



Material complementario del

Módulo 2

Consejos para escribir y gestionar contenido web

1. Cómo escribir para la web
3. Contenido web y derecho de autor: ¿qué debes saber?





1. Cómo escribir para la web

Se podría pensar que la web tiene un hambre infinita de nuevo contenido y cuanto más la alimentemos, mejor. Sin embargo, se requiere esfuerzo, tiempo y pensamiento para producir contenido útil y de buena calidad, lo que no es posible si el objetivo es meramente publicar tantas palabras como sea posible en un día.

¿Es lo mismo escribir para la web que escribir para la imprenta? Realmente no hay grandes diferencias salvo porque **las personas en la web están expuestas a múltiples estímulos y distracciones**. En la web, la atención de las personas es breve y escasa, mientras que el contenido es abundante. El contenido de calidad tiene más posibilidades de destacar por encima del resto, pero para que eso sea posible hay que tener en cuenta algunos *tips* de escritura específicos para la web. La pregunta es, entonces, **¿cómo crear contenido web que funcione?**

Estos consejos son una traducción del inglés libre y adaptada de un interesante [artículo](#) escrito por [Amit Agarwal](#) en su blog [Digital Inspiration](#) en el que se presentan una serie de consejos para optimizar la redacción de contenido web.

1. La web puede parecer un campo de batalla por la atención de las personas.

Muchas cosas captan su atención mientras están conectadas: nuevos e-mails, actualizaciones de redes sociales, chats, etc. Frente a estas múltiples distracciones, el contenido breve, preciso y bien presentado realmente se agradece.



2. En la web las personas tienen poca capacidad de concentración.

Normalmente leen el título y las primeras líneas de un artículo y luego ojean rápidamente el resto. Por lo tanto, hay que escribir usando el enfoque de la **pirámide invertida** para captar su atención. Esto es, poner lo más importante de la historia que estamos contando en la parte superior para que se pueda ver sin necesidad de hacer *scroll* hacia abajo.

3. El título es casi tan importante como el texto, ya que será visible en los buscadores, lectores de RSS, boletines electrónicos y en las redes sociales. Los buenos titulares son como un breve resumen del artículo, pero libre de toda jerga. Las personas deben ser capaces de hacerse una idea acerca de qué trata el artículo solamente por el título.

4. Diversos estudios de seguimiento del movimiento ocular sugieren que los lectores “escanean” rápidamente las páginas web siguiendo un patrón **en forma de F**. Por lo tanto, es necesario presentar el contenido de tal manera que, en ese rápido escaneo, no pase desapercibido lo importante. Es recomendable agregar una tabla de contenido para artículos largos. Usar encabezados y subtítulos, añadir leyendas a las imágenes, usar cursivas o negritas para resaltar los puntos importantes y poner información de interés en forma de citas destacadas. Los párrafos deben ser cortos y cada uno debe transmitir una sola idea.

5. Cuando se escribe para la web se está escribiendo para una audiencia global y por lo tanto se debe evitar el uso de jerga local o lenguaje muy complejo. Usar el humor y los localismos con cuidado, ya que lo que se considera gracioso en determinada cultura puede no serlo en otros países.



6. Si se van a presentar cifras en el contenido, hay que dar un contexto para interpretarlas correctamente. Por ejemplo, si decimos que un país destina cierta cantidad a gastos militares, es necesario comparar esa cifra con otros (gasto social, de salud, etc.).

7. Si se está escribiendo sobre un hecho o evento, hay que ponerse en los zapatos de las personas que nos leen y tratar de responder todas sus posibles preguntas: [qué, quién, dónde, cuándo, por qué y cómo](#). El objetivo debe ser apuntar a crear el mejor recurso web posible para ese tema.

8. Hay que asegurarse de que toda la información es correcta y proviene de fuentes de confianza. Al afirmar un hecho – como que el promedio de vida de un elefante africano es de 70 años – se debe citar fuentes dignas de crédito para apoyar ese hecho.

9. Si se nos ocurre una nueva idea para un artículo, es necesario no publicarla enseguida. Conviene pensar e investigar por un día o dos. La idea inicial puede mejorar mucho si en vez de escribirla de forma superficial e inmediata, nos informamos y meditamos sobre ella. Para la redacción, te puede ayudar tener presente [estas tres etapas en el proceso de escritura para la web](#).

10. Cuando se está escribiendo sobre un tema que ya ha sido tratado en docenas de otros sitios, es preciso analizar lo que los demás han escrito y pensar cómo se puede mejorar el contenido existente. Por ejemplo: incluir nuevos datos y fuentes, crear vídeos, presentar la información de forma alternativa, como una infografía, una presentación o incluso como un libro electrónico.



11. De vez en cuando, es bueno revivir contenido antiguo. A veces, un contenido que consideramos valioso no recibe la atención que merece y queda archivado sin mayor trascendencia. Se pueden utilizar las estadísticas de visita de tu web para identificar los artículos que han recibido poca atención, analizar qué puede estar faltando, cómo se puede presentar mejor el contenido, actualizar la información y publicarlo de nuevo.

12. El contenido debe ser legible a través de dispositivos y plataformas diferentes. Muchas veces creamos contenido que se ve bien en el escritorio pero no en un teléfono móvil. Es recomendable elegir para WordPress una plantilla o tema “responsivo” que se adapte a cualquier pantalla.

13. Las personas pueden consumir el contenido en diferentes formatos. Algunas guardan el enlace para leer más tarde, otras archivan los artículos en formato PDF mientras que otras los envían a su correo o lo imprimen. Es importante que el contenido se vea bien en diferentes medios.

14. La primera imagen del artículo (en WordPress esta podría ser la imagen destacada), debe ser clara, de alta calidad y elocuente. Esta imagen aparecerá cuando el artículo sea compartido en redes sociales y chats. El artículo puede tener un gran título, pero si la imagen que se previsualiza no es buena, puede pasar desapercibido.

15. Otra razón para usar buenas imágenes es que estas le marcan “pausas” a la lectura cuando se está leyendo por encima o escaneando visualmente el contenido. Es recomendable utilizar un formato de imagen funcional al contenido de la imagen (por ejemplo, para imágenes que tienen texto es mejor el formato PNG). Asimismo, es conveniente evitar el uso de imágenes muy comunes. La opción



“Similares” en Google Imágenes te puede ayudar a determinar cuanto se ha usado antes una imagen antes de emplearla en tu web. Si devuelve demasiados resultados, no es conveniente utilizar esa imagen. Una buena forma de encontrar imágenes de uso libre es filtrarlas por "derechos de uso" en Google Imágenes.

2. Contenido web y derechos de autor: ¿qué debes saber?

Debido a la lógica de funcionamiento de la web los contenidos son altamente susceptibles de ser copiados, reproducidos, modificados y compartidos. Un contenido que no interesa a nadie, generalmente no pasa por este proceso. Pero si lo que queremos es que la gente conozca nuestro trabajo, indudablemente, el hecho de permitir que lo compartan ayudará a su difusión. **¿Cómo permitir estas posibilidades de reproducción en unas condiciones que respeten la autoría de lo que hemos creado?** A su vez, en muchas ocasiones queremos **usar contenido de terceros** en nuestra web: una imagen ilustrativa, un video que nos gustó, un texto interesante. **¿Cómo hacerlo sin arriesgarnos a enfrentar reclamos por violar derechos de autor?**

Para proteger el contenido del plagio y al mismo tiempo permitir su libre circulación, lo que nos dará, como contraparte, mayor difusión, recomendamos utilizar en tu web una licencia Creative Commons. Estas licencias te permiten reservarte algunos derechos y liberar otros, de manera que la



gente reconozca tu autoría pero no necesite consultarte cada vez que quiera reproducir tu obra. [En este video puedes conocer más sobre Creative Commons.](#)

Lo interesante de CC es que **podemos incluir en la licencia elegida los atributos que queremos** entre las siguientes posibilidades:

Licencias Creative Commons

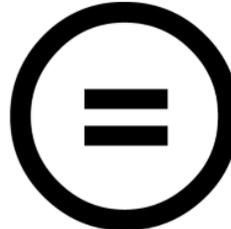
Atribución No comercial Sin obras derivadas Compartir igual



En cualquier uso de la obra hay que reconocer la autoría.



Sólo para usos no comerciales



Mantener la obra sin cambios



Nuevas versiones deben mantener la misma licencia

Creative Commons tiene una herramienta muy sencilla para elegir qué tipo de licencia usar en tu web. Basta con seleccionar los atributos y completar algunos datos sobre tu web. Luego te facilitarán el logo de la licencia escogida, que de forma muy simple lo puedes incrustar en tu sitio.



Taller online Aprende, crea y comparte con WordPress

Finalmente, a la hora de buscar contenidos para tu web, te recomendamos:

- **Copiar, pegar y reutilizar es válido**, siempre con creatividad, credibilidad y sentido crítico.
- **Citar, usar enlaces**, crear bibliografías y referencias.
- Buscar y **utilizar contenido libre**, bajo licencias Creative Commons o de dominio público.
- **Incrustar contenido multimedia** (se aloja en servidores de terceros, como por ejemplo en los de YouTube, y se visualiza en nuestro espacio web).

Este material de estudio, realizado por Mariana Fossatti y Jorge Gemetto , está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

