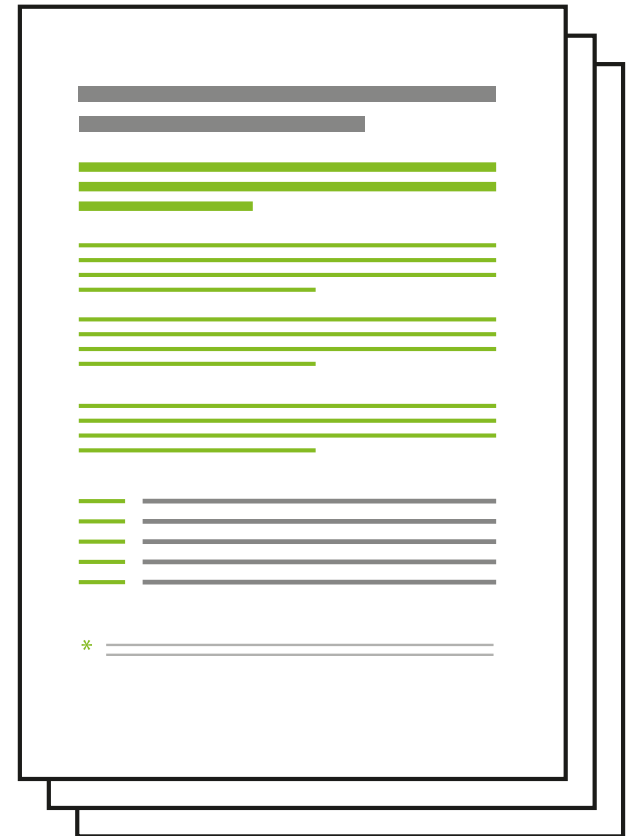
Si es necesario utilizar jerga especializada, puedes utilizar el recurso de la reformulación. Si no basta, crea un **glosario** con los términos que te parezcan más complejos y explícalos para que la persona que lee no se pierda.

---

Las **notas al pie** pueden ser muy útiles para “despejar” la lectura. Elige aquella información que no se pueda insertar de manera fluida en el texto corrido o que pueda complicar el ritmo y sitúalo al pie de la página con una numeración clara.

---

En la medida de lo posible, incluye **ejemplos**: facilitarán a tu público la comprensión del mensaje.





# 5

## Añade imágenes

Los iconos, gráficos y fotografías han de tener una función didáctica. Mejor huir de las imágenes gratuitas y buscar las que realmente aporten información.

Imágenes y textos deben dialogar, combinarse y complementarse. Si las palabras relatan, la imagen atrae, impacta y habla por sí sola.





## a. Iconos

Son un elemento fundamental del lenguaje visual. Su uso es recomendable siempre que se trate de elementos sencillos que puedan ser reconocidos por el público en general. Sin embargo, debes tener cuidado: pueden generar ambigüedades y reforzar estereotipos si no están claramente diseñados.

**Es conveniente combinar el lenguaje visual con el textual para garantizar que se entiende el mensaje en un golpe de vista.**

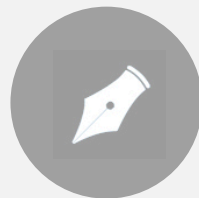
### Es mejor combinar



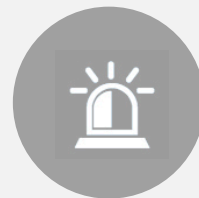
Actividad económica y hacienda



Cultura, ocio y deporte



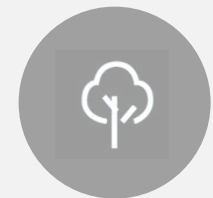
Educación y empleo



Emergencias y seguridad



Igualdad entre mujeres y hombres



Medio ambiente



5. Imágenes

## b. Gráficos

Los **gráficos** permiten presentar e ilustrar un conjunto de datos relacionados entre sí. Con su uso se puede conocer, analizar y comparar visual y rápidamente la información.

Existen multitud de gráficos que puedes utilizar para complementar tu información, pero siempre justificadamente.

Un mal gráfico puede inducir a error, dar por válidas tendencias o relaciones equivocadas o hacer que tu documento resulte todavía más complejo.

### Algunos consejos

---

Utiliza **un diseño claro, directo, sencillo y fácil** de interpretar.

---

**Cuidado con las escalas.** En caso de error, puede parecer que el gráfico esté falseado.

---

Usa una **gama de color única** y marca solo la información relevante. No uses efectos 3D.

---

Vigila que la **leyenda** esté en el sitio correcto para su lectura inmediata.



5. Imágenes

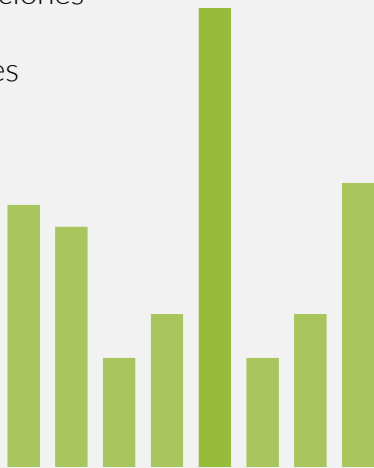
## Tipos de gráficos

### Barras

Son los gráficos más clásicos. Utilízalos para mostrar **comparaciones numéricas** entre categorías o para mostrar evoluciones en un intervalo de tiempo.

**Usos frecuentes:**

- Comparaciones
- Patrones
- Relaciones

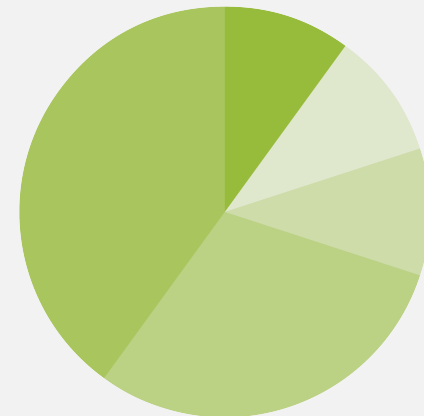


### Sectores

Muestra **proporciones y porcentajes** entre categorías dividiendo un círculo en segmentos proporcionales.

**Usos frecuentes:**

- Comparaciones
- Proporciones





## Tipos de gráficos

### Pictogramas

Son una forma de mostrar **comparaciones** numéricas entre diferentes categorías de una forma visualmente más **atractiva**.

#### Usos frecuentes:

- Comparaciones
- Distribuciones
- Proporciones

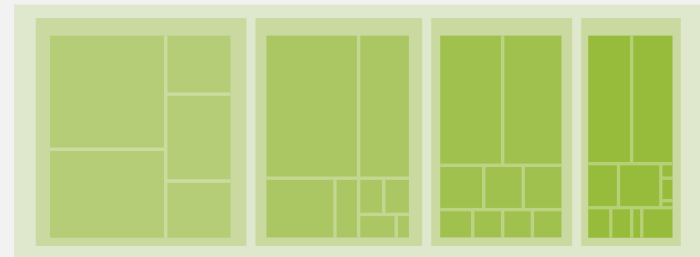


### Mapa de árbol

Muestran la variable **'cantidad'** a cada categoría a través del tamaño del área que ocupa. Cada categoría tiene asignado un rectángulo del área y las subcategorías son, a su vez, los rectángulos que contiene la principal.

#### Usos frecuentes:

- Comparaciones
- Jerarquías
- Proporciones
- Partes de un todo





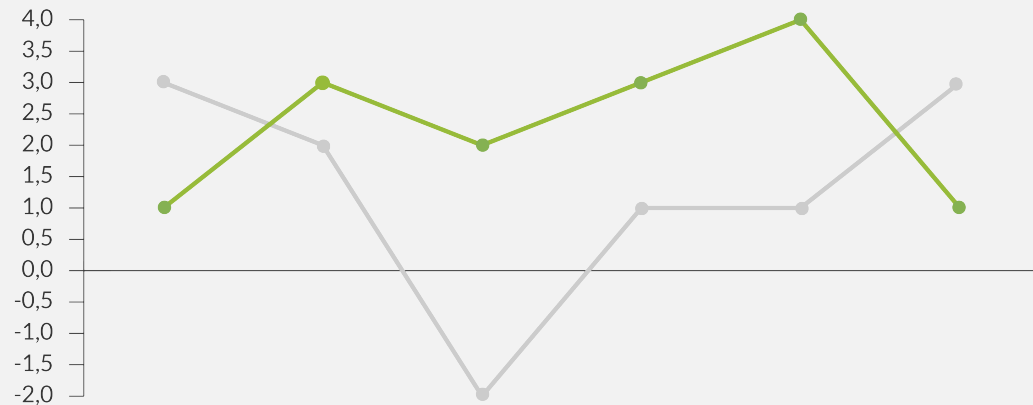
## Tipos de gráficos

### Líneas

Úsalos para mostrar la **evolución de** un valor cuantitativo a lo largo del tiempo o de un periodo concreto. También puedes emplearlos para mostrar **tendencias** o para presentar relaciones entre datos si agrupas varios datos en un solo gráfico.

#### Usos frecuentes:

- Comparaciones
- Patrones / evolución
- Relaciones





5. Imágenes

## c. Fotografías

Si tienes oportunidad de utilizar alguna imagen en tu documento, ten en cuenta **algunas claves**:

---

Asegúrate de que las fotografías añaden **información**. La “decoración” puede distraer.

---

Si vas a utilizar otro tipo de imágenes, recuerda que la mayoría tienen **derechos de autor**. Respétalos.

---

Mantén las **proporciones originales**, no las estires o compactes. Puedes deformar la imagen sin querer.

---

Si vas a colocar un texto sobre una imagen, asegúrate de que se **lee correctamente**.

---

**Usa fotos de calidad**. Si tu documento va a ser impreso, debes utilizar imágenes con unas dimensiones de 10 cm de ancho y una resolución de 300 pp (píxeles por pulgada). Si se trata de un documento *online*, el mínimo dependerá del soporte que utilices, pero puedes guiarte por un tamaño de 1.000 píxeles de ancho y 72 pp de resolución.

---

Procura incluir un **pie de foto** para indicar la autoría de la fotografía o, en caso de ser necesario, la descripción de la imagen. Recuerda que, si se publica en web, debes consignar siempre un texto alternativo.

# 6

## Diseña

Diseñar es tan importante como escribir. La primera impresión que produce un texto es lo que más cuenta a la hora de transmitir sensación de claridad. El diseño es como la buena cocina: consiste en mezclar los ingredientes con habilidad y técnica.







## a. Limpieza y orden

**Aprovecha los blancos** para dirigir la atención y mejorar la legibilidad del texto.

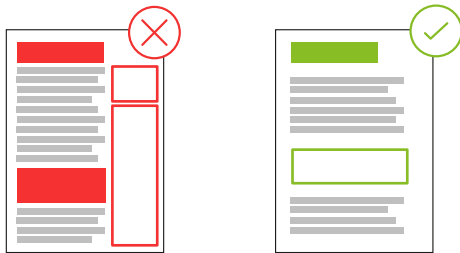
**Mide el peso** de cada elemento para establecer una clara jerarquía.

**Usa números o viñetas** para indicar instrucciones sencillas (paso a paso).

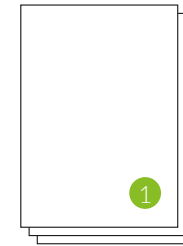
**Evita subrayar** frases: en contra de lo que se cree, dificulta la lectura.



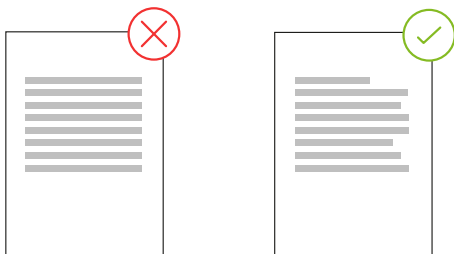
## b. Composición



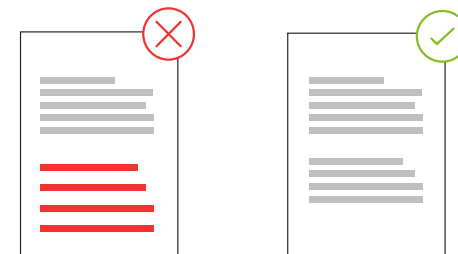
**Evita abigarrar el documento** y respeta los espacios en blanco: facilitan la lectura.



Repara en el **número de páginas que va a tener tu documento**. Si son varias, debes prestar atención a los márgenes, tener claro dónde ubicarás la información más relevante e incluir numeración al final de cada página.



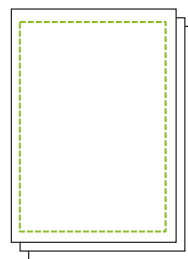
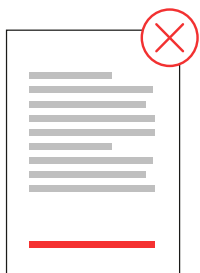
**No justifiques el texto**. Generalmente un texto impreso no precisa que lo justifiques, es todavía menos conveniente cuando tiene menos de 50 caracteres por línea. Alinea el texto a la izquierda.



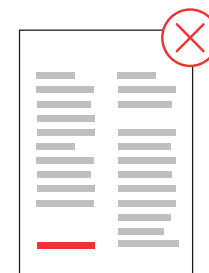
El **interlineado sencillo** es perfecto para una lectura cómoda. Procura que sea uniforme a lo largo de todo el documento.



6. Diseña



Línea viuda



Línea huérfana

**Cierra todas las páginas en la última línea del párrafo.** No dejes una o dos líneas “colgadas” al principio o al final de una página.

**Respetar los márgenes.** En maquetación profesional se llama retícula o *Lay Out* a la herramienta que define qué espacio se dedica a los márgenes y cuál al texto. Decide tu propia retícula, sé generoso con los márgenes y unifícalos a lo largo de todo el documento. Recuerda que muchas veces, los documentos se sostienen con las dos manos. Procura que tus líneas no superen los 70 caracteres.

**Viudas y huérfanas.** Una viuda es la última línea de un párrafo que cae al principio de la siguiente columna. En cambio, una huérfana es tanto la última palabra de un párrafo ubicada en una línea al final de dicho párrafo, como la primera línea de un párrafo que queda al final de una columna, y continúa en la consiguiente. Evítalas, hacen que la fluidez de lectura se interrumpa, originan problemas de lectura y de retención informativa.

## c. Tipografía

Respetar las indicaciones del *Manual de identidad corporativa del Ayuntamiento de Madrid*. Las tipografías corporativas son **Lato y Gill Sans**. Intenta utilizar la primera en textos extensos, y la segunda para titulares, encabezados o ladillos. Si no las tienes instaladas en tu ordenador, puedes utilizar la tipografía Verdana.

El **uso del color** puede enriquecer un documento, pero requiere un cuidado especial. Respetar los colores corporativos e intentar que la gama cromática sea coherente y armoniosa. Ten en cuenta que muchos de los documentos que se trabajan en pantalla serán impresos en blanco y negro.

**Garantiza la legibilidad.** Un tamaño menor a 9 puntos dificulta mucho la lectura.

**No utilices más de dos tamaños diferentes** en un mismo documento. Recuerda que cuentas con otro tipo de recursos para destacar la información (negritas, listas, iconos...).

# 7

## Integra audio y vídeo

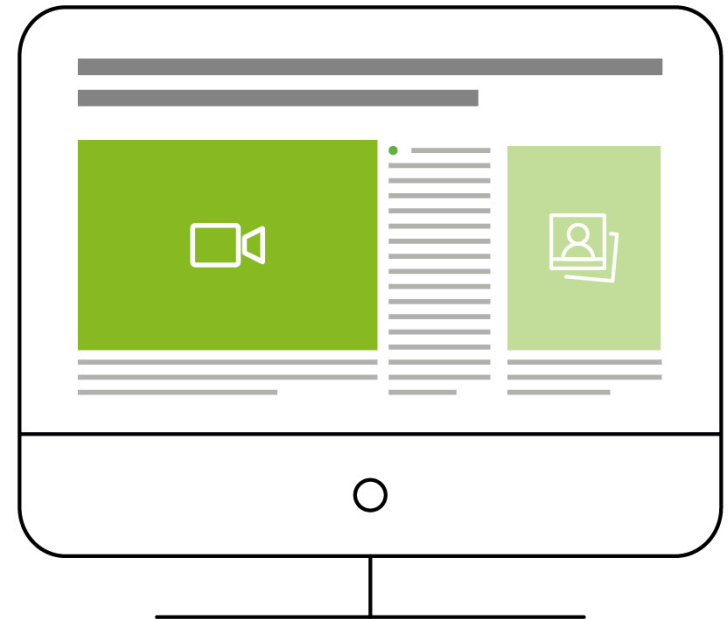
Cuando preparemos nuestro documento para pantallas y entornos multimedia, podemos utilizar sonido y movimiento para mejorar la comprensión.

---

Hay que tener en cuenta que **el vídeo y el audio** son archivos pesados que pueden ralentizar la carga de las páginas, por lo que hay que manejarlos con cuidado.

---

En algunos casos, un vídeo puede sustituir a textos largos y relatos extensos. Muchas veces la narrativa audiovisual de este formato es ideal para explicar algunos temas con claridad, lo que puede hacer que el resto de elementos sobren.





## Crea contenidos accesibles y no estereotipados

Todas las personas deberían acceder en **igualdad de condiciones a los contenidos que generes**. La accesibilidad permite que la ciudadanía consiga información independientemente de las posibles discapacidades (físicas, intelectuales o técnicas) que presente o de aquellas que se deriven del contexto de uso (tecnológicas o ambientales).

---

Sigue las **recomendaciones de Comunicación Clara**.  
Escribe de forma sencilla y apóyate en el lenguaje visual para salvar los problemas de aprendizaje.

---

Coloca **subtítulos en los vídeos**, para personas con dificultades auditivas.

---

Permite que las lectoras y los lectores puedan elegir el **tamaño del texto** que les convenga.

---

Incluye la posibilidad de **escuchar el contenido** de la página utilizando herramientas de sintetización de voz.

---

Proporciona un **texto alternativo** a las imágenes para que las personas invidentes o con problemas de visión puedan utilizar lectores especiales.

---

Utiliza **alternativas al teclado y al ratón** para ayudar en la navegación a quien tenga problemas de movilidad.



### Recuerda

Cumple las indicaciones sobre accesibilidad web del Ayuntamiento de Madrid.

# 8

## Piensa en la interactividad

Los ordenadores, móviles y tabletas permiten que quienes leen interactúen en sus páginas, pidan cosas, acepten opciones o salten a otros lugares. Los flujos de uso y lectura son diferentes y hay que tenerlos en cuenta.



## Principios básicos

**En la interacción con un documento digital, el texto siempre importa.** Piensa en los intereses de tu público. Ponte en su lugar, imagina qué es lo que desean y ayúdales a hacerlo.

**La información es lo primero.** La gente tiende a leer el texto “en diagonal” en lugar de hacerlo por completo. Asegúrate de que la información relevante se sitúa en la parte superior.



**Utiliza subrayados solamente en los hipervínculos.** En entornos digitales, la persona que lee espera que el texto subrayado enlace a una página web. Si subrayas palabras que no enlazan a otro lugar crearás confusión.



Puedes consultar el *Diccionario de la Lengua Española* de la RAE o el buscador de recomendaciones de Fundéu.



Puedes consultar el *Diccionario de la Lengua Española* de la RAE o el buscador de recomendaciones de Fundéu.





8. Interactividad

**Coloca los objetivos antes que las acciones.** Si explicas cómo llevar a cabo una tarea, coloca la explicación de cuál es el objetivo o la meta antes que los pasos necesarios para lograrlo.

Si usas **botones**, utiliza verbos de acción. Deja claro para qué sirven y evita añadir más texto.



A continuación se muestran todos los trámites y gestiones relacionados con la ciudadanía. Pulse en el que necesita para obtener todos los detalles.



Información



Ver más información



8. Interactividad

**Menos es más.** Elimina cualquier información que no esté relacionada con el contexto. Entre las diferentes maneras que tienes de contar algo, elige la más corta.

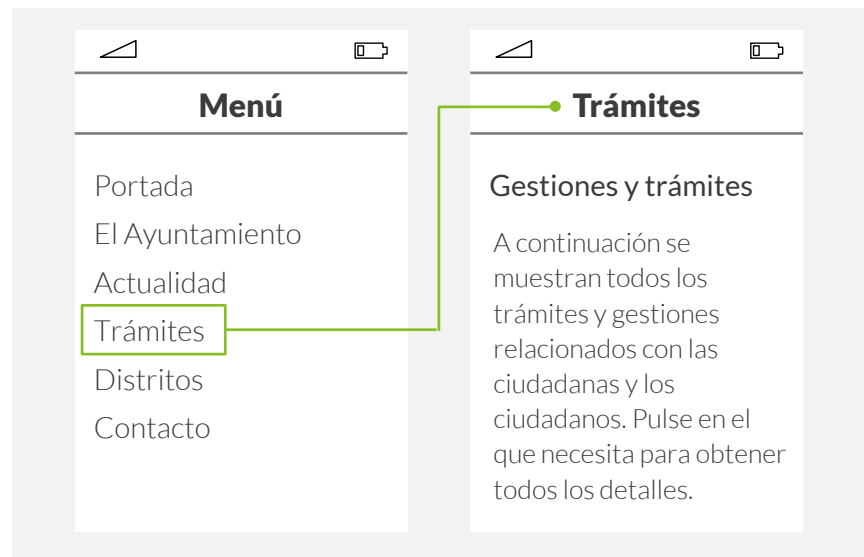
**Si un botón lleva a otra pantalla,** el título de esa pantalla debe coincidir con el del botón.



Es necesario usar una de las formas de identificación electrónica admitidas.



Identifíquese con una de estas opciones.





Deja bien claro **si existe un error**, en qué consiste y cómo puede resolverse. Hazlo con un tono amistoso, evita las exclamaciones e intenta que el error no parezca más grave de lo que realmente es.



### Fallo de autenticación

No se ha podido validar el acceso.



### Contraseña incorrecta

La clave introducida no es válida.  
Si no recuerda la contraseña, puede recuperarla mediante el enlace “He olvidado mi contraseña”.

# 9

## Revisa y prueba

Una vez que tengas el documento preparado para todos los soportes en los que va a ser distribuido revisa los detalles. Comprueba si logra el propósito de ser claro ofreciéndoselo a otra persona para que lo lea o vea. Su punto de vista te ayudará.



## a. Un breve repaso



El texto contiene la **información necesaria** para cumplir su propósito y no contiene detalles innecesarios.



El lenguaje es **claro y sencillo**, y el tono es formal pero cercano.



El escrito está bien **estructurado**, de manera visible y comprensible.



La **longitud** de párrafos, oraciones y palabras es la adecuada.



No contiene demasiados gerundios, voces pasivas, construcciones negativas o incisos.



La **ortografía** y la **puntuación** siguen las normas.



Se respetan las concordancias de **género** y **número** entre los elementos de las frases.



Contiene **lenguaje visual** y **escrito inclusivo**.

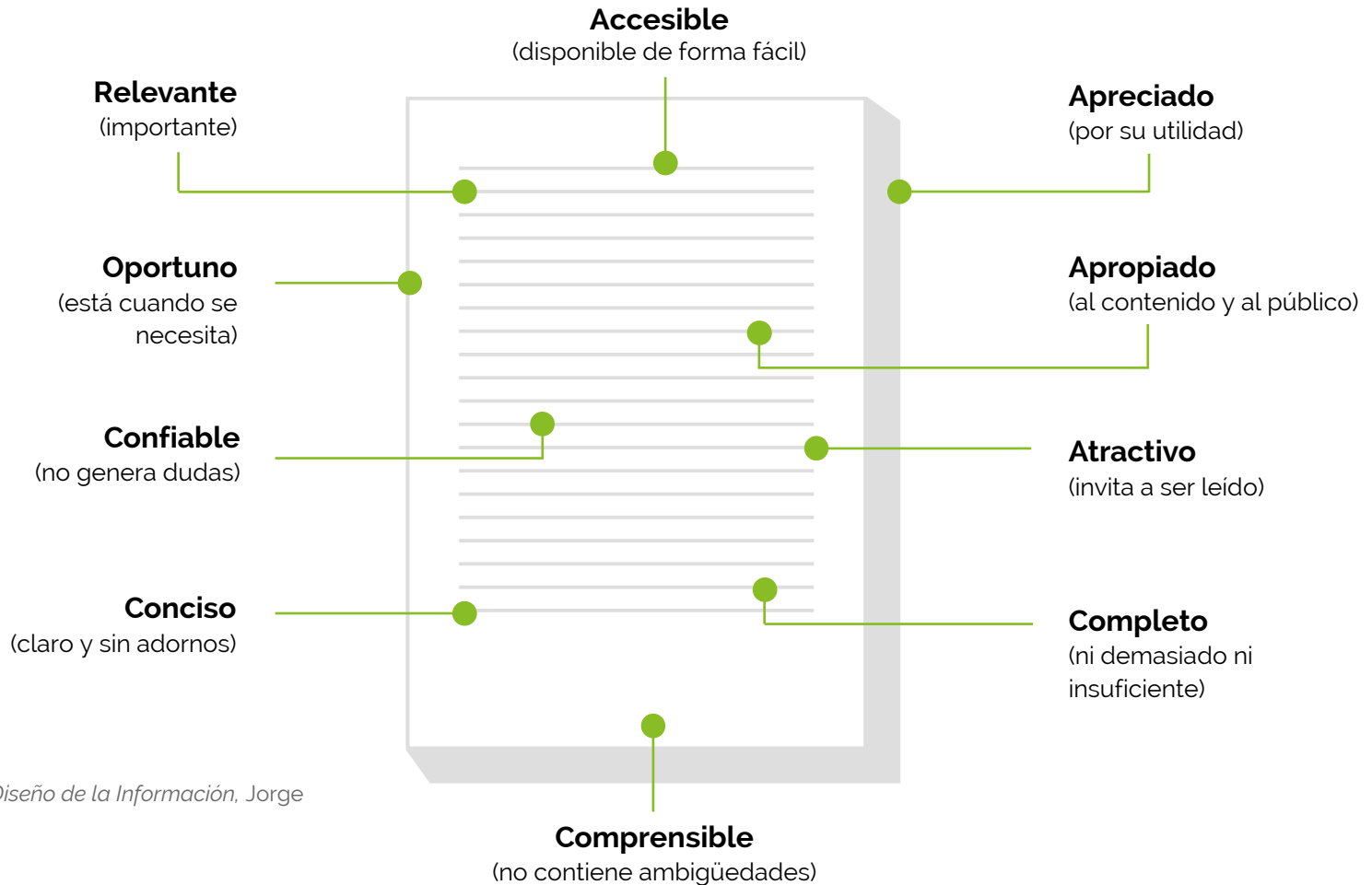
## b. Otras técnicas para la revisión

En los **ámbitos del marketing digital y la analítica web** se usan con frecuencia los test A/B. Consiste en desarrollar dos versiones de un mismo producto y medir cuál funciona mejor.

**Para hacer un test A/B** debes preparar dos versiones de un mismo documento y decidir una métrica con la que evaluar cuál funciona mejor. A continuación, ofrece a un grupo de personas las dos versiones y decide cuál ha tenido una respuesta mejor.

**Otra técnica para evaluar documentos es el shadowing.** Consiste en testar un documento entre un pequeño grupo representativo del público final al que va destinado para evaluar sus reacciones.

## c. El documento perfecto



Fuente: *Diseño de la Información*, Jorge Frascara



# Recursos



## Recursos

### Ayuntamiento de Madrid

- *Manual de identidad corporativa del Ayuntamiento de Madrid.*
- *Guía para el uso inclusivo del lenguaje en el Ayuntamiento de Madrid y sus organismos autónomos.*
- *Manual de lenguaje administrativo en el Ayuntamiento de Madrid.*
- *Accesibilidad.*

### Otras fuentes

- *Real Academia Española.*
- *FundéuBBVA.*
- *Manual de Escritura Académica y Profesional Vol. I. Estrategias gramaticales.* Estrella Montolío (directora). Editorial Ariel, 2013.
- *Manual de Escritura Académica y Profesional Vol. II. Estrategias discursivas.* Estrella Montolío (directora). Editorial Ariel, 2014.
- *Cómo escribir con claridad.* Dirección General de Traducción, Comisión Europea, 2016.
- *NOMBRA en red.* Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.



**Créditos**

## Proyecto Comunicación Clara

### Dirección

**D. Pablo Soto Bravo**

Delegado del Área de Gobierno de Participación Ciudadana, Transparencia y Gobierno Abierto.

**D. Javier Moscoso del Prado Herrera**

Director general de Transparencia y Atención a la Ciudadanía.

### Asesores

**Dra. D<sup>a</sup>. Estrella Montolío Durán**

Universidad de Barcelona

**D. Joaquín Müller Thyssen-Bergareche**

Director general. Fundéu BBVA

**D. Mario Tascón Ruiz**

Socio director. Prodigioso Volcán

### Coordinación y supervisión

**D<sup>a</sup>. María Villanueva Cabrer**

Jefa de Servicio de Calidad. Dirección General de Transparencia y Atención a la Ciudadanía

**D<sup>a</sup>. Blanca Esther López Cambra**

Coordinadora de Proyectos. Dirección General de Transparencia y Atención a la Ciudadanía

## Guía práctica Comunicación Clara

### Dirección

**D<sup>a</sup>. Estrella Montolío Durán**

Universidad de Barcelona

**D. Mario Tascón Ruiz**

Socio director. Prodigioso Volcán

### Autores

**Dr. D. Sebastián Bonilla Álvarez**

**Dra. D<sup>a</sup>. M<sup>a</sup>. Ángeles García Asensio**

**Dr. D. Fernando Polanco Martínez**

**D<sup>a</sup>. Irene Yúfera Gómez**

### Coordinación

**D<sup>a</sup>. Myriam González Gómez**

Coordinadora de Proyectos. Prodigioso Volcán

### Diseño

**D<sup>a</sup>. Clara Montagut Contreras**

Directora de arte. Prodigioso Volcán

**D<sup>a</sup>. Lupe Cruz Ortiz de Landázuri**

Diseñadora. Prodigioso Volcán

**D<sup>a</sup>. María Requena Juan**

Diseñadora. Prodigioso Volcán

### Agradecimientos

**D. Rafael Höhr Zamora**

**D<sup>a</sup>. Payo Pascual**

**D<sup>a</sup>. Laura Sánchez-Ostiz Lange**



## COMUNICACIÓN CLARA

2017



Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Dirección General de Transparencia y Atención a la Ciudadanía

Área de Participación Ciudadana, Transparencia y Gobierno Abierto

Ayuntamiento de Madrid

Diseño y maquetación: Prodigioso Volcán  
[www.prodigiosovolcan.com](http://www.prodigiosovolcan.com)