

El control de calidad de los textos es un proceso cuyo propósito es facilitar la tarea de la lectura.



¿Dónde puedo encontrar un profesional de la corrección?

La Unión de correctores es una asociación profesional formada por correctores de estilo, correctores de pruebas y asesores lingüísticos.

Para contactar envíe un mensaje a: **administracion@uniondecorrectores.org** o utilice los números de teléfono que aparecen en **www.uniondecorrectores.org**

UniCo
Unión de correctores

www.uniondecorrectores.org

UniCo
Unión de correctores

¿Se da alguna de estas situaciones en su empresa?

«Después de tanto modificar los modelos de contratos ya no sabemos si están bien.»

«¿Por qué los clientes entienden al revés la promoción que ofrecemos en el folleto?»

«¿No habrá otra manera de decir 'ranking' que no sea en inglés?»

«Hemos redactado nosotros los textos, aunque nos gustaría que los revisara un profesional»

Si ha contestado Sí en algún caso, su empresa necesita un control de calidad de los textos.

¿En qué consiste el control de calidad de los textos?

En asegurar que el texto que va a leer su cliente es correcto en cuanto a gramática y estilo, y de fácil comprensión.

¿Qué se consigue?

Entre otras cosas, que la calidad de su producto vaya expresada con un **lenguaje también de calidad.**

Ahorro en tiempo y dinero porque una revisión lingüística previa puede evitar el retirar una campaña o repetir una tirada.

Además, se obtiene:

Claridad en los comunicados.
Adecuación del mensaje a sus clientes, socios, empleados...
Homogeneidad de los textos.
Eliminación de errores.

Todo lo cual redundará en una mejora de la imagen de su empresa.

¿Quién se encarga de este control?

El asesor lingüístico, o corrector, es el profesional encargado de velar por la calidad final del lenguaje para facilitar a los lectores el acceso al contenido y la clara interpretación del mensaje.

¿Qué puede hacer un asesor lingüístico por los textos de mi empresa?

El asesor lingüístico trata de eliminar cualquier posible interferencia entre lo que se quiere decir y lo que su cliente recibe, para ello se asegurará:

- de adecuar la ortografía a la norma académica o a un manual de estilo determinado
- de mantener la homogeneidad de la expresión y de la maquetación
- de adaptar el estilo tanto al emisor (su empresa) como al tipo de público al que se dirige el texto
- de comprobar que lo que tiene que ir con mayúsculas siempre vaya con mayúsculas, o con cursiva, comillas...

En definitiva, velará por que el destinatario entienda sin dificultad el mensaje que su empresa quiere transmitir.

¿Qué tipo de textos se pueden mejorar?

Entre otros:

- folletos publicitarios
- memorias anuales
- catálogos
- cartas (invitaciones, reclamaciones, ofertas, promociones especiales)
- proyectos para concursos, subvenciones
- modelos de facturas, recibos, presupuestos, contratos, antes de encargar un nuevo lote a la imprenta
- los contenidos de la página electrónica

¿Cuánto me puede costar?

Revisar los textos de este folleto habría costado unos 50 euros.