



Jornades de Foment de la
Investigació

**LA CONCISIÓN
EN LA CREACIÓN
DE INFORMES:
UN CASO
PRÁCTICO**

Autor

Miguel F. Ruiz

RESUMEN

Si bien la enseñanza del lenguaje escrito se apoya en diferentes características estilísticas como son brevedad, claridad, concisión y no-ambigüedad, más lo es cuando se trata de un documento empresarial escrito de carácter formal. A través de un estudio realizado con alumnos adultos de inglés empresarial, dirigido hacia la creación de informes empresariales basándose en la información oral recibida, analizamos en qué medida 2 grupos de alumnos de diferentes niveles reflejan cierto tipo de expresiones innecesarias para el contenido del texto, y de qué forma el nivel y la cantidad de información influyen en los resultados finales.

INTRODUCCIÓN

Algunas de las principales características del estilo de los informes empresariales son claridad, concisión y precisión, tal y como propugnan diversos teóricos (Delisau 1986; Doherty, Knapp y Swift 1987; Bowman y Branchaw, 1988; Mort, 1992; van Emden y Eastel, 1993; Graham y Graham, 1994; Lesikar y Pettit, 1995; Bowden, 1997). Este documento está adquiriendo cierta relevancia como herramienta dentro del aula como parte del aprendizaje de la lengua inglesa, y en especial del lenguaje escrito en un contexto específico (Yin y Wong, 1990; Holden, 1993; Ellis y Jonson, 1994; Okoye, 1994; Harvey, 1995; St. John, 1996; Ruiz Garrido, 1997; Palmer, en prensa). En esta comunicación nos centraremos en la concisión aplicada a la escritura de informes.

Cualquier informe modelo no debe incluir aquella información que no repercuta favorablemente en el sentido del texto y en la expresión de sus ideas. Un informe¹ debe ser conciso, sin aceptar ningún tipo de ambigüedad o aspectos similares que pueden entorpecer la lectura y desviar la atención del lector. En este sentido, diversos autores aconsejan cuidar las palabras que pueden empobrecer el estilo y alejar al lector del proceso comunicativo, fin del cualquier texto escrito (Cooper, 1964; Delisau, 1986; Himstreet y Baty, 1990; Mort, 1992; Graham y Graham, 1994; Rogoff y Ballenger, 1994; Lesikar y Petit, 1995; Lehman, Himstreet y Baty, 1996).

La concisión se puede definir como “eliminating unnecessary words that interfere with clear communication” (Baugh, 1995: 83), y “is characterized by lack of trite expressions, redundancies, or unnecessary words” (Kuiper y Kohur, 1999: 12). Así pues, podemos apreciar que la concisión es considerada como algo esencial en el estilo y redacción de los informes empresariales. De igual forma, hemos de incidir en que no se ha de confundir concisión con brevedad. La mayoría de autores arriba nombrados apoyan la idea de que un texto breve puede omitir y obviar información importante, pero que la mejor fórmula de no caer en la falta de concisión es tratando de ser lo más breve posible (Bowden, 1997: 74)).

METODOLOGÍA

Este estudio se basa en un experimento comparativo consistente en la escritura de un informe empresarial en inglés, partiendo de una información oral recibida por los alumnos (una presentación) y llevado a cabo por dos grupos de estudiantes adultos inmersos en un curso de Formación Continua, de nivel intermedio (G-B) y nivel inicial (G-A) cada uno. Dicha actividad se dividió en 3 partes que se desarrollaron de forma separada a lo largo del curso. Antes de la escritura de cada parte, a los alumnos se les entregaba instrucciones escritas para mejorar su proceso de escritura. En el primer conjunto de instrucciones, uno de los puntos indicaba evitar información innecesaria (o irrelevante),

y en el segundo se hacía referencia explícita a no repetir ideas y conceptos ya indicados. Cada parte incluía la anterior siendo la tercera parte la final, la más completa y la más larga en longitud. Las instrucciones, por su parte, no se repetían sino que se completaban, por lo que los 3 conjuntos de instrucciones conformaban un solo juego de ellas.

El objetivo final del experimento era observar cómo las diferencias de nivel influían en la ejecución de la actividad escrita, aunque los resultados generales demostraron que en ciertos aspectos (y siendo que ambos grupos reciben una serie de instrucciones comunes) no resulta ser tan influyente.

EXPRESIONES ANALIZADAS

Partiendo de las características de concisión nombradas anteriormente, hemos creído oportuno averiguar cuántos *ejemplos*, *repeticiones* o aspectos de *información irrelevante* han sido utilizados por los sujetos de nuestro estudio. Todos los elementos fueron analizados y consensuados previamente por un conjunto de expertos.

En primer lugar nos encontramos con el uso de *ejemplos*. Muchas veces la ejemplificación puede ser necesaria. Sin embargo, aquellos ejemplos que aquí señalaremos son innecesarios, no solamente por su escaso valor dentro del sentido global del texto, sino también porque su repetida presencia puede resultar molesta para el lector en su intento de obtener un conocimiento global del informe.

Por otra parte, el tema de las *repeticiones* nos parece también merecedor de análisis, ya que ese aspecto denotará la capacidad de atención y comprensión de los sujetos, no cayendo en aquellas dificultades que el discurso oral, propio de la presentación de un producto, lleva implícitas. Si bien la repetición como elemento de transición para unir ideas es conveniente en ciertas ocasiones, tratándose en nuestro caso de enseñar a escribir en inglés, hemos de ser más estrictos con aquellas repeticiones que no sean necesarias para la comprensión del texto.

Por último, definiremos *información irrelevante* como todo aquello que no aporte ningún tipo de información útil para darle sentido al discurso. Dentro de este punto sólo haremos referencia a aquel discurso escrito realizado por los sujetos y que no ha sido considerado relevante por el grupo de expertos que analizaron los textos utilizados para llevar a cabo este estudio.

Todo este tipo de expresiones innecesarias para la mejor comprensión del informe no son esencialmente invención de los sujetos que escriben el informe, ni han de ser siempre tomados como errores. El simple hecho de ser una presentación influye en la forma en que los datos son obtenidos. Una presentación es una forma de discurso oral en la que se debe describir o informar acerca de un hecho o situación y que, como tal, tiene unas características que se pueden traducir en ejemplificaciones, repeticiones de ideas, y clarificaciones acerca de aspectos secundarios. Los sujetos deberían, al final del experimento, tener mayor conocimiento de la falta de relevancia de este tipo de información, y ser conscientes de su uso o su exclusión en la producción escrita.

RESULTADOS

Para un mejor seguimiento y comprensión de los siguientes subapartados, seguiremos pautas similares en los tres. Primero haremos una breve relación de los *ejemplos*, *repeticiones* e *información*

irrelevant utilizadas por los sujetos, pasando posteriormente a resumir los resultados, mostrándolos gráficamente. Por último, justificaremos los mismos.

a) Ejemplos

Según Palmer (1997) la utilización de ejemplos en textos que impliquen resumen puede ser debido a dos motivos concretos; o bien los estudiantes están intentando clarificar un punto que no consideran haber explicado suficientemente bien, o bien están intentando aumentar artificialmente las dimensiones originales del texto. Sirvan como muestra los siguientes ejemplos que hemos extraído de algunos de los informes analizados, y que se han repetido en diversas ocasiones:

[acerca de la habitación] *is presented in three finishing colours: stripped ash, walnut and cherry wood* (Prueba 1)

For example, there are modules for the TV set with or without wheels and modules for CDs (Prueba 2)

[acerca de las mesitas de noche y las cómodas] *There are four types: a) with plane door, drawer with handle; b) plane door, drawer with knob; c) glass door; d) stripped door* (Prueba 3)

Como Palmer (1997: 226) comenta en ese mismo trabajo, la negatividad de los ejemplos no ha de ser tomada como algo intrínseco en la misma tarea. De hecho, “students should be clearly told to use examples when it is strictly necessary.” En nuestra opinión, no obstante, el hecho de crear informes basados en una información previamente explicada en una presentación impedirá que el volumen de ejemplificación sea elevado, como bien muestra la tabla 1:

Tabla 1. Número de ejemplos utilizados por grupo e informe

	Prueba 1	Prueba 2	Prueba 3
G-A	3.87	5.25	2.87
G-B	2	1.83	1.3

Como se puede observar en la tabla anterior, el uso de ejemplificaciones es siempre superior en el G-A. El G-B realiza un progreso descendente muy ligero, pero de una perfecta homogeneidad. Mientras tanto, el G-A, sufre un aumento importante entre su primera producción escrita y su segundo texto. Posteriormente, se produce un descenso vertiginoso en el tercer borrador y versión definitiva



del texto, alcanzando así el uso más bajo de ejemplificaciones entre las tres pruebas realizadas. Estos mismos datos pueden ser fácilmente corroborados en la figura 1.

Ambos grupos demuestran que cuanto mayor es la información en la que deben basarse para escribir su informe, menor número de ejemplos deben utilizar, intentando facilitar, en la medida de lo posible, el ritmo de lectura de dicho texto por parte de un lector potencial.

b) Repeticiones

Por lo que respecta a los casos en los que se puede ver información repetida dentro de un informe, debemos recordar que el concepto de concisión textual elimina la posibilidad de admisión de este hecho como algo recomendable. Hemos elegido algunas de las repeticiones que se han realizado en este experimento como ejemplos, ya que se han dado pocas coincidencias entre los sujetos:

[acerca del armario] *It can be adapted to the place available, that is to say: it can be adapted to a corner or ...* (Prueba 1)

It was mainly caused by the recession experimented by the industry. It was mainly caused by the recession experimented by the building sector (Prueba 3)

[tras explicar el punto referente al Marketing] *In two words: distribution and going abroad are the main objectives for Tonmobile* (Prueba 3)

Siguiendo lo aportado por los diversos autores que promulgan la idea de concisión, deberíamos observar entre nuestros sujetos escasas situaciones de repeticiones de información. Los datos que aparecen en la tabla 2 recalcan dicha suposición, a pesar del elevado número que puede observarse en el G-A durante la segunda prueba.

Tabla 2. Número de repeticiones por grupo e informe

	Prueba 1	Prueba 2	Prueba 3
G-A	0.87	3.5	1.12
G-B	0.3	1.08	1.3

En la primera prueba, la distancia que separa a ambos grupos no es demasiado grande, inferior incluso al medio punto. Sin embargo, esta diferencia en el uso de repeticiones de ideas o fragmentos del texto escrito alcanza una diferencia realmente importante en la realización del segundo borrador (2,42). En ambas pruebas, los componentes del G-B han incidido en el menor número de repeticiones. Los datos también muestran un sorprendente aumento en ambos grupos.

Sin embargo, y de forma similar a como ocurre en el anterior aspecto analizado, el G-A desciende incluso de forma más profunda de la que había ascendido, alcanzando en el tercer y definitivo texto un nivel ligeramente más bajo (0,17) que el que se puede observar en el G-B. Este último grupo, pese a ascender a medida que ha ido aumentando el número de palabras utilizadas, ha mantenido una línea ascendente y homogénea. Estos mismos datos pueden ser comprobados gráficamente en la figura 2.



c) Información irrelevante

Si escribir un informe consiste en extraer los aspectos más importantes de una información previamente recibida, y si la aparición de información irrelevante al tema en cuestión es negativa, parece evidente que debemos esperar que los sujetos de nuestro estudio se ciñan a la utilización de aquellos aspectos que consideren imprescindibles para una total comprensión del texto original. Sin embargo, hemos podido encontrar un buen número de referencias a aspectos puntuales que pueden ser fácilmente considerados como redundantes para la comprensión global del informe. A continuación se pueden observar algunos ejemplos:

It is an original composition designed by Carmen Ginés (Prueba 1)

The crisis of 1973 made a lot of people lose their jobs, even qualified workers, and without demand, decreased the purchasing power, and consequently the sales, causing that a lot of enterprises fell down (Prueba 2)

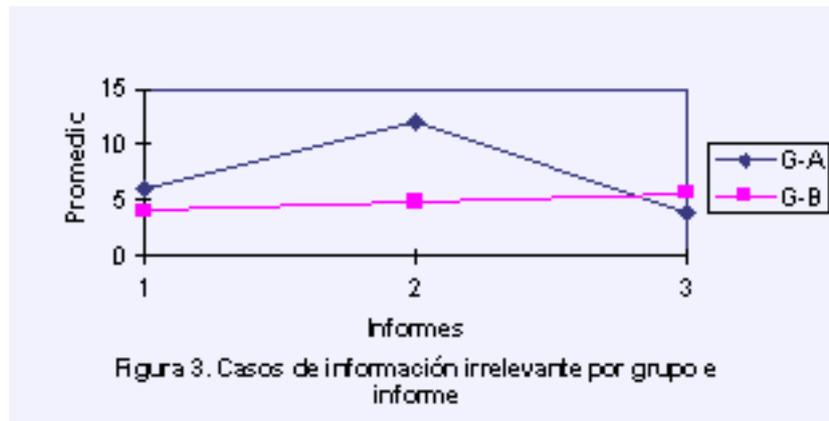
The Neo-classical style was produced through a handicraft manufacturing process in the Valencian area (Prueba 3)

La siguiente tabla muestra claramente el importante volumen de información irrelevante que ha podido ser observado analizando los textos entregados en cada grupo:

Tabla 3. Número de información irrelevante por grupo e informe

	Prueba 1	Prueba 2	Prueba 3
G-A	6	12	3.87
G-B	4	4.83	5.6

Dentro de este apartado el progreso de ambos grupos tiene una gran semejanza al apartado anterior. La corta diferencia entre los dos grupos en el primer borrador (2 puntos) crece de forma relevante en el segundo borrador (7,2 puntos), y siempre frente a un menor uso de este tipo de información por parte del G-B. Sin embargo, en el tercer y definitivo texto se produce de nuevo el pronunciado descenso del G-A, que alcanza 1,72 puntos menos que el G-B. La figura 3 muestra esta separación entre ambos grupos:



Podemos afirmar que estos resultados son similares a los de otros aspectos estudiados partiendo de este mismo experimento² y, por lo tanto, dan coherencia a los resultados obtenidos en este análisis. Cuanto menos escriben los sujetos, menos oportunidades tienen de incluir información no útil para el sentido del texto.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A lo largo de los resultados obtenidos en este punto, hemos podido observar que cuanto mayor es la información que nuestros sujetos deben redactar, menor es el número de ejemplificaciones que ambos grupos utilizan. También el tema de la longitud de los informes afecta al número de repeticiones empleadas, así como a la información irrelevante que cada uno de los grupos refleja en sus informes.

Como se puede apreciar en estos datos, los 3 aspectos analizados están en consonancia con conclusiones obtenidas en anteriores estudios (como ya hemos comentado). El grupo que en su última versión del informe ha sido capaz de resumir más, también ha incidido en repetir menos ideas y utilizar información no relevante en menor cuantía, al expresar menos aspectos imprescindibles para la comprensión general del texto original. Por contra, a medida que la cantidad de información que ha de ser redactada ha ido aumentando, el G-B, que posee un mejor nivel general en inglés, ha tenido menos dificultades a la hora de identificar las ideas más importantes del texto, y proporcionalmente, ha incidido menos en los aspectos prescindibles para la comprensión del informe final. Así mismo, hemos de destacar la línea más coherente seguida por el G-B en frente a los vaivenes más destacados del G-A, que puede reflejar esa diferencia de nivel.

Finalmente, deberíamos quizá profundizar en algunos puntos que clarifiquen los resultados aquí obtenidos:

- reflexionar sobre la falta de concisión, a veces abusiva, en ciertos documentos escritos de carácter formal
- analizar la mayor o menor repercusión directa de las instrucciones facilitadas a los alumnos en cada una de las fases de la actividad
- estudiar la posibilidad de eliminar diferencias de nivel enseñando de manera detallada la concisión textual.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baugh, L.S. (1995). *How to Write First-Class Memos*. Lincolnwood, Chicago: NTC Publishing Group.
- Bowden, J. (1998). *Writing a Report: a step-by-step guide to effective report writing*. Oxford: How to Books Ltd. 4th edition.
- Bowman, J.P. y Branchaw, B.P. (1988). *Business Report Writing*. Fort Worth: The Dryden Press.
- Comfort, J., Revell, R. y Scott, C. (1984). *Business Reports in English*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cooper, B. M. (1964). *Writing Technical Reports*. London: Penguin.
- Delisau, S (1986). *Las comunicaciones escritas en la empresa*. Barcelona: De Vecchi.
- Doherty, M., Knapp, L. y Swift, S. (1987). *Write for Business*. Harlow: Longman.
- Ellis, M. y Johnson, C. (1994). *Teaching Business English*. Oxford: O.U.P.
- van Emden, J. y Easteal, J. (1993). *Report Writing*. Cheltenham: Stanley Thornes.
- Graham, J.H. y Graham, D.O. (1994). *The Writing System Workbook*. Fairfax: Preview Press.
- Harvey, A. (1995). "Interaction in Public Reports". *English for Specific Purposes*, 14 (3): 189-200.
- Himstreet, W.C. y Baty, W.M. (1990). *Guía práctica para la Redacción de cartas e informes en la empresa*. Bilbao: Deusto.
- Holden, B (1993). "Analysing corporate language training needs – a three way approach." *Language and Intercultural Training*, 14, 1.
- Kuiper, S. y Kohut, G.F. (1999). *Contemporary Business Report Writing*. St. Paul, Minnesota: South-Western College Publishing. (2nd edition).
- Lehman, C.M., Himstreet, W.C. y Baty, W.M. (1996). *Business Communications*. Cincinnati: South-Western College.
- Lesikar, R.V. y Pettit, J.D. (1995). *Report Writing for Business*. Chicago: Irwin.
- Mort, S. (1992). *Professional Report Writing*. Aldershot: Gower.
- Okoye, I. (1994). "Teaching Technical Communication in Large Classes". *English for Specific Purposes*, 13 (3): 223-237.
- Palmer, J.C. (1997). *The Use of Summarization Strategies in the Development of the Linguistic Competence of Business English Students*. Castelló: Universitat Jaume I.
- Palmer, J.C. (en prensa). "Reporting Strategies in the Business English Classroom." Comunicación presentada en las 1as Jornadas de Estudios Ingleses de Almería.
- Rogoff, L. y Ballenger, G. (1994). *Office guide to business letters, memos and reports*. New York: Macmillan.
- Ruiz Garrido, M.F. (1997). *La Creación de Informes como Herramienta para el Aprendizaje de un Segundo Idioma*. Trabajo de Investigación no publicado. Castellón: Universitat Jaume I.
- Ruiz Garrido, M.F. (1998). "Business Reports based on Oral Presentations: the Use of Linguistic Macrostructures." *I Jornades Catalanes sobre Llengües per a Finalitats Específiques*. Canet de Mar: Universitat de Barcelona.

- St. John, M. J. (1996). “Business is booming: Business English in the 1990s”. *English for Specific Purposes*, 15 (1): 3-18
- Yin, K.M. y Wong, I. (1990). “A course in business communication for accountants.” *English for Specific Purposes*, 9: 253-264.

ANOTACIONES

¹ Entendemos por informe un conjunto de datos o hechos transmitidos de forma escrita, objetiva y ordenada, a una persona o grupo de personas, a partir de la información previamente recibida por el autor del mismo (Ruiz Garrido, 1997: 5-6).

² Ya se podía observar que cuando más larga era la presentación, mayor capacidad de síntesis demostraban los alumnos. Y además, cuanto mejor nivel, mejor y mayor uso de las ideas principales se plasmaban en sus informes (Ruiz Garrido, 1997)