

## 28 Consejos para la creación de texto para la Web.

### La diferencia entre una compra o un abandono lo marca a menudo el texto escrito

---

En los países desarrollados aproximadamente un tercio de la población adulta tiene un nivel de comprensión de una lectura de un adolescente de octavo curso. Para muchas personas es fundamental que se escriba de una manera sencilla y fácil de entender

- Sencillez  
Escribe lo más **sencillo y claro** posible, recuerda que no todo el mundo que lea tus artículos o boletines de noticias tiene que ser un experto en aquello de lo que escribes.
- Información  
Las personas buscan **información** en la red y **no estética**, por supuesto que la estética es importante pero la información es fundamental.
- **Siglas y vocabulario especial**  
Cuando utilices siglas o vocabulario específico, aclara el significado de estos
- Experto  
Escribe acerca de lo que sabes y **mejor conoces**, aquello de lo que eres un experto.
- Compara  
Echa un vistazo a lo que está escribiendo tu **competencia** e intenta desmarcarte con algún artículo que a ellos se les está pasando por alto.
- Soluciones  
Escribe sobre **soluciones** y no sobre problemas.

- Siempre positivo  
**Escribe positivo.** En lugar de decir que aun no se ha encontrado la solución a un problema di mejor que ya estáis muy cerca de esta solución y que los avances son enormes.
- Herramientas  
Utiliza herramientas para la búsqueda de **palabras clave**, para descubrir nuevas ideas de las que escribir en relación con las ideas de las que ya has escrito:  
pe. <https://adwords.google.es/select/KeywordToolExternal>
- Palabras Clave  
Escribe artículos basándote en palabras clave que tengan que ver con tu estrategia de **posicionamiento en buscadores**.
- Firma tus artículos  
Siempre, y cuando digo siempre quiero decir absolutamente siempre, **incluye tu firma en los textos que escribas** con un enlace a tu Web y comprueba que el enlace funciona, especialmente si son textos para Web externas.  
pe. [David Antón, Experto en buscadores y Marketing Online](#)
- No escribir demasiado  
Procura escribir entre **600-1000 palabras por artículo**. Es lo que mejor resultados da de cara al posicionamiento en Buscadores
- Dividir textos grandes  
Procura **dividir textos extensos** en diferentes páginas. Las personas se sienten más efectivas si pulsan algún enlace y rara vez van a leer un solo texto muy extenso. Recuerda que la duración de una visita en una página es muy corta. No obstante procura que el contenido de cada una de las páginas tenga relación con un tema o subtema en concreto.
- Enlaces descriptivos  
Si creas enlaces a otras partes pon siempre en el cuerpo del enlace un **texto descriptivo** y no un simple, "*pulsa aquí*" o "*continúa leyendo*".
- Jerarquía de cabeceras
  - El Título. Es la parte más importante de un artículo, este debe ser más grande que el texto normal y quizás resaltado en negrita. El título tiene que ser un texto lleno de sentido para cualquiera que lo lea.  
Ha de ser también corto, solo las dos o tres primeras palabras son realmente tenidas en cuenta.

Intenta incluir aquí tus palabras clave  
Es bueno poner enlaces en los títulos

- Cabeceras. Algo más pequeñas que los títulos pero más grande que el texto normal.  
Igualmente ha de tener mucho sentido y ser corto.  
Son ideales para dividir el texto en partes distintas.
- **La primera frase.**  
Es la más importante de todo el texto, excepto títulos. Dependiendo de lo que aquí se escriba, se seguirá leyendo o no. Tiene que ser directa, hablar sobre el tema que ocupa.  
Lo mejor es intentar dar una especie de resumen acerca de lo que se trata en el artículo.
- **Escribe primero las conclusiones**  
Después el cuerpo del mensaje. Esto se llama en periodismo pirámide invertida. Les da a los lectores todo el valor del mensaje y luego ellos pueden escoger si profundizan o no en los detalles.
- **Se conciso**  
Evita la paja y quédate con el grano, en la Web no ser conciso y perderse en divagaciones se paga con la pérdida de visitas.
- **Escribe como hablas**  
De una manera desenvuelta, alegre, sin los formalismos de los textos en la prensa escrita o en los libros. Esto no implica escribir mal, con errores ortográficos y mala gramática.
- No exageres  
Utiliza un **lenguaje que no sea sensacionalista, exagerado o promocional**, la mayoría de las personas huyen de este tipo de textos. No obstante no dudes, de una manera discreta, de comentar tus **logros, premios**, etc. o los de tu empresa.
- Sin errores  
Procura **no cometer errores gramaticales o sintácticos**, para ello puedes corregir tus textos con algún programa con corrector ortográfico o simplemente dejar a alguien que los corrija.
- Estilo  
Impregna tus textos de tu **propio estilo**, dale un toque de clase a lo que escribes

- Resaltar texto  
Utiliza **negritas**, **cursivas**, **subrayados** donde sea necesario. Estos toques de estilo ayudan a escanear lo escrito.
- Tipo de letra  
Ten cuidado a la hora de escoger la **fuentes** (tipo de texto), escoge una que sea fácil de leer. Por lo general fuentes Sans Serif suelen ser buenas.
- Espacios  
Deja **espacios en blanco** e introduce alguna **fotografía** si es posible, los espacios en blanco ayudan a dar claridad a los textos y facilitan su lectura.
- Fotografías  
**Las fotografías** han de ser específicas y relacionadas con el contenido y no puramente decorativas. En general fotos alegres y optimistas.
- Escaneable  
El contenido debería ser **escaneable**, es decir, que de un vistazo sea posible saber de lo que se está escribiendo, sin necesidad de leer todo el contenido
- Viñetas  
Crea listas con **viñetas**, como este listado que estás leyendo y numera pasos a seguir donde los haya.
- Integración  
Integra tus **boletines de noticias** dentro de tu Web, así por un lado podrás aprovechar el texto escrito para posicionamiento en buscadores y darás la oportunidad a tus visitantes de leerlos

David Antón Asensio, idanas  
Asesor en Internet y Marketing Online

Recursos:

Para la redacción de este documento me he basado en la experiencia propia con idanas, así como en los comentarios de blogs y foros en la red y por último en los libros "Prioritizing Web Usability" y "How to Win Sales & Influence Spiders".

**David Ant3n Asensio, idanas**  
**Documento original:** Jueves, 24 de Mayo del 2007  
**Ultima Actualizaci3n:** Jueves, 24 de Mayo del 2007  
[blog.idanas.es@googlemail.com](mailto:blog.idanas.es@googlemail.com)  
<http://blog.idanas.es>  
**Skype:** idanas\_skype



[blog.idanas.es@googlemail.com](mailto:blog.idanas.es@googlemail.com)  
<http://blog.idanas.es>