

# EMPLOYER BRANDING HOY



## 10 CONSEJOS PARA ESCRIBIR PIEZAS DE COMUNICACIÓN INTERNA

Muchas veces, cuando llega el momento de comenzar a producir los contenidos de las piezas de comunicación interna resulta difícil saber por dónde empezar. Cómo organizar la información, cómo expresarla de la mejor forma posible y hasta cómo presentarla son algunos de los escollos típicos que tenemos que sortear cuando emprendemos la tarea.

Aquí les presentamos una guía breve con 10 puntos a tener en cuenta para escribir mensajes que sean efectivos y que resulten de interés para el lector.

### 1- ¿A quién le hablamos?

Lo más importante no es lucirse como redactor sino pensar en el lector que recibirá el mensaje. La tarea es comunicar efectivamente y esto significa ser breve, conciso y simple. Significa también que uno conoce el público al que le está hablando y que está escribiendo pensando en él. Una buena idea es hacer una lista de puntos a comunicar para organizar el texto.

### 2- Breve es mejor

Los textos concisos ayudan a lograr una mejor comprensión. Por eso, intente que no superen las 250-300 palabras. Líneas y líneas de texto ininterrumpido resultan aburridas. Trate que las oraciones tengan entre 25 y 30 palabras y utilice distintos párrafos para cambiar de tema o de enfoque. Los párrafos deben contener tres o cuatro oraciones, no más. Solo deje los enunciados más largos para explicaciones detalladas o técnicas. Las citas textuales también deben ser breves.

### 3- De puntos, comas y otros signos

Siga las reglas gramaticales sin parecer academicista. Preste atención a la puntuación, la acentuación y la sintaxis. Una fórmula que nunca falla: escribir oraciones que presenten sujeto y predicado. Muchas veces, frases que son gramaticalmente correctas resultan confusas porque son complejas en su estructura.

Tampoco utilice términos en otros idiomas a menos que esté bien seguro de que la totalidad de sus lectores será capaz de comprenderlos.

### 4- Con estilo periodístico

Introducir el estilo periodístico en las comunicaciones internas puede ser una buena idea para hacer que los textos sean más atractivos. Títulos, subtítulos, viñetas y epígrafes en las fotos ayudarán a animar la página. Incluso, si sus recursos gráficos se lo permiten, puede utilizar infografías para presentar datos duros o de difícil interpretación como balances o análisis económicos. Haga que la lectura signifique el menor esfuerzo posible para que el interés por el contenido siga intacto.

## **5- ¡Que sea legible!**

Escriba palabras y expresiones que sus lectores entiendan: lo que puede ser muy claro para determinados grupos puede ser confuso o no significar nada para otros. La información será extensamente leída y debe ser clara para todas las audiencias. Las oraciones muy floridas resultan confusas y el vuelo literario puede tornarse un problema a la hora de la recepción del mensaje. Es importante centrarse en lo informativo.

## **6- Sea preciso**

Sea muy cuidadoso con nombres, funciones y con el vocabulario técnico que no le resulte familiar. Si menciona números, fechas u otros datos asegúrese de que haberlos validado con quien corresponda.

## **7- ¡Adiós a los clichés!**

Trate de no usar frases hechas para que los mensajes no parezcan impersonales. Sea innovador con los contenidos para crear una diferencia.

## **8- Sea informal, pero no tanto**

Si bien el tono de la comunicación puede ser coloquial, tenga en cuenta que no es correcto utilizar términos que pertenecen al lenguaje oral en piezas escritas. Pese a que el lenguaje actual se ha flexibilizado, ser demasiado informal puede ser un riesgo. Por más descontracturado que sea el contrato de lectura propuesto con su audiencia, nunca debe olvidar las comunicaciones internas son de carácter corporativo.

## **9- Corrija sus textos**

La mejor forma de estar seguro de que los textos cumplen con los requisitos mencionados es tomarse unos minutos para corregirlos. Incluso, puede recurrir a alguien de su equipo que no haya colaborado en la redacción para tener una mirada más aguda e imparcial.

## **10- Apueste al diseño**

En estos tiempos de hiperestimulación sensorial, las comunicaciones internas que aparezcan como textos planos en un e-mail o una pieza impresa están condenadas a la no lectura, es decir, a la papelera de reciclaje. Introducir elementos básicos de diseño gráfico o audiovisual puede aportar dinamismo a la comunicación y ayudar a lograr una mayor recepción por parte de nuestros lectores.