

Hoja de Trucos: Módulo 2

Conceptos Esenciales

Escribir para el Lector

La clave para una comunicación efectiva es considerar quién es tu audiencia y cuál será su reacción a tu mensaje. Al dirigirte a tu audiencia principal, debes considerar si tu comunicación fluye hacia arriba o hacia abajo para que puedas ajustar el nivel de formalidad en tu escritura. Tu mensaje debe ser adaptado para contener solo la información necesaria según si el mensaje será recibido de manera positiva, neutral o negativa.

Elección de Palabras y Tono

En general, la escritura empresarial debe evitar clichés, jerga, lenguaje coloquial, eufemismos y lenguaje ambiguo para evitar confundir al lector. También es importante usar intencionalmente un lenguaje que evite sesgos para ser lo más inclusivo posible.

Mejorar la concisión y la claridad, usar una estructura paralela e indicar eficazmente el énfasis son cruciales en la escritura empresarial para asegurar que los mensajes se entiendan rápida y correctamente. La concisión elimina palabras innecesarias, haciendo los mensajes directos. La claridad ayuda a prevenir malentendidos al usar un lenguaje simple y ejemplos concretos. La estructura paralela mejora la legibilidad al mantener formas gramaticales consistentes, haciendo que la información compleja sea más fácil de digerir. Enfatizar puntos clave guía el enfoque del lector hacia la información crítica, apoyando una toma de decisiones eficiente.

El Proceso de Escritura

El proceso de tres pasos de planificar, escribir y revisar ayuda a asegurar que la escritura empresarial sea clara, con propósito y efectiva. La planificación permite al escritor definir el propósito del mensaje, entender a la audiencia y organizar los pensamientos de manera

coherente. El paso de escribir traduce estos planes en un formato estructurado, enfocándose en la claridad, la concisión y la adecuación del tono. Finalmente, la revisión es crucial para refinar el mensaje, corregir errores y mejorar la legibilidad, lo que asegura que la comunicación logre su efecto deseado.

Glosario

voz activa

oración escrita en la forma de "A hace B"

amortiguador

una declaración de apertura neutral o positiva utilizada para suavizar el impacto antes de dar malas noticias o un mensaje sensible, ayudando a preparar emocional y mentalmente al destinatario para lo que sigue

cliché

una expresión o frase sobreutilizada que se ha usado tanto que se ha vuelto poco original y común

oración compleja

consiste en al menos una cláusula dependiente seguida de al menos una cláusula independiente

oración compuesta-compleja

combina al menos dos cláusulas independientes y una o más cláusulas dependientes, unidas por conjunciones para expresar múltiples ideas relacionadas

oración compuesta

consiste en dos o más cláusulas independientes unidas por una coma y una conjunción

lenguaje ambiguo

una forma más deliberada de eufemismo que disfraza el significado de las palabras para que la idea que representan parezca menos desagradable

comunicación descendente

el flujo de información desde los niveles superiores de la jerarquía de una organización hacia los niveles inferiores

eufemismos

palabras o frases utilizadas para hablar sobre temas desagradables o tabú de una manera que se percibe como menos ofensiva o más agradable

buena voluntad

la relación positiva y el respeto mutuo cultivados entre dos partes, caracterizados por gestos, mensajes o acciones

comunicación horizontal

el intercambio de información, ideas y retroalimentación entre individuos o departamentos al mismo nivel de la jerarquía de una organización

jerga

terminología especializada utilizada por una profesión, grupo o actividad en particular y que a menudo es difícil de entender para los forasteros

mensajes negativos

mensajes donde se espera que la audiencia reaccione de manera negativa; también llamados mensajes de malas noticias

construcción paralela

una técnica en la escritura que implica usar la misma estructura gramatical para elementos similares dentro de una oración o entre oraciones para asegurar claridad y equilibrio; también llamado paralelismo

voz pasiva

oración escrita en la forma de "B es hecho por A"

mensajes persuasivos

comunicaciones diseñadas para influir en las actitudes, creencias o acciones de otros

mensajes positivos

mensajes donde se espera que la audiencia reaccione de manera neutral a positiva

fuentes sans serif

fuentes que carecen de los adornos de las fuentes con serif, presentando líneas más simples

fuerie serif

caracterizada por pequeñas líneas o características decorativas llamadas "serifas" al final de los trazos dentro de las letras

oración simple

consiste en una sola cláusula independiente

argot

palabras y frases informales, a menudo novedosas, utilizadas dentro de un grupo social, cultura o contexto específico

línea de asunto

un encabezado breve y descriptivo de un correo electrónico o mensaje que resume su contenido o propósito, guiando al destinatario sobre su relevancia y urgencia

comunicación ascendente

el flujo de información desde los niveles inferiores hacia los niveles superiores dentro de la jerarquía de una organización

punto de vista del "tú"

enmarcar mensajes desde la perspectiva de los intereses y necesidades de la audiencia, enfatizando los beneficios y consideraciones relevantes para ellos, en lugar de centrarse en la perspectiva del remitente