



El Esp. Daniyel Kim, reparador estructural de aeronaves de la 12.^a Brigada de Aviación de Combate, 7.^o Comando de Entrenamiento del Ejército, escribe un ensayo durante el Concurso del Mejor Guerrero de Europa y África del Ejército de EUA en el Área de Entrenamiento Garrison Bavaria Hohenfels del Ejército de EUA, Alemania, 8 de agosto de 2021. El ensayo abarcaba cuestiones relacionadas con el liderazgo, la destreza táctica y la letalidad del Ejército. Basándose en la Estrategia de Personal del Ejército, el Ejército se asegura de contar con el personal adecuado, con las aptitudes y la formación adecuadas, en las funciones adecuadas, para tener éxito en las complejas misiones futuras. (Foto: Esp. Michael Alexander, Ejército de EUA)

Cómo escribir un artículo

Capitán Theo Lipsky, Ejército de EUA

Cada día, los soldados tienen buenas ideas sobre cómo mejorar nuestro Ejército. Hacer algo respecto a estas ideas es difícil. Esos soldados con buenas ideas a menudo no saben por dónde empezar. Algunos no se consideran capacitados para decir lo que piensan. Otros piensan que carecen del poder para hacer algo con respecto a sus ideas si lo intentan. Por estas razones, muchas buenas ideas mueren en nuestro Ejército sin ser escuchadas.

Una forma de dar vida a una idea es escribir sobre ella. Gran parte del mundo es consecuencia de que alguien

que tiene una idea tome la decisión de plasmarla en papel. Hacerlo no es fácil, sobre todo si se carece de práctica, pero el esfuerzo necesario para escribir se ve recompensado muchas veces más al evitar la muerte prematura de una buena idea. Lo que sigue es una breve guía sobre cómo escribir un artículo de opinión para su publicación. Léalo cuando crea que tiene una idea que vale la pena compartir.

¿Por qué escribir?

En otro artículo de esta edición especial^{NT1} de *Military Review*, el Sgto. 1.^a Cl. Leyton Summerlin ofrece una

amplia respuesta a la pregunta: «¿Por qué escribir?»¹. Su reflexión es excelente y merece una lectura detenida. Como complemento, este artículo considera brevemente la pregunta a continuación, porque al responderla, uno ya comienza a responder también cómo escribir un artículo.

Puede ser perdonado por preguntar: «¿Por qué tomarse la molestia de escribir?». Hay muchas razones obvias para no escribir. Un soldado puede creer que pasa suficiente tiempo de su vida pensando en el Ejército. Un oficial puede pensar que las redes sociales le ofrecen mayor alcance que la escritura y con menos esfuerzo. Algunos temen que hablar les cause más problemas procedentes del cuartel general superior de lo que vale la pena. Otros dicen que las posibilidades de que el Ejército escuche son escasas, y más escasas aún son las posibilidades de que el artículo cambie algo.

Entonces, ¿por qué escribir? Por una parte, escribir nos hace mejores pensadores, y pensar es asunto de soldados. Al plasmar ideas nos vemos obligados a enfrentarnos con las brechas lógicas y los límites de nuestros conocimientos sobre un tema. Sólo cuando vemos nuestros pensamientos podemos mejorarlos. Este hecho ha llevado a muchos, como el historiador David McCullough, a la observación de que «escribir es pensar»².

Escribir también nos hace mejores líderes. El general de brigada S. L. A. Marshall lo dijo mejor en 1966 cuando escribió que aquellos «que pueden comandar a las palabras para que sirvan a sus pensamientos y sentimientos están en el buen camino para comandar a los hombres para que sirvan a sus propósitos... los comandantes superiores respetan a los subalternos que tienen facilidad de pensar una idea y luego expresarla completamente en frases claras y sin rodeos»³. Un día en la línea demuestra que esto es tan cierto ahora como lo era en 1966.

Por encima de todo, la escritura perdura. Nuestra escritura perdura más que nuestros pensamientos, nuestras palabras, nuestra actividad en Internet y, en última instancia, que nosotros mismos. El ejemplo del coronel Emory Upton nos lo enseña. Upton dirigió con valor a las tropas de la Unión en los sangrientos campos de batalla de la Guerra Civil, y después dedicó su vida a escribir sobre cómo mejorar el Ejército. Murió antes de ver cómo sus escritos cambiaban las cosas. Pero sí que marcó la diferencia, lo que llevó a reformas críticas que

prepararon al Ejército para la Primera Guerra Mundial. Nunca se sabe lo que puede resultar de sus escritos⁴.

Tenga una idea

La buena escritura empieza con una buena idea que le interese al escritor. Averigüe qué quiere decir, si es que quiere decir algo. Este punto aparentemente obvio merece ser señalado porque la tentación va en sentido contrario. Por el deseo de que nos escuchen, decidimos escribir y luego intentamos averiguar qué queremos decir. Se trata de un error humano común. Cuidado con eso. Un artículo con algo que decir es más valioso que cien sin nada que decir.

La buena noticia es que los soldados y oficiales todo el tiempo obtienen buenas ideas en el desempeño de sus funciones. Nos preocupamos por estas ideas porque nos importa nuestra profesión, aunque pueda frustrarnos, pues de lo contrario no aguantaríamos las dificultades del servicio militar. Estas ideas pueden abordar un problema técnico de equipamiento, una brecha doctrinal descubierta durante el adiestramiento, un problema cultural observado en una formación o una deficiencia reglamentaria.

Las ideas están incompletas si terminan en el momento del diagnóstico. Cuando lo hacen, equivalen a lo que muchos llaman «contemplar el problema». En lugar de contemplar un problema, piense en posibles formas de solucionarlo. Investigue los mecanismos por los que se produce el cambio en el Ejército. Las soluciones propuestas no tienen que ser perfectas, pero deben ser lo más específicas posibles. Es más probable que se adopten análisis y recomendaciones sólidos y precisos.

Cuando tiene una idea, puede descartarla alegando que si fuera buena, ya se le habría ocurrido a otro. Después de todo, las personas que elaboran la doctrina y dirigen las formaciones son inteligentes. ¿Qué posibilidades hay de que pasaran por alto algo que ahora ve un soldado? La respuesta corta es: altas. Sobre el terreno, vemos lo que ocurre cuando las políticas y la doctrina del Ejército se topan con la realidad. En la práctica surgen problemas que no se manifiestan en la teoría. Por consiguiente, sus observaciones son esenciales.

Aunque decida que su idea tiene mérito, la humildad puede impedirle escribir. La mayoría de nosotros

El capitán Theo Lipsky, del Ejército de EUA, es estudiante de la Escuela de Asuntos Internacionales y Públicos de la Universidad de Columbia. Es licenciado por la Academia Militar de EUA.

NT1: El autor se refiere a la edición especial (en inglés) de *Military Review* sobre escritura profesional militar, que puede ser accedida en <https://www.armyupress.army.mil/Journals/Military-Review/English-Edition-Archives/Professional-Military-Writing/>.

no somos expertos en los temas que nos interesan y no nos sentimos preparados para escribir sobre ellos. En lugar de abandonar una idea, aproveche la oportunidad para aprender. Busque lecturas relacionadas en las numerosas bases de datos disponibles a través de las bibliotecas del Ejército o en los sitios web de defensa. Hable con las personas de su unidad que puedan conocer el tema en cuestión, ya sea un jefe de mantenimiento o un sargento primero.

Si aún le preocupa tener sólo una parte de la respuesta, considere la posibilidad de la coautoría. Por ejemplo, un artillero y un aviador que tengan una idea novedosa sobre cómo entrenar la observación del fuego de artillería utilizando sistemas aéreos no tripulados podrían escribir un artículo juntos. El artillero podría aportar su conocimiento sobre el entrenamiento artillero y el aviador sobre la prevención de colisiones en el espacio aéreo. La coautoría puede funcionar de muchas maneras, pero cuando es eficaz, hace que el artículo sea más creíble y completo.

Puede que descubra que alguien ya ha escrito lo que usted quiere decir. Si es así, no se desespere. El registro histórico puede sostener dos escritos que argumenten lo mismo. Para que una idea tome impulso, a menudo se necesita más de un solo escrito. No es necesario que el tema sea totalmente novedoso. La clave está en ofrecer al lector una nueva información o un nuevo ángulo desde el cual ver su tema. Los periodistas a veces lo llaman una primicia. ¿Cuál es la suya?

Elija a su público

Una vez que tenga una idea que le interese, haya estudiado el tema, consultado a sus compañeros de servicio y haya ideado posibles soluciones, es hora de elegir un público. Incluso una buena idea bien articulada no llegará lejos si se dirige a quienes no pueden hacer nada al respecto. Averigüe quién necesita escuchar sus argumentos y escriba como si estuviera hablando con ellos en una mesa de comedor.

¿Cómo saber quién es su público? A menudo, la respuesta se afirma al estudiar el problema y sus soluciones. Por ejemplo, si ha observado un problema con la política de ascensos de los alistados, puede decidir que su público son el G-1 suplente del Ejército y el liderazgo del Comando de Recursos Humanos. Por supuesto, quiere que otros lean el artículo, pero aquí la escritura se atiene al principio de puntería «apuntar en pequeño, fallar en pequeño».

¿Y si no sabe quién, dentro de la gran burocracia del Ejército, puede hacer algo por su problema identificado? Un buen punto de partida es el reglamento o manual del Ejército sobre su tema. El primer capítulo o prefacio suele enumerar a los responsables o partidarios de la política en cuestión. Pregunte a los miembros de su unidad que tienen experiencia en el Ejército institucional, como la mayoría de los oficiales superiores, si va por el camino correcto. Sus respuestas completarán lo que las publicaciones omiten.

Elegir a su público le permite mirar hacia delante. Los artículos que se limitan a lamentar los errores del pasado se limitan a sí mismos. Los artículos que anticipan una decisión u oportunidad futura y recomiendan acciones al público maximizan las posibilidades de que el artículo marque una diferencia. Elija un público con antelación y con cuidado para que pueda anticipar la siguiente oportunidad de que su público pueda guiarse por su idea. Sin conocer a su público, no podrá hacerlo.

No siempre es posible centrarse en una decisión próxima, pero considere siempre la posibilidad de hacerlo. Digamos que quiere recomendar un cambio en las políticas de mantenimiento de los alojamientos de tropas. Si el público al que desea dirigirse va a testificar próximamente ante una comisión de la Cámara de Representantes sobre el tema en cuestión, resulta útil plantear el artículo en términos de lo que su público debería decir a los representantes de la comisión. Lo mismo podría decirse de las próximas revisiones de los reglamentos, las decisiones de adquisición, los cambios en la estructura de las fuerzas o incluso los cambios culturales.

Haga un esquema

Ahora tiene una idea que le interesa. Ha hecho su tarea; conoce a su público y tal vez haya identificado una decisión próxima a la cual dirigirse. Ha llegado el momento de planificar su idea. Para ello, haga un esquema. Preparar un buen esquema para un artículo, así como preparar una buena ruta en un mapa, hará más fácil el viaje en el que se embarque.

Hay muchos tipos de artículos, incluidos los que utilizan narraciones, listas, diálogos, viñetas históricas o ficción para transmitir un punto de vista. Dependiendo de su argumento y estilo, su artículo puede requerir cualquiera de estos. Para el propósito de este artículo consideraremos uno de los tipos de artículo más comunes que uno encuentra en los comentarios de hoy: un

Un ejemplo abreviado de esquema	
Primera sección: Introducción	<ul style="list-style-type: none"> i. Oración introductoria del párrafo de enganche: una apuesta sorprendente e ingeniosa para captar la atención del lector. ii. Oración introductoria del argumento: una exposición urgente del problema y una recomendación resumida.
Segunda sección: Antecedentes	<ul style="list-style-type: none"> i. Oración introductoria que ofrece una visión general de los antecedentes del tema ii. Oración introductoria que introduce un aspecto adicional del antecedente <ul style="list-style-type: none"> a. Primera evidencia
Tercera sección: El problema	<ul style="list-style-type: none"> i. Oración introductoria que relaciona el problema con el antecedente ii. Oración introductoria relativa a un aspecto del problema <ul style="list-style-type: none"> a. Primera evidencia b. Segunda evidencia iii. Oración introductoria relativa a un segundo aspecto del problema <ul style="list-style-type: none"> a. Primera evidencia b. Segunda evidencia
Cuarta sección: Cómo solucionar el problema	<ul style="list-style-type: none"> i. Oración introductoria en la que se repasan las posibles soluciones <ul style="list-style-type: none"> a. Exposición de la relación entre la naturaleza del problema y la solución ii. Oración introductoria de la primera recomendación <ul style="list-style-type: none"> a. Cómo se aborda la característica del problema en teoría iii. Oración introductoria que conecta la recomendación con las evidencias <ul style="list-style-type: none"> a. Primera evidencia iv. Oración introductoria que presenta más evidencias de apoyo <ul style="list-style-type: none"> a. Segunda evidencia v. Oración introductoria que reconoce una recomendación alternativa <ul style="list-style-type: none"> a. Primera evidencia b. Segunda evidencia vi. Oración introductoria que explica por qué no presenta la recomendación alternativa <ul style="list-style-type: none"> a. Haga referencia a su análisis b. Respuesta de oposición
Quinta sección: Perspectivas alternativas	<ul style="list-style-type: none"> i. Oración introductoria que reconoce la existencia de explicaciones alternativas del problema, siendo la más predominante... <ul style="list-style-type: none"> a. Primera evidencia b. Segunda evidencia ii. Oración introductoria que examina por qué no adopta esta explicación <ul style="list-style-type: none"> a. Haga referencia a su análisis b. Respuesta de oposición
Sexta sección: Conclusión	<ul style="list-style-type: none"> i. Oración introductoria que replantea el problema con un lenguaje nuevo que se basa en el argumento que ha desarrollado desde la introducción ii. Oración introductoria sobre las próximas oportunidades de cambio <ul style="list-style-type: none"> a. Primera evidencia b. Segunda evidencia iii. Una oración final que recuerde al lector la urgencia de la pregunta

(Figura del autor)

Figura. Ejemplo de esquema

ensayo argumentativo, que oscila aproximadamente entre las ochocientas y las tres mil palabras.

Una estructura típica para un ensayo argumentativo, aunque no la única, es la siguiente: una

introducción que plantea el punto central del artículo, una sección que proporciona la información general necesaria, un desarrollo que explica el problema en profundidad, una serie de recomendaciones, una

consideración de perspectivas alternativas y una conclusión que mira hacia el futuro.

Empiece con un esquema. Un esquema ordena las muchas ideas que tiene en la cabeza en sus respectivos papeles, le alerta sobre las brechas en su argumento, le da una hoja de ruta cuando se pierde al escribir y garantiza que su editor encuentre en su primer borrador una estructura con la que pueda trabajar. En la figura se ofrece un modelo de esquema.

Escriba su esquema en forma de párrafo. Cada párrafo debe contener una sola idea. El párrafo anterior a éste, por ejemplo, se refería al objetivo de un esquema. Este párrafo se refiere a la esencia de sus párrafos. Más de un pensamiento por párrafo los hace demasiado grandes y los párrafos grandes anulan el ímpetu. Así que termino este párrafo aquí.

Incluya en el esquema un primer borrador de la primera oración de cada párrafo, a menudo llamada oración introductoria. Escribir cada oración introductoria en el esquema le confirma que cada párrafo tiene una única idea discernible. Hacer esto también le permite ver si su escritura fluye. Si lee sólo las oraciones introductorias de su esquema secuencialmente y no hay grandes cambios de pensamiento o de tema, puede estar seguro de que su escrito será fácil de seguir. Si las oraciones introductorias cambian de un lado a otro o no fluyen de forma natural, requieren de su atención.

A la hora de pensar en la mejor forma de conectar las oraciones introductorias, tenga en cuenta el consejo del entonces capitán Joseph Greene en la edición de julio-agosto de 1936 del *Infantry Journal*, quien, en su propio y admirable artículo instructivo, explicó la continuidad de esta manera:

Este es uno de los trucos importantes de la escritura: enlazar pensamientos. Se hace de dos maneras principales: utilizando palabras y frases de enlace, como «por lo tanto», «pero», «y también»... y muchas otras; y utilizando oraciones, frases o palabras que reflejen el pensamiento anterior o lo lleven al nuevo... Recuerde, también, que el pensamiento no sólo debe fluir suavemente de un párrafo a otro, sino de una oración a otra dentro de los párrafos. Esto no significa que cada oración deba contener una palabra conectora especial. Ese tipo de escritura, aunque es mucho más fácil de leer que la composición sin conexión,

es tediosa. Se evita sobre todo utilizando muchas oraciones cortas entre las más largas. Observe esta frase de cuatro palabras⁵.

Escriba el artículo

Ha destilado su buena idea en un esquema dirigido a un público específico. Es hora de empezar a escribir. Hacerlo es difícil. George Orwell, una de nuestras mayores autoridades en materia de escritura, comparó célebremente escribir un libro con «un largo ataque de alguna dolorosa enfermedad»⁶. Pero, como muchas de las cosas difíciles en el Ejército, vale la pena hacerlo. Entonces, ¿Cómo se empieza?

En pocas palabras, empiece a escribir, siga el esquema y continúe. Puede que al principio no le gusten las palabras que salen. Pueden confundirse, divagar, repetirse o fracasar. Resista la tentación de editarlas cuando las escribe por primera vez. Para escribir hace falta ímpetu, y cuestionarse la prosa puede acabar con ese ímpetu. La edición es importante, pero es posterior al primer borrador.

Cuando empiece a escribir, recuerde el esquema, pero no es necesario que lo siga secuencialmente. Por ejemplo, puede escribir los párrafos del cuerpo antes de la introducción o la conclusión. Puede escribir una consideración de por qué se podría equivocar antes de escribir sus recomendaciones. Dicho esto, no abandone del todo sus secciones. Ahora las veremos en secuencia.

La introducción suele incluir al menos dos párrafos. Esto se debe a que una introducción tiene dos tareas: captar la atención del lector y plantear el punto principal del artículo. Se puede captar la atención del lector de muchas maneras, pero un principio básico, como en la comedia, es que la sorpresa funciona. En el segundo párrafo, puede exponer el punto principal del artículo. Si desea centrarse en una próxima decisión en particular —por ejemplo, una próxima revisión de la estructura de fuerzas—, aborde esa decisión en la introducción.

La siguiente es la sección de antecedentes. Considere ampliamente los antecedentes de su artículo. Aunque es posible que no tenga que explicar la naturaleza de los ascensos de alistados a uno de los miembros de su público objetivo, como el G-1 suplente del Ejército, a algunos de sus lectores les vendría bien un repaso. Las secciones de antecedentes son un buen lugar para hacer referencia a otros artículos sobre el mismo tema. Estas secciones también le brindan la oportunidad

de presentarse y señalar por qué su opinión es valiosa para la conversación sobre el tema elegido.

El cuerpo del artículo es donde usted desarrolla su argumento. Si pretende tratar varios problemas o un problema polifacético, puede dividir el cuerpo del artículo en subsecciones para ayudar al lector a seguir su argumento. Aunque no hay una única respuesta correcta, un principio a tener en cuenta es que el cuerpo debe ser más largo que el antecedente y la introducción juntos.

Aporte pruebas de su argumento en el cuerpo del artículo. Puede extraer pruebas de la historia, de los acontecimientos actuales, de la investigación académica o de otros escritos. También puede recurrir a su propia experiencia. Tenga cuidado de no basar demasiado su argumento en una sola evidencia, un solo caso o una sola anécdota. Hacerlo debilita el argumento al sugerir inadvertidamente que sólo es verdad en ciertos casos o, peor aún, que no lo es en absoluto.

Una vez que haya expresado a los lectores la naturaleza del problema con evidencias, dígalas cómo solucionarlo. Las soluciones recomendadas no tienen por qué ser perfectas ni completas. Una solución demasiado completa o segura puede dar lugar a críticas improductivas o distraer a los lectores con pequeñeces. Sin embargo, las recomendaciones específicas separan su artículo de una simple queja y llevan la conversación en direcciones productivas.

Considere algunas perspectivas alternativas para evitar la argucia, demostrar buena fe a sus lectores y mejorar su propio argumento. A menudo hay muchas formas de ver un problema e inconvenientes para cualquier solución, incluida la que usted propone. Escriba los mejores contra argumentos según su opinión. A continuación, respóndales con evidencias y ceda cuando señalen cuestiones sin resolver.

Ha llegado al final. Resista el impulso de empezar su final escribiendo «En conclusión». En su lugar, recuerde a su lector la urgencia del problema identificado, lo que está en juego, las próximas oportunidades para cambiar las cosas para mejorar y cómo hacerlo. Si invocó una imagen o un tema al principio, considere la posibilidad de volver a él. Esto tiene el efecto de vinculación para el lector.

Mientras escribe, piense en la publicación en la que pretende presentar el artículo. Si la publicación tiene preferencias estilísticas en su página de envío, atégase a ellas. Lea varios artículos que la publicación ya haya publicado y que sean comparables al suyo. Observe su estilo característico, la longitud media de los párrafos, el uso de

encabezados y el tema. Imítelos. Hacerlo así no sacrifica el estilo, pero muestra una atenta consideración hacia la publicación que se hace cargo de su artículo.

Revise

No ha terminado cuando concluya el borrador. Debe revisar su trabajo. Deje el borrador a un lado, piense en algo que no tenga relación con él y vuelve a retomarlo. Lea todo el texto en voz alta. Sus errores le llamarán la atención al instante, ya sean de gramática, de lógica, de evidencia o de estilo. En el tiempo que se alejó de la pieza pudo haber encontrado evidencias de apoyo o discrepancias. Haga los cambios necesarios.

No limite las revisiones del artículo únicamente a las suyas. Escribir es difícil porque, al escribir, usted habla de sus pensamientos íntimos a los demás. Es difícil saber dónde acaba usted y empieza el borrador de su artículo. Sería más fácil no escribir nada, porque cuando calla, es más difícil que los demás critiquen su postura. La vulnerabilidad inherente a la escritura la convierte en algo inesperadamente personal. No obstante, la buena escritura es el resultado de una buena retroalimentación, búsquela. Para más consejos sobre cómo hacerlo bien, véase el artículo de Rebecca Segal incluido en la edición especial de *Military Review* sobre escritura profesional militar^{7, NT2}.

Pida opiniones a quienes sabrían si se equivoca. El compañero soldado que está de acuerdo con usted cuando discuten temas tomando un café, por muy buena persona que sea, no debe ser el único que lea su borrador. Busque también la opinión del liderazgo sobre su borrador. Los líderes pueden tener mucho que ofrecer a su artículo, ya que normalmente llevan más tiempo que usted y saben un par de cosas sobre el contexto en el que se desarrolló su problema.

Mostrar su trabajo a sus líderes también sirve para otros fines. Su artículo puede alertarles de un problema que han pasado por alto en su formación. Compartir su borrador con sus líderes también les evitará una sorpresa si se publica. Esto es especialmente importante si presenta recomendaciones controvertidas o cuestiona políticas que afectan directamente a su organización.

Algunos de los comentarios que reciba pueden ser difíciles de escuchar; no a todo el mundo le encantará su artículo. Sin embargo, si la idea vale la pena,

NT2: El artículo (en inglés) «A Writer's Guide to Giving and Receiving Feedback», de la Cpt. Rebecca Segal, puede ser accedido en <https://www.armyupress.army.mil/Journals/Military-Review/English-Edition-Archives/Professional-Military-Writing/Giving-Receiving-Feedback/>.

acepte los comentarios que le ayuden a elaborar un mejor argumento. A veces, esto puede implicar una reescritura exhaustiva. El artículo de Trent Lythgoe «Del borrador a un manuscrito pulido: el poder de la reescritura», en otra parte de esta recopilación, ofrece una gran orientación sobre cómo reescribir bien⁸.

Solicite la opinión de la oficina de asuntos públicos de su unidad y de los responsables de seguridad como parte de la revisión previa a la publicación. Estas revisiones tienen por objeto evitar la divulgación involuntaria de información controlada o la controversia, ambos casos poco probables. El objetivo de una revisión previa a la publicación no es censurar. Someter su artículo a una revisión previa a la publicación es una forma de bajo costo de pecar de precavido. Puede obtenerse más información sobre las revisiones previas a la publicación en el Reglamento del Ejército 360-1, *The Army Public Affairs Program*, y en el Reglamento del Ejército 385-5, *The Army Information Security Program*⁹.

Envíe su artículo

Una vez que haya recabado e incorporado los comentarios y haya reescrito su artículo según sea necesario, estará listo para enviarlo. Encontrará orientación sobre cómo hacerlo en los sitios web de publicaciones, normalmente en la página de «directrices para la presentación de propuestas». Siga estrictamente estas directrices y envíe sus trabajos a una publicación a la vez. Los editores de las publicaciones suelen recibir docenas de propuestas a la semana, así que concédales paciencia mientras consideran la suya. John Amble da sabios consejos sobre cómo trabajar con los editores en la edición especial de *Military Review* sobre escritura profesional militar^{10, NT3}.

Envíelo primero a la publicación o sitio web con más probabilidades de llegar a su público objetivo. Las publicaciones y los sitios web surgen, desaparecen y cambian, pero en el momento de escribir este artículo, en general se mantiene lo siguiente: las cuestiones tácticas, relativas a problemas generalmente a nivel de brigada e inferior, son adecuadas para las revistas de las ramas militares y los sitios web como *From the Green Notebook*, que gozan de lectores de nivel táctico. Las cuestiones de doctrina o reglamentación pueden llegar a quienes están en

condiciones de cambiar ambas a través de publicaciones como *Military Review* y *Parameters* de la Escuela Superior de Guerra del Ejército. Las ideas relacionadas con la política de alto nivel pueden requerir una audiencia de los responsables políticos del Pentágono, por lo que podrían ser adecuadas para el *Army Times* o el sitio web *War on the Rocks*. Otras plataformas cubren el abanico, como *Modern War Institute*.

Las publicaciones y los sitios web difieren en el tipo de artículos que desean. Algunos sólo aceptan *op-eds* (opuesto a la página editorial) o pequeños artículos de opinión, una expresión que se remonta a la época en que los artículos de opinión de escritores no afiliados al consejo editorial de un periódico aparecían del lado opuesto a los editoriales de ese periódico en el diseño. Algunos, como *Military Review*, desean citas formales. Algunos aceptan lo que llaman «comentarios». Si tiene en mente una publicación, infórmese de las expectativas de esa publicación al principio del proceso de redacción para evitar perder el tiempo con el tipo de artículo equivocado.

Las publicaciones suelen pedir una presentación antes de enviar el borrador. En pocas palabras, estas presentaciones deben exponer el problema, por qué es importante, cómo solucionarlo y por qué vale la pena ser escuchado. Las presentaciones pueden parecer una tarea pesada. En su lugar, acéptelas como un ejercicio útil. Si tiene dificultades para resumir su argumento en esos puntos esenciales en el espacio de unas cien palabras, la claridad de su argumentación puede beneficiarse de un proceso recurrente de intentos.

Sus escritos serán rechazados en algún momento. Pase lo que pase, siga escribiendo. Recuerde que el bien que se obtiene de la escritura se adquiere tanto si se publica como si no, ya que es en el proceso de la escritura donde aprende y disciplina sus pensamientos. Sólo cuando esté en paz con el rechazo empezará a escribir con la confianza necesaria para hacerlo bien. Es casi, pero no del todo, un *Catch-22* (paradoja), que, por cierto, fue rechazado veintidós veces¹¹. ■

En el apéndice que sigue a este artículo encontrará una guía abreviada de siete pasos para escribir un artículo.

NT3: El artículo (en inglés) «Your Draft Is Done, Now What?: Working with an Editor», de John Amble, puede ser accedido en <https://www.armyupress.army.mil/Journals/Military-Review/English-Edition-Archives/Professional-Military-Writing/Draft-Is-Done/>.

Notas

1. Leyton Summerlin, «Muddy Boots and Powerful Pages: Why We Write», *Military Review* 104, n.º SE-02 (2024): 22-26.
2. David McCullough, «Interview: The Title Always Comes Last», entrevista realizada por Bruce Cole, National Endowment for the Humanities, 2003, <https://www.neh.gov/about/awards/jefferson-lecture/david-mccullough-biography>.
3. S. L. A. Marshall, *The Officer as a Leader*, 1.ª ed. (Harrisburg, PA: Stackpole Company, April 1966), 79.
4. Richard C. Brown, «General Emory Upton-The Army's Mahan», *Military Affairs* 17, n.º 3 (1953): 125-31, <https://doi.org/10.2307/1982669>.
5. Joseph I. Greene, «Write It Up for the Journal», *Infantry Journal* 43, n.º 4 (julio-agosto de 1936), https://archive.org/details/sim_infantry-journal_july-august-1936_43_4/page/324/mode/2up.
6. George Orwell, «Why I Write», *Gangrel*, n.º 4 (verano de 1946), reeditado en línea por la Fundación Orwell, <https://www.orwellfoundation.com/the-orwell-foundation/orwell/essays-and-other-works/why-i-write/>.
7. Rebecca Segal, «A Writer's Guide to Giving and Receiving Feedback», *Military Review* 104, n.º SE-02 (2024): 94-99.
8. Trent Lythgoe, «Rewriting: The Secret to Writing Well», *Military Review* 104, n.º SE-02 (2024): 51-59.
9. Army Regulation (AR) 360-1, *The Army Public Affairs Program* (Washington, DC: U.S. Government Publishing Office [GPO], 2020), cap. 7, https://armypubs.army.mil/ProductMaps/PubForm/Details.aspx?PUB_ID=1020482; AR 385-5, *The Army Information Security Program* (Washington, DC: U.S. GPO, 2022), https://armypubs.army.mil/ProductMaps/PubForm/Details.aspx?PUB_ID=1021668.
10. John Amble, «Your Draft Is Done, Now What? Working with an Editor», *Military Review* 104, n.º SE-02 (2024): 100-5.
11. Sian Cain, «From Animal Farm to Catch-22: The Most Regrettable Rejections in the History of Publishing», *The Guardian* (sitio web), 26 de agosto de 2019, <https://www.theguardian.com/books/shortcuts/2019/aug/26/animal-farm-catch-22-most-regrettable-rejections-history-publishing>.

Apéndice. Cómo escribir un artículo: Guía abreviada en siete pasos

Primer paso	Tener una idea sobre la que valga la pena escribir. Para saber si vale la pena desarrollar la idea, pregunte: <ul style="list-style-type: none"> • ¿Es útil esta idea? • ¿Hay evidencia que apoye esta idea? • ¿Hay algo nuevo en esta idea? ¿Cuál es su primicia?
Segundo paso	Elija a su público. Para saber quién puede ser el público de su artículo, pregunte: <ul style="list-style-type: none"> • ¿A quién le interesaría? • ¿Quién tiene el poder de actuar en función de sus recomendaciones? • ¿Quién se enfrenta a las próximas decisiones relacionadas con su tema?
Tercer paso	Escriba el esquema. Hágalo a nivel de párrafo. Hay muchos tipos de artículos, pero un formato argumentativo confiable es el siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • introducción para captar la atención del lector • información de antecedentes que el lector necesita • una discusión sobre el problema que le preocupa • sus soluciones recomendadas • una consideración de las razones por las que podría estar equivocado • una conclusión que mira hacia futuro
Cuarto paso	Escriba el artículo. Su tarea aquí es convertir sus pensamientos en palabras. No se edite demasiado al hacerlo. Déjelo para el siguiente paso. De lo contrario, nunca tendrás las suficientes.
Quinto paso	Revise su escrito. <ul style="list-style-type: none"> • Lea su escrito en voz alta. • Busque la opinión de quienes conocen su tema. • No lo tome personal.
Sexto paso	Envíe su escrito. <ul style="list-style-type: none"> • Elija una publicación adecuada para usted. • Presente su artículo de manera adecuada y breve. • Espere el rechazo.
Séptimo paso	Siga escribiendo. Será mejor pensador, mejor orador y soldado. ¡Buena suerte!

(Apéndice por autor)