

Cómo escribir en tu web

Te presentamos algunos trucos y consejos

Índice

1. ¿Por qué es importante cuidar los textos de tu Web?
2. Recomendaciones de estilo
3. Facilitar la lectura: redactar para escaneo
4. Consejos a tener en cuenta para tus usuarios
5. Cómo incluir los hipertextos
6. Revisar los textos

1. ¿Por qué es importante cuidar los textos de tu web?

A menudo, cuando nos disponemos a crear nuestra propia página web, le damos mucha importancia al diseño (**estilos, tamaños, formas, colores, imágenes, fuentes...**) y nos preocupamos algo menos de los contenidos. Por tanto, si queremos que nuestra web tenga éxito, debemos centrarnos también en mostrar un contenido lo más adecuado posible al entorno en el que estamos trabajando: **Internet**.

Cuando escribimos y leemos en una web, **el estilo y lenguajes son distintos** de los que podemos encontrarnos en papel u otro tipo de soportes. La resolución más baja de las pantallas hace que no percibamos el texto con la misma claridad que en un medio escrito.

Por eso, los visitantes de una web tienden a **no leer los textos largos**, sino que recorre con la mirada la pantalla del ordenador (**lectura scan**). Algunos efectos de la poca resolución de las pantallas son:

- **La velocidad de lectura disminuye un 25%**
- **Los usuarios son incapaces de centrar su atención en texto largos**
- **La atención se dispersa**
- **La vista salta de un lado a otro sin centrarse tanto en los detalles.**

El usuario que entra en cualquier web, lo hace **buscando una información**. Por eso, es necesario **ofrecérsela de forma clara y fácil de localizar**. Esto se consigue coordinando todos los elementos de la web que ofrecen información (menús, enlaces, textos, etc.).

Queremos darte una serie de **consejos básicos** para adaptar tu escritura a la web que estás diseñando.



2. Recomendaciones de estilo

No hay normas establecidas para escribir en una web, pero sí que es conveniente tener en cuenta algunos aspectos concretos:

- **Textos cortos**
Reduce el texto todo lo posible sin que pierda coherencia. Los bloques grandes asustan al usuario y es posible que no los lea. Con textos más cortos se sentirán más seguros.
- **No acumules conceptos: una idea por bloque de texto**
La organización de contenidos ayuda a asimilar mejor la información. Si cada párrafo de tu web muestra solo un argumento, será más fácil de comprender para tus usuarios.
- **Utiliza un estilo directo y adáptalo a tu sector**
No es lo mismo escribir el texto de la web de un bar que de un bufete de abogados. En cualquier caso, no des vueltas innecesarias. La calidad del mensaje no depende de la cantidad. Define claramente tu público y plasma tus ideas de manera clara.



- **Aprovecha el estilo periodístico**
Seguro que has leído periódicos muchas veces (digitales o impresos). Las noticias comienzan con la conclusión en forma de titular y luego se desarrolla el argumento en el texto. No hay tensión narrativa como en una novela, donde hay que llegar al final para descubrir al asesino. Aquí lo importante es destacar en un título lo que el lector va a descubrir en el interior.
- **Piensa en el lector, no en ti**

Es un error tratar de demostrar todo lo que sabes sobre tu negocio en los textos de tu página web. Tu web no es un examen en el que estás obligado a dejar claro que conoces todos los nombres técnicos; tu web debe ser una herramienta que te ayuda a encontrar clientes y que les ayuda a entender a qué te dedicas y qué puedes hacer por ellos.

Por ejemplo, sería un error mencionar únicamente el término cirugía refractiva y no explicar que tu clínica realiza intervenciones para corregir la miopía a través de láser (que seguramente sea mucho más familiar para tus usuarios).

Además...

- El visitante accede a la web en el orden que le apetece: por tanto, **cada página debe ser independiente y comprenderse por separado.**
- Al visitante **no le gusta la publicidad** (resta credibilidad), por lo que hay que tratar de ser objetivos.
- Debes escribir teniendo en cuenta para qué público lo hacemos: **evitar títulos complejos, sarcasmo, metáforas...**
- Escribir, siempre que sea posible, en **lenguaje informal**. Es más cercano y comprensible. Usar un lenguaje **directo, breve y conciso.**
- **Evita las oraciones en pasiva** (“El informe fue emitido por el personal => El personal emitió el informe”), **las dobles negaciones** (“no es verdad que no esté en desacuerdo contigo”), etc.
- **Utiliza frecuentes “llamadas a la acción”**, para estimular al usuario a realizar clics adicionales.
- **Escribe los números con dígitos, en lugar de con letras.** Es más fácil leer “10.000 clientes” que “diez mil clientes”.

3. Facilitar la lectura: redactar para escaneo

Muchas de las personas que acceden a una web, no realizan una lectura minuciosa, si no que se centran en las ideas principales o en las palabras destacadas en **negrita**. Por eso:

- Deja suficientes **espacios en blanco** en la página.
- Alinea siempre **el texto a la izquierda**.
- Usa **párrafos breves, subtítulos y listas**. Evitar largos bloques de texto.
- El visitante, posiblemente, no leerá más que la primera frase de cada párrafo, por lo que hay que **dejar clara la síntesis de la página** (idea principal) **al inicio**.
- No redactes páginas largas para **evitar el “scroll”** (tener que desplazarse hacia abajo por la página para continuar la lectura): fragmentar los artículos extensos en varias páginas, tratando de no superar el tamaño de pantalla.



4. Consejos a tener en cuenta para tus usuarios

Los visitantes de tu página pueden llegar a tu web por muchas vías (**desde enlaces de otras páginas, recomendaciones de amigos, buscadores de Internet...**).

Sea cual sea el camino que les ha traído a tu página, **evita que se pierdan**. Si, desde que entre en tu web, le ayudas a situarse en tu página, **harás su visita más cómoda**, con lo que **su experiencia como usuario mejorará notablemente**.

- **Encabezados de distintos tamaños**
La **jerarquía** ayuda a estructurar a un primer golpe de vista los contenidos de una web. Utiliza los encabezados para estructurar la información claramente, **de más importante** (mayor tamaño de encabezado) **a menos importante** (menor tamaño).
- **Resalta las palabras clave**
Dirige la mirada de tus visitantes al lugar que te interesa. **Utiliza la negrita para hacer más visible las palabras clave de tu web**. El texto en pantalla se ve como una masa y es difícil distinguir palabras que puedan dar una idea del contenido del párrafo.
- **Piensa en un usuario ciego especial: Google**
No te obsesiones con escribir contenidos que gusten a Google, pero cuando sea posible, **piensa que el contenido es tu mejor arma para aparecer en las primeras posiciones de Google** cuando alguien realiza una búsqueda relacionada con los servicios que ofreces. Sin abusar, incluye dentro de tus contenidos las palabras que los usuarios que quieres que visiten tu web pueden escribir en la barra de búsqueda de Google cuando necesitan información.
- **No todos los usuarios son iguales: dales lo que necesitan**
Frecuentemente hemos oído que “los usuarios no leen, escanean”. Pero ¿es cierto para todos los usuarios? No, no lo es. Hay usuarios que lo leen todo, y otros que no.
Cuando escribas para tu web piensa en todos los tipos de perfil de usuario. Aunque la norma general es ser breve, **un enlace “quiero saber más...” casi nunca sobra**. La ventaja de la web es que puedes añadir más información en páginas adicionales que no “estorba” al usuario que ya ha leído suficiente y que puede venir bien al que necesita más.
- **Utiliza recursos multimedia (vídeos, fotografías)**
La web es un entorno multimedia, con capacidades cada vez mayores para integrar textos, imágenes y vídeo. **Intercala material multimedia de apoyo para reforzar tu contenido**. Servirá para aumentar la implicación de los

usuarios en tu web (el tiempo que pasan en ella) además de que te ayuda a que sea más fácil de leer.



5. Cómo incluir los hipertextos

Los **enlaces atraen mucho la atención**, sobre todo si van subrayados y en color azul, pero no pueden colocarse en cualquier lugar de tu web, ya que pueden perder fuerza o desviar la atención de los visitantes de tu página:

- **Si incluyes enlaces, hazlo a final de la frase**
Colocándolos en mitad de una frase, pueden desorientar al usuario y perder fuerza. Siempre que sea posible, es recomendable colocarlos **al final de la frase**.
- **Enlaces con pocas palabras**
No utilices textos largos en los enlaces. Añaden ruido y son difíciles de leer. Aunque pienses que por llevar más palabras clave en un enlace vas a subir en los buscadores, si tu página es difícil de utilizar, las probabilidades de que alguien te enlace disminuyen.

6. Revisar los textos

El último paso, aunque no por ello el menos importante, es **revisar el contenido**, una vez escrito, para corregir posibles errores gramaticales u ortográficos.

- Dedicar una segunda revisión a **eliminar palabras que no aporten significado**: “Para poder entender... => Para entender...”
- **Es importante que otra(s) persona(s) revise(n) la versión final del texto** antes de publicarlo. “Cuatro ojos ven más que dos”.

Recuerda que esto no es una guía extensiva de cómo escribir para una web pero, si sigues estos consejos, verás que tus textos y el contenido de tu web van a resultar **más interesantes, claros y atractivos** para tus visitantes.