



GUÍAS INDISPENSABLES DEL MANAGEMENT

Guías HBR

Mejora tu Escritura en el Trabajo

Comunica bien
Atrapa al lector
Refuerza tus argumentos

Bryan A. Garner



Guías HBR

Mejora tu Escritura en el Trabajo

Guías Harvard Business Review

Equípate con los consejos necesarios para tener éxito en tu trabajo de la mano de la publicación más fiable del mundo de los negocios. En las Guías HBR encontrarás una gran cantidad de prácticas y consejos básicos de expertos en la materia que te ofrecen una solución inteligente para enfrentarte a los desafíos laborales más importantes.

Títulos publicados en esta colección:

Guías HBR: Controla el Estrés en el Trabajo

Guías HBR: Presentaciones Persuasivas

Guías HBR: Céntrate en el Trabajo Importante

Guías HBR: Gestión de Proyectos

Guías HBR: Mejora tu Escritura en el Trabajo

Guías HBR: Finanzas Básicas

Guías HBR: Relaciones de Poder en la Oficina

Guías HBR: Inteligencia Emocional

Guías HBR: Mejora tu Productividad

Guías HBR: Liderando Equipos

Guías HBR **Mejora tu Escritura en el Trabajo**

Bryan A. Garner

REVERTÉ MANAGEMENT

Barcelona, México

HARVARD BUSINESS REVIEW PRESS

Boston, Massachusetts

Guías HBR: Mejora tu Escritura en el Trabajo
HBR Guide to Better Business Writing

Original work copyright © 2012 Bryan A. Garner
Published by arrangement with Harvard Business Review Press

© Harvard Business School Publishing Corporation, 2012
All rights reserved.

© Editorial Reverté, S. A., 2017, 2019
Loreto 13-15, Local B. 08029 Barcelona – España
revertemanagement.com

Edición en papel
ISBN: 978-84-945629-5-2

Edición ebook
ISBN: 978-84-291-9397-8 (ePub)
ISBN: 978-84-291-9401-2 (PDF)

Editores: Ariela Rodríguez / Ramón Reverté
Coordinación editorial: Julio Bueno
Traducción: Agnès González Dalmau
Maquetación: Patricia Reverté
Revisión de textos: Mariló Caballer Gil

La reproducción total o parcial de esta obra, por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, queda rigurosamente prohibida, salvo excepción prevista en la ley. Asimismo queda prohibida la distribución de ejemplares mediante alquiler o préstamo público, la comunicación pública y la transformación de cualquier parte de esta publicación sin la previa autorización de los titulares de la propiedad intelectual y de la Editorial.

A J. P. Allen,
mi amigo de toda la vida

Qué aprenderás

¿Te quedas paralizado si tienes que escribir un memorando para el equipo directivo? ¿Tus informes se van por las ramas y generan más preguntas que respuestas? ¿Los correos electrónicos que mandas a tus compañeros se quedan en nada: nadie los responde ni provocan reacción alguna? ¿Tus propuestas no consiguen captar a nuevos clientes?

Si la escritura empresarial no se te da bien, perderás mucho tiempo, dinero e influencia. Y es un problema muy frecuente. Somos muchos los que tenemos dificultades a la hora de encontrar las palabras y el tono adecuados para redactar nuestros documentos, aunque seamos elocuentes hablando. Pero no tiene que ser necesariamente así. Para escribir de forma clara y persuasiva no hace falta la magia ni la suerte. Es una habilidad y, con esta guía, obtendrás la confianza y las herramientas que necesitas para cultivarla.

Aprenderás a:

- Superar el bloqueo del escritor.
- Motivar a tu destinatario para que actúe.
- Organizar tus ideas.

Qué aprenderás

- Expresar tus principales ideas claramente.
- Ir al grano.
- Captar la atención del lector.
- Escribir resúmenes concisos y útiles.
- Eliminar la paja de tus documentos.
- Dar con el tono adecuado.
- Evitar algunos errores gramaticales.

Contenidos

Introducción. Por qué es necesario escribir bien	xiii
Sección 1. Haz llegar tu mensaje con rapidez y claridad	
1. Sé consciente de cuál es tu propósito	3
2. Entiende a tu destinatario	9
3. Divide el proceso de escritura en cuatro fases diferentes	15
4. Antes de ponerte a escribir, anota tus tres ideas principales en frases completas	21
5. Escribe de principio a fin, con rapidez	29
6. Mejora lo que has escrito	33
7. Utiliza gráficos para ilustrar y aclarar conceptos	39
Sección 2. Desarrolla tus habilidades	
8. Sé implacablemente claro	45
9. Aprende a resumir con exactitud	53

Contenidos

10. No malgastes palabras	57
11. Utiliza un lenguaje llano: evita la jerga empresarial	61
12. Relata los hechos cronológicamente	71
13. Utiliza los conectores más adecuados	75
14. Recuerda algunos conceptos gramaticales básicos	81
15. Pide a un compañero que revise tus borradores	87

Sección 3. Evita las excentricidades que desaniman al lector

16. No duermas al lector	93
17. Cuida tu tono	99

Sección 4. Escritos habituales en el mundo empresarial

18. Correos electrónicos	105
19. Cartas de negocios	113
20. Memorandos e informes	127
21. Evaluaciones de desempeño	135

Apéndices

A. Lista de comprobación para las cuatro fases de la escritura	141
B. Doce reglas de puntuación que debes saber imperiosamente	145
C. Algunos extranjerismos que podemos evitar	149
D. Algunas expresiones que podemos evitar	153
E. Reglas para una correcta escritura empresarial	159
<i>Manuales de referencia para escribir bien</i>	163
<i>Índice</i>	165
<i>Agradecimientos</i>	173
<i>Acerca del autor</i>	175

Introducción. Por qué es necesario escribir bien

Tal vez creas que no debes preocuparte demasiado por cómo escribes, que es suficiente si está más o menos bien. Pero esa actitud sale cara: supervisores, compañeros, empleados, clientes, socios y cualquier otra persona con la que te comuniques se forman una opinión de ti a partir de tus escritos. Si ven unos escritos toscos y descuidados, posiblemente creerán que tu manera de pensar también lo es. Y, si no les transmites la importancia de tu mensaje, no les importará. Quizá concluyan que no merece la pena hacer negocios contigo. En efecto, lo que está en juego es mucho.

Algunas personas dicen que no hay para tanto. A lo mejor son muy indulgentes. O quizás piensen que importan las ideas en sí, no cómo se escriben; pero escribir bien es lo que permite que una idea llame la atención; es lo que la hará realidad. Así pues, no te dejes engañar: escribir bien es **muy importante**.

Quienes no redactan bien crean barreras entre ellos y sus lectores. Quienes escriben bien conectan con el lector, tienen una mente abierta y consiguen sus objetivos.

Pocas palabras bastan para causar una gran impresión, sea buena o mala. Veamos cuatro textos breves: dos resultan eficaces, y dos no. Mira si puedes identificarlos:

1. En el clima empresarial que existe en estos momentos, es posible que uno tenga suficiente justificación como para tener la expectativa de que la contratación y retención de nuevos empleados se vea facilitada por los males económicos que sufre el mercado laboral actual. No obstante, una serie de personas del mundo de la empresa y el emprendimiento han descubierto que no es un logro menor el hecho de añadir a su plantilla personas que contribuyan a sus resultados de forma positiva y beneficiosa.
2. Tal vez pienses que en este mercado laboral es fácil contratar a empleados productivos. Pero a muchos emprendedores aún les cuesta encontrar a personas cualificadas.
3. La idea de compensar con miles de dólares a una celebridad que de modo habitual se sirve de las redes sociales para que promueva una empresa tuiteando acerca de ésta puede parecerle a uno poco ortodoxa, por decir lo menos. Pero el número de compañías que están destinando y empleando

fondos a acciones de este tipo año tras año como método de promoción va muy en aumento.

4. Pagar a una persona famosa miles de dólares para promover tu empresa en tuits de 140 caracteres puede parecer descabellado, pero cada vez lo hacen más empresas.

¿Ves la diferencia? Por supuesto que sí. Los ejemplos uno y tres son ampulosos y redundantes. Su sintaxis es enrevesada y, en ocasiones, descarrila. Los ejemplos dos y cuatro son fáciles de entender, breves y directos. No le hacen perder el tiempo al lector.

Como ves, sabes reconocer una redacción empresarial que consigue su propósito. Te aseguro que tú también puedes aprender a escribir así. ¿Eres de los que piensan que escribir es una lata? Muchas personas lo creen. Pero existen métodos de eficacia comprobada para reducir la preocupación y el esfuerzo que ello implica. En el presente libro describimos estos métodos y ponemos numerosos ejemplos con un «antes» y un «después» para ilustrar su aplicación (adaptados de documentos reales, pero disfrazados).

Escribir bien no es una capacidad innata. Es una habilidad que se cultiva, como tantas otras. Cualquier persona con una capacidad atlética normal puede aprender lanzar la flecha en la diana o a darle a una pelota de golf. Cualquier persona con una inteligencia y una capacidad de coordinación normales puede aprender a tocar un instrumento musical razonablemente bien. Y, si has llegado hasta aquí, puedes aprender a escribir bien —probablemente muy bien— con la ayuda de unas cuantas directrices.

Considérate un escritor profesional

Si trabajas en el mundo empresarial y escribes para conseguir resultados —correos electrónicos, propuestas, informes, etc.—, eres un escritor profesional. A grandes rasgos, perteneces al mismo club que los periodistas, los publicistas y los autores de libros: tu éxito dependerá en gran medida de lo que escribas y del efecto que cause en el lector. Por eso, los escritos que redactes deben estar tan pulidos como sea posible.

Es probable que conozcas el siguiente ejemplo. Existen varias versiones de esta historia, en diferentes ciudades y con distintos giros al final:

Un hombre ciego está sentado en un parque, tiene una lata delante y lleva un cartel colgado en el cuello donde dice: «SOY CIEGO». Por delante de él pasa un escritor de anuncios y ve que en la lata no hay más que un dólar. Le pregunta:

—Perdone, señor, ¿puedo cambiarle el cartel?

—Pero este es mi cartel. Mi hermana lo escribió tal como yo le pedí.

—Por supuesto. Pero creo que puedo ayudarle.

Déjeme escribir en el dorso del cartel y así lo puede comprobar.

El hombre ciego acepta a regañadientes. En menos de dos horas, la lata está llena de monedas y billetes. Cuando un transeúnte le tira otra moneda, el hombre ciego le pregunta:

—Espere un momento, por favor: ¿qué dice en el cartel?

—*Solo son seis palabras —le responde el transeínte—:
«Es primavera. Y yo soy ciego».*

La forma de decir las cosas importa.

Lee con atención para adquirir un buen estilo

Para expresarte de forma clara y persuasiva, tendrás que desarrollar varias cualidades:

- Capacidad de concentrarte en el motivo por el que escribes y en las necesidades de tu destinatario.
- Preferencia por las palabras más sencillas para expresar una idea con precisión.
- Apreciar el lenguaje natural.
- Rechazar la jerga empresarial.
- Utilizar las palabras correctas en los lugares correctos.
- Utilizar el tono adecuado.

¿Cómo adquirir esas facultades? Empieza por fijarte en si están presentes o no en todo lo que leas. Lee poco a poco para aprender del trabajo de los profesionales. Leer no tiene que ser un esfuerzo y no hace falta que lo conviertas en una tarea obligatoria al final de un largo día. Aprovecha minutos perdidos, en el café de la mañana o entre reuniones, y lee atentamente. Busca escritos de buena calidad y que te gusten. Puede ser un periódico o una revista sobre economía, incluso un buen diario deportivo, también tienen artículos fantásticos.

Si es posible, lee al menos un artículo en voz alta cada día, como si fueras un presentador de noticias (sí, literal-

mente en voz alta). Lee con emoción. Presta atención a la puntuación, el estilo, la presentación de las ideas y los párrafos. Ejercitando este hábito aprenderás a valorar esas cualidades que deseas adquirir. Y una vez que hayas perfeccionado tus conocimientos, bastará con ponerlos en práctica.

Reconoce el premio

Una carta o un correo electrónico ambiguos precisarán una «comunicación correctiva» que aclare el malentendido, con la consiguiente pérdida de recursos y de buenas relaciones. Un memorando mal expresado o poco razonado puede dar lugar a una mala decisión. Un informe mal organizado puede ocultar información importante y provocar que el lector pase por alto hechos esenciales. Si una propuesta resulta tediosa y poco atractiva, el lector la dejará de lado y la olvidará. Si un discurso para convencer a un cliente importante está mal escrito, hará perder el tiempo a las personas de mayor rango, que tendrán que reescribirlo en el último momento para hacerlo más aceptable; por culpa de las prisas, las posibilidades de éxito se habrán reducido.

Sin duda, es mucho el tiempo perdido... y un lastre para los beneficios de la empresa. Pero puedes ahorrarte problemas de este tipo si escribes de forma clara y concisa. No es ningún arte secreto, misterioso o remoto: es una herramienta indispensable para hacer negocios. Aprende a utilizarla y conseguirás los resultados que persigues.

Nota preliminar: se utilizan asteriscos para marcar ejemplos con errores gramaticales, ortográficos o de expresiones incorrectas.