

GUÍA RÁPIDA

# ESCRIBE COMO PROFESIONAL EN 10 SIMPLES PASOS



## CONTENTS

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Siempre pasa.....</b>   | <b>3</b>  |
| <b>Paso 1: Pensá en el lector y en lo que le interesa.....</b>                     | <b>4</b>  |
| <b>Paso 2: Conversá con tu lector .....</b>  | <b>5</b>  |
| <b>Paso 3: Escribí un título que enganche.....</b>                                 | <b>7</b>  |
| <b>Paso 4: Reorganizá la coherencia de tus ideas.....</b>                          | <b>9</b>  |
| <b>Paso 5: Agregá ejemplos y metáforas.....</b>                                    | <b>10</b> |
| <b>Paso 6: Agregá subtítulos que enganchen .....</b>                               | <b>11</b> |
| <b>Paso 7: Quitá todo lo innecesario.....</b>                                      | <b>12</b> |
| <b>Paso 8: Cambiá tus palabras para dar poder y personalidad a tu mensaje.....</b> | <b>13</b> |
| <b>Paso 9: Acomodá tu texto para que sea fácil leerlo en pantalla .....</b>        | <b>15</b> |
| <b>Paso 10: Leé tu texto en voz alta y modificá lo que no suene natural .....</b>  | <b>17</b> |
| <b>Control Rápido de Pasos.....</b>  | <b>18</b> |

## SIEMPRE PASA...

Terminaste de escribir algo que te pareció bueno. Estás contenta. Dejás la revisión final para el otro día, al fin y al cabo venís con tiempo de sobra. Pero cuando te sentás a revisar, tu "obra de arte" te parece una porquería. No sólo no suena como vos, sino que es todo tan blahhh que hasta te da vergüenza que lo lean. Demasiadas palabras, lógica desordenada, aburrido.

Bueno, no es tan malo como parece, pero definitivamente no es tan bueno. No podés dejar tu obra verde. **A tu texto le falta edición.**

Acá te doy una lista de pasos para que sigas. Con esto le agregás brillo y color a cualquier texto. *\*Esa mirada de desconfianza la vas a cambiar por una de ojos abiertos y boca que quedó abierta apenas sigas estos pasos\**

## PASO 1: PENSÁ EN EL LECTOR Y EN LO QUE LE INTERESA

Un texto no es una cosa que se necesita, sino que se elige. En un negocio tradicional, el cliente **necesita** un cuaderno y entre las opciones que tiene, elije el más barato o el más lindo. En Internet, el lector-cliente NO necesita leer tu texto. Así que si no le llama la atención lo que escribiste, se da cuenta en el título y no sigue leyendo.

Es un bosque espeso en el que todas las hojas se parecen. La sobreabundancia de información, medios online, redes sociales y contenido que tenemos al alcance. Nadie tiene la paciencia ni el tiempo de leer algo que no le llama la atención o le despierta curiosidad. Y como somos seres egoístas y hedonistas, sólo nos llama la atención algo que responda la siguiente pregunta:

### ¿QUÉ HAY PARA MÍ SI LEO ESTO?

Entonces, no empieces pensando en lo que querés decir. Empezá pensando en qué quiere escuchar tu público. Y si tu mensaje no le resulta muy interesante a tu lector, tallalo de tal forma para que lo sea. Pero ¿cómo sabés qué le parece interesante a tu público? Bueno, **a todos nos parece interesante lo que deseamos, queremos alcanzar, tememos o nos frustra.**

### EJEMPLO:

Si tenés que escribir un posteo en tu perfil en redes de tu confitería, poner "*Mmmm está rico para tomarse un café*" realmente no despierta un interés en tu lector, aunque te siga o sea tu fan. Pero si colocás *descuentos* (beneficio que todos queremos), un *evento* (temés perderte de algo importante), una *promoción* sólo para abogados (deseamos ser exclusivos), seguramente va a llamar la atención de tu público. Seguramente van a leer tu posteo.

No pienses en vos, en tus intereses o en tus productos. Pensá en tu cliente, en sus deseos, sus frustraciones o sus miedos. Y en **cómo hacer para mostrar un beneficio derivado de tu producto o servicio**, que lo ayude a cumplir sus deseos o metas, o le alivie sus frustraciones o miedos.

## PASO 2: CONVERSÁ CON TU LECTOR

Esto significa que tu texto parezca un diálogo. Que le suene a tu lector que estás con él, en persona, hablándole. Que escuche tu respiración y huela tu camisa recién planchada. Evitá ser el robot que escribe en los manuales (*Colocar el interruptor en posición ON*), los diarios (*Las ventas se han visto afectadas por un descenso del 20%*), las invitaciones (*Fulano y Mengana participan a usted de nuestro enlace*), las cartas (*Me dirijo a usted con el fin de*), las promociones (*15% de descuento con la presentación de este cupón*), y demás extravíos.

Para que tu texto enganche, conmueva y conecte, tenés que enganchar a tu lector. ¿Cómo? **Que tus palabras escritas suenen a una conversación.** Para eso hay dos trucos claves, entre muchos:

### TRUCO 1) QUE HABLES DE TU, DE VOS, O SI ES NECESARIO DE USTED, A TU LECTOR

Si estás escribiendo un afiche, en vez de poner "Los esperamos de 10 a 22hs", poné "Te esperamos de 10 a 22hs". Ahora ya está involucrado. No le hablan a todos (y a nadie), le hablan a él o a ella.

El lenguaje permite insertarnos en situaciones casi reales, saborear un chocolate deritiéndose en la boca, escuchar las hojas secas quebrarse bajo tus pies, oler café recién molido, derretirte ante la carita de un bebé regordete sonriendo. Si le hablás a tus lectores de tú, o de vos, vas a crear una situación íntima y personal. Vas a estar en un café con tu lector charlando como amigos. En cambio si escribís "a todos ustedes", o en tercera persona "a el que lee", incluí al que está leyendo en una bolsa con todos los otros. Y nadie quiere ser uno más del montón. Uno quiere ser especial, y conversar con quien te hace sentir especial.

Si estás en una fiesta, y un hombre se cruza toda la pista hasta donde estás con tus amigas, y dice con su mejor sonrisa: "*¿Alguna de ustedes quiere bailar conmigo?*", ¿cuántas creés que saltan diciendo "yo"? En cambio, si el mismo muchacho te dice a vos, mirándote a los ojos "*¿Querés bailar conmigo?*", las probabilidades de engancharte aumentan.

## TRUCO 2) AGREGÁ PREGUNTAS A TU TEXTO

¿Se te ocurre algo que involucre más a alguien que una pregunta? En este momento en tu cabeza saltó un "no". Estamos charlando vos y yo, en tu cabeza. Esto mismo tenés que lograr con tus lectores.

Si a *"Te esperamos de 10 a 22 hs."* lo cambiás por un *"Te esperamos de 10 a 22 hs. ¿Te lo vas a perder?"* resuena más. Obliga a una respuesta.

Las preguntas funcionan en cualquier tipo de texto, página web, posteos en redes, emails, artículos explicativos o notas en medios tradicionales. ¿Te animás a intentarlo?



## PASO 3: ESCRIBÍ UN TÍTULO QUE ENGANCHE

El título es la parte más valiosa de tu texto. Muchos dicen que es lo único que importa. Porque si tu título no atrae, nadie lee el resto del texto, por muy brillante que sea.

Su única función es hacer que el lector lea la primer oración del primer párrafo. Y la función de esa primer oración, es que el lector quiera leer la segunda. Este concepto es de Joe Sugarman, uno de los más importantes *copywriters* de la historia. Su idea era hacer caer al lector por un tobogán resbaladizo. *\*Auch!\**

Para lograr esto, el título es el primer soldado en la línea de ataque. Y puede cumplir su deber de dos formas:

### 1) MOSTRANDO UN BENEFICIO.

¿Qué hay para mí en todo esto? Ya sea alcanzar algo bueno, deseable, una meta, o evitar algo malo, un miedo, una frustración.

*Ej.: Cinco señales de alarma de que tu estrés está por arriba de los límites saludables y cómo manejarlo.*

### 2) GENERANDO CURIOSIDAD.

Está grabado en nuestro ADN. Queremos saber, completar historias, entender, no quedarnos afuera. Por eso el *storytelling* o las historias se utilizan tanto últimamente. Queremos enterarnos qué pasa al final.

*Ej.: "Cuando conozcas nuestras promociones para el día de la madre, vas a querer embarazarte y aprovecharlas".*

Lo importante cuando uses curiosidad como anzuelo, es que de verdad tu texto cumpla diciendo algo interesante, sorprendente y que produzca satisfacción el saberlo.

*Ej.: "7 pasos para encontrar una cita antes de la fiesta de fin de año de tu oficina"*

Cuando hay información interesante para tu lector, va a querer leer, enterarse, y no quedarse con la intriga de qué era. Tenés que mostrarla desde el título.

Existen algunas fórmulas infalibles para escribir los títulos, probadas a lo largo de muchos años. Acá te cuento sólo dos. Adapta las a tus necesidades y rubro, y luego cómo te va:

Fórmula 1)

**Cómo [ x ] a pesar de / aunque / aún si [ obstáculo común ]**

Ej: *Cómo lograr bajar de peso, aún si sos adicta a la comida rápida*

*Cómo llegar a fin de mes, aunque no entiendas nada de finanzas*

*Cómo hacer merengue italiano, en sólo 5 minutos*

Fórmula 2)

**[ x cantidad ] de formas / pasos / consejos / secretos para [ objetivo / proceso / evento ]**

Ej: *7 formas de mejorar tu texto hasta hacerlo irresistible*

*10 pasos para fabricar una mesa plegable en casa*

*9 consejos para tener una noche de bodas inolvidable*



## PASO 4: REORGANIZÁ LA COHERENCIA DE TUS IDEAS

Una idea debe llevar a la otra y la otra a la otra. El razonamiento debe fluir suave y sin saltos. Llévalo a tu lector de la mano de un lugar que conoce hacia uno nuevo, hasta que le resulte familiar y puedas llevarlo más allá.

Para esto reorganizá las partes de tu texto hasta que quede lo más fácil posible de entender.

Evitá caer en lo que se conoce como "la maldición del conocimiento": como vos sabés de lo que estás hablando, decís algo de tal forma que sólo quien sabe o está pensando lo mismo que vos lo entendería. Y muchas veces no es el caso.

*Ej. SMS: "Me lo contó el chismoso de siempre".*

*Respuesta: "¿Cuál de todos?"*

El que recibió tu mensaje no tiene en la cabeza la persona que vos sí tenés en la cabeza en este momento.

No supongas que tu lector entiende los saltos en tu razonamiento. Tenés que ir un paso a la vez, como si él recién empezara a caminar. Prestá atención a conectores que te ayuden a ir de A a B de forma fluida y coherente: "entonces", "como consecuencia", "producto de", "sin embargo", "por el contrario", "y", "o", etc.

Leé de nuevo tu texto desde los zapatos del lector, buscando si hay partes que no entendería.

Este paso lo podés hacer cuando estás pensando el esquema general de los contenidos de tu texto, antes de escribir. A mí me sirven las listas o viñetas con conceptos resumidos. Y si un punto contiene varios subtemas, le agrego una lista con una sangría que deje claro la subordinación de ideas. También podés reordenar los párrafos luego de haber escrito la primer versión de tu texto.

Si un texto brillante empieza con ideas brillantes, tus ideas deben estar ordenaditas como la vía láctea.

## PASO 5: AGREGÁ EJEMPLOS Y METÁFORAS

Todos **los ejemplos** hacen más claro tu texto. Hacen lo abstracto, concreto. Te ayudan a llevar a tu lector desde lo conocido a lo desconocido de forma sencilla. Pintan una imagen que se entiende claramente.

**Las metáforas** le dan vida a tu texto. Agregan emoción, humor y personalidad.

*"El día que me quieras desde el azul del cielo,  
las estrellas celosas, nos mirarán pasar...."*

Esta es una metáfora poética que muestra la profundidad del sentimiento. Pero no hace falta ganarle a los naipes a Gardel para que se te ocurra una metáfora buena. *\*Muy linda mi metáfora anterior\**.

Las metáforas dicen que una cosa es como otra, sin utilizar la palabra "como". Los símiles sí utilizan el "cómo". Y las analogías hacen comparaciones en distintos niveles.

*Ejemplos:*

*Entre la espada y la pared.*

*Son como buitres.*

*Sos un burro.*

*Tengo mariposas en el estómago.*

*Un clavo saca a otro clavo.*

Usá algún hobby o actividad que conozcas bien para ilustrar otra cosa con la que se pueda comparar. Si te gusta el fútbol y estás escribiendo sobre cómo empezar un negocio, podés decir que *"hay que elegir los mejores jugadores posibles para ganar el campeonato"* en alusión a reclutar gente capacitada. Si te gusta cocinar, podés comparar el armar un negocio con planear un banquete para amigos. Los gustos de cada uno con el estudio de mercado. Dónde vas a hacer la cena con la ubicación de tu negocio. Qué vas a servir con tu propuesta de valor.

Las metáforas no son para poetas, son para gente generosa que quiere mostrar de forma fácil y clara lo que sabe. Son las alas que llevarán tu contenido hacia lo alto.

## PASO 6: AGREGÁ SUBTÍTULOS QUE ENGANCHEN

Agregá subtítulos para dividir temáticamente tu texto. El subtítulo es como un lomo de burro en el camino, hace que el ojo se detenga y tu lector preste atención.

Tratá al subtítulo como a un título, que muestre el beneficio de seguir leyendo. Conseguir algo bueno o evitar algo malo.

Jugá agregando curiosidad y sorpresa. Son herramientas poderosas para que el escaneador decida leer y engancharlo subtítulo a subtítulo. No hablo de esa curiosidad que de tan misteriosa, no se entiende. Ej: "*Nunca te hubieras imaginado esto...*". Sino curiosidad y sorpresa relevante al tema y específica. Ej.: "*Porqué mandar pocos CV, aumenta tu chance de conseguir un trabajo*" ó "*Cómo hacerte un peinado de fiesta en 5 minutos*". Despiertan la curiosidad por lo inesperado, pero queda claro de lo que van a hablar.

Esta es una guía que estás leyendo, tiene subtítulos con indicaciones claras y precisas. No utilizo beneficios o semillas de curiosidad. Priorizo el ser clara. Esto ocurre en emails o en textos de venta también. Pero cuando escribas un artículo o un texto para la web, aprovecharé cada subtítulo para seguir enganchando a tu lector. Usá las técnicas del Paso 3.

Dos tips cortitos. Que el tamaño de la tipografía del subtítulo sea claramente más grande que el cuerpo del texto. Y si es posible, de otro color.

## PASO 7: QUITÁ TODO LO INNECESARIO

Una vez escrito tu texto, sé completamente sanguinario con tus palabras. La que no cumple una función, se va.

Sobre todo dale caza a adverbios y adjetivos. Stephen King dice que el infierno está pavimentado de adverbios. Los adverbios son esas palabras que modifican verbos, adjetivos u otro adverbio. Los peores usualmente terminan con "-mente". Los adverbios quitan mucha fuerza a lo que decís y agregan palabras innecesarias. *\*Las palabras tachadas quitaban fuerza a éstos párrafos.\**

Lo que agrega carne succulenta a tu texto son los verbos y sustantivos. Los adjetivos dan color y personalidad, pero no abuses. Si al quitarlo no cambia nada, tachalo. *\*Ejemplo de adjetivo que no cambia el concepto\**

Evitá la redundancia, de palabras y de ideas. Decí las cosas una vez, nadie tiene tiempo para que digas de otra forma lo mismo. Si repetís lo mismo la gente se aburre, aunque lo digas de forma distinta. La misma idea varias veces hace un texto redundante y aburrido. *\*¿Ves lo que hice? ¡No te vayas! Era sólo para ejemplificar... prometo no ser tan densa en el futuro.\**

Anne Lamott, dice en su libro "Bird by Bird", que el primer párrafo que uno escribe no dice nada. Que si se lo borra completamente, el texto no sólo no pierde información sino que empieza con algo más interesante.

## PASO 8: CAMBIÁ TUS PALABRAS PARA DAR PODER Y PERSONALIDAD A TU MENSAJE

En este paso todo se pone mucho más interesante.

Ya tenés en mente tu lector, ya lo enganachaste con una promesa en el título, ordenaste tus ideas, escribiste una primera versión y cortaste todo lo que sobra. Tenés un texto bien ajustadito que dice lo que querés decir sin firuletes de más.

Ahora agregale vitaminas. Buscá cambiar las palabras comunes o debiluchas por palabras poderosas. ¿Pero qué son palabras poderosas?

**Las palabras poderosas** pueden ser de dos clases:

- **Emotivas:** transmiten una emoción, un sentimiento.  
Disgusto, miedo, alegría, tristeza, angustia, confianza, rabia. Y toda palabra que se relacione o despierte algún tipo de emoción.
- **Sensitivas:** se relacionan con alguno de los cinco sentidos. ¿Cómo luce? ¿Cómo suena? ¿Cómo se siente? ¿Qué olor tiene? ¿Que gusto? Son concretas. Brilloso, gigantesco, áspero, crujiente, podrido, delicioso, agudo. Y toda palabra que se relacione o despierte algún sentido sensorial.

**Cambiá una palabra común por una poderosa**, así le das más vida a tu texto, más fuerza. Pintás una imagen en la mente de tu lector. Somos bichos visuales, lo abstracto siempre nos costó. Si hablás a un público masivo, tenelo por seguro que lo visual y lo emotivo le va a llamar la atención, lo van a entender fácilmente y les va a quedar dando vueltas en la cabeza con lo que dijiste. El diccionario de sinónimos es tu nuevo mejor amigo oásis en el desierto *"quité un cliché y puse una imagen vívida"*. Seleccioná una o dos palabras de cada párrafo y fijate si podés encontrar otra más poderosa que la reemplace.

**Usá verbos y sustantivos de acción.** En vez de "Nuestra empresa *provee* soluciones empresariales a medida", escribí "Nuestra empresa *potencia* resultados con soluciones a medida". En vez de "estamos *trabajando* contra reloj", podés decir "estamos en una *carrera* contra el tiempo". Elegir una u otra es la diferencia entre un texto sedado, o un texto excitado.

**Eliminá la voz pasiva.** Es una forma de esconderse. Le quita fuerza a lo que sea que digas. No la uses. Es como darle un calmante a tu texto. No es lo mismo decir "*Tu importe te será devuelto completamente*", que decir "*Te vamos a devolver completamente lo que pagaste*".

### **Cambia los clichés por metáforas creativas.**

Los clichés se reciben de clichés sin que nos demos cuenta. Un cliché es una frase o una palabra que se utiliza en una situación determinada, y de tanto usarla de ese modo, ha perdido su significado.

Decir "*Tiene más años que Matusalén*" es un cliché viejo. En su momento habrá llamado la atención y habrá sido gracioso, pero ya no. Pero, si decís "*Tiene más años que tu bombacha de la suerte*", no sólo de verdad transmite el significado con todo su peso, sino que sorprende a tu lector porque no espera esa comparación. Le llama la atención y lo recuerda con más facilidad.

Pero los clichés no sólo pueden ser frases viejas, sino palabras muy utilizadas. Decir que un producto es "*de primera línea*", ya no significa mucho. Todos lo dicen. Se ha convertido en un cliché. Lo podés cambiar por un "*producto VIP*", o un "*producto que juega en el A*", o de "*mayor calidad en el mercado*".

**Agregá detalles concretos** para generar el humor y la relación que te gustaría tener con tu lector. Podrías decir en un mail "*Apenas terminemos el proyecto, festejamos*", o podrías agregar detalles que muestren tu personalidad, movílicen y generen un clima determinado, como "*Apenas terminemos el proyecto, descorchamos un champán que tengo guardado desde mi casamiento para abrirlo en una situación especial. No se enojará mi mujer, ¿o sí?*"

No es lo mismo decir "Dejamos tu auto impecable en una hora", que "Dejamos tu auto brillante, recién bañado y perfumado, en menos de una hora".

Cada palabra cuenta una historia en sí misma. Genera un clima. Conjura sensaciones e imágenes determinadas. La elección de palabras presenta tu personalidad y la de tu marca.

## PASO 9: ACOMODÁ TU TEXTO PARA QUE SEA FÁCIL LEERLO EN PANTALLA

Esto es ya poner perfume y repasar labial.

Leer en una pantalla es más difícil que en papel. La mayoría escanea, ojea, pero no lee palabra por palabra. Hay que lograr que el escaneador lea nuestro texto, así que hay que ponérsela fácil. Para eso hay que lograr que tu texto tenga mucho espacio en blanco. Así:

- Intercalá párrafos de una oración. Como el primer párrafo de este punto.

Y mejor aún si el primer párrafo es una oración inacabada. Ej: "No lo vas a poder creer...", "¿Te pasó alguna vez?", "Ya lo sé... ya lo sé...", "Así fue que perdí mi trabajo...".

- Los párrafos normales, que no tengan más de 6 líneas.

- Oraciones de no más de 14 palabras. Si se puede, divídí con punto y seguido donde hay una coma.

*Ejemplo:*

*Lo ideal es variar el largo de las oraciones. Eso le da dinamismo al texto. Agregales oraciones ultra cortas al medio. Funciona. Y luego volvés a oraciones más largas, pero no mucho.*

vs.

*Lo ideal es variar el largo de las oraciones, esto le da dinamismo al texto, agregando oraciones ultra cortas al medio y luego volviendo a oraciones más largas. \*Zzzzzzz\**

- Usá viñetas o listas cuando puedas comprimir distintos conceptos que se relacionen. Con un mínimo de tres ideas ya podés armar una lista.

Todo lo anterior agrega espacio en blanco que es indispensable para leer cómodamente en una pantalla brillante.

Luego podés usar **negritas**, *itálicas* o MAYÚSCULAS para enfatizar, ejemplificar o comentar. Podés ponerte creativo *\*como yo que utilicé dos asteriscos e itálicas para hacer comentarios informales como una campeona\**. El lenguaje está más vivo que nunca en esta época de supercomunicación. Usálo creativamente para lograr transmitir tu mensaje y tu personalidad. No te digo "ke no rsptes reglaz", de hecho leer cosas así me sube la fiebre. Te digo que coquettees y hagas ojitos con las palabras, pero recordando siempre que el lenguaje español es un hombre casado con Doña RAE. Y gracias a ella podemos seguir entendiéndonos aunque vivamos en lados opuestos del mundo y festejemos los Años Nuevos con doce horas de diferencia. ¿No es hermoso entendernos?

#### Tips:

Los motores de búsqueda como Google, toman a las negritas automáticamente como **conceptos claves**. Si estás escribiendo para la web, está bueno usarlas para resaltar lo central de tu mensaje. Así cuando alguien hace una búsqueda en relación a tu tema, aparezca tu página en los resultados.

El subrayado indica un link a otra página. No lo uses para resaltar algo como cuando estaba de moda el papel, porque vas a tener a tu lector haciendo clic sobre la frase como mono amaestrado. Feo, feo.

Las MAYÚSCULAS INDICAN GRITO, o un énfasis bastante fuerte. Usalas mezquinamente, sino tu texto se va a transformar en un recital de rock.



## PASO 10: LEÉ TU TEXTO EN VOZ ALTA Y MODIFICÁ LO QUE NO SUENE NATURAL

No escapes este paso. Te ayuda a sonar natural y a conectarte. Leé en voz alta y cambiá todo lo que no le dirías cara a cara a un amigo. Cambiá todo lo que sea necesario hasta que suene natural.

Escribir es un acto de conexión. Y nunca ha sido fácil, ni escribir ni conectarse. Es un trabajo.

Desde hace siglos que se enseña a escribir enroscado y oscuro para mostrar profesionalidad, conocimiento o porque sí.

Pero si querés escribir para convencer, seducir o brillar, para resaltar entre tanta gente, tenés que vencer viejos hábitos. Poner el trabajo y las horas que hagan falta. Editar, editar, editar. Y jugarte a poner tu personalidad por escrito.

## CONTROL RÁPIDO DE PASOS

**Paso 1:** Pensá en el lector y en lo que le interesa.

**Paso 2:** Conversá con tu lector.

**Paso 3:** Escribí un título que enganche.

**Paso 4:** Reorganizá la coherencia de tus ideas.

**Paso 5:** Agregá ejemplos y metáforas.

**Paso 6:** Agregá subtítulos que enganchen.

**Paso 7:** Quitá todo lo innecesario.

**Paso 8:** Cambiá tus palabras para dar poder y personalidad a tu mensaje.

**Paso 9:** Acomodá tu texto para que sea fácil leerlo en pantalla.

**Paso 10:** Leé en voz alta y modificá todo lo que no suene natural.