



LO QUE DEBES Y
NO DEBES HACER
AL ESCRIBIR EN
LÍNEA



La forma en que presentas un artículo (en línea) tendrá mayor impacto en su divulgación, en cómo te presentas profesionalmente y en la apreciación por parte de tu audiencia. En este documento hay algunos consejos para aumentar el impacto de tu artículo.

Usa imágenes

La imagen principal de un artículo es como el pastel de la vitrina: es lo primero que ves. Por lo tanto, es importante asegurarse de que la foto sea atractiva y se ajuste al contenido. A menudo, una foto bonita del entrevistado o las fotos que tomaste en la carretera, funcionarán. Como alternativa puedes usar: Flickr (Creative Commons), allthefreestock.com, Google (reutilizable) o un fotograma de YouTube. Una linda caricatura también funciona bien.

Intenta variar las imágenes y no uses una foto de niños lastimosos que piden agua en una historia sobre la escasez de agua. Asegúrate de que las fotografías sean brillantes y utiliza, si es posible, imágenes de personas de pie. **Trabaja con precisión:** En una historia sobre la pesca en la India no uses la imagen de un barco con pescadores tailandeses. Tampoco olvides a tus lectores móviles: cuando utilices una imagen tomada a una distancia considerable, no podrán ver nada en una pantalla pequeña. Usar imágenes en el texto, especialmente en los artículos más largos; facilita la lectura y ayuda a comprender el texto.

**Cuando tomes fotografías,
siempre pide permiso.
Para tomarlas y para
usarlas.**

Palabras atractivas en Cursiva

Evita en la medida de lo posible el uso de palabras en idiomas extranjeros. Pregúntate primero por qué quieres usarlas: porque son difíciles de traducir o porque son atractivas. Si las usas, escríbelas en cursiva. La palabra llama la atención inmediatamente y el lector sabrá que necesita hacer algo; interpretar la palabra de manera diferente a las otras palabras de la oración. ***Esto es la letra Cursiva.***

Inserción de información relevante (*embedding*)

Para potenciar tu historia visualmente, puedes insertar enlaces de otro sitio web en tu artículo sin necesidad de subirlos. Esto se hace utilizando un código HTML. La diligencia de tu artículo será mucho mayor al insertar, por ejemplo, un tweet interesante, un gráfico o una estadística, o videos de YouTube y Vimeo. También puedes incluir un enlace a un artículo relevante. Y por último, pero no menos importante, no olvides incluir una encuesta en tu sitio web. Siempre es interesante involucrar al lector en un tema y escuchar su opinión.

Enlace a Facebook y redes sociales

Con más de 2 mil millones de usuarios activos mensuales en Facebook, 800 millones de usuarios activos mensuales en Instagram y 350 millones de usuarios activos mensuales en Twitter, las redes sociales son importantes para llegar a tu audiencia. Redacta mensajes atractivos e interesantes junto a tu artículo/imagen. Dos frases, no muy largas, son suficientes para seducir al lector.

Google como herramienta de búsqueda

Algunos de tus lectores te encontrarán a través de Google. En ese caso, el buscador ha utilizado un término que coincide con cualquiera de tus temas. El encabezado es la parte más importante de la historia en este caso. Presta mucha atención al titular. Por ejemplo, debe contener **palabras clave claras y relevantes**. También puedes agregar subtítulos.



Usa hipervínculos

Si estás escribiendo un artículo que hace referencia a otro artículo, puedes proporcionar al lector el acceso a esa información insertando un **hipervínculo**. No hagas esto muy a menudo ya que no queda muy bien.

Otra opción es insertar una caja o marco informativo (ver 'marcos ') en el texto o mencionar una o dos frases sobre el artículo o informe anterior. Otorga a cada enlace la capacidad de asesoramiento que es la etiqueta alt del enlace. Utiliza frases cortas en lugar de palabras clave.

Haz que tu presentación sea atractiva

Puedes atraer a tus lectores con una introducción seductora. Abre con una frase atractiva que describa la relevancia o la oportunidad y describe lo que se discute en el artículo. Hazlo de forma precisa y concisa, usando un máximo de 40 palabras. Las preguntas claves también pueden ser tratadas en el primer párrafo (quién, qué, dónde, cuándo, por qué y cómo).

No utilices: muchos números, abreviaturas, nombres de organizaciones, términos extranjeros (ver palabras atractivas) o palabras irritantes (ver palabras irritantes).



¡No incluyas un resumen completo en la introducción, los detalles serán discutidos más adelante en el texto!

Evita palabras "irritantes"

Responsabilidad social corporativa sostenible e inspiradora son términos que se utilizan con frecuencia. Palabras abstractas como estas

podrían asustar a los lectores, en la introducción, pero también cuando se usan con frecuencia en el cuerpo del texto. Si realmente necesitas usarlas, explica las palabras y usa ejemplos concretos. A menudo las personas (entrevistadas) usan términos específicos de negocios que suenan mejor de lo que realmente transmiten. Es tu trabajo escribir para un público amplio y hacer que la historia sea **comprensible**.

Usa marcos con títulos

Siempre hay pasajes que encajan mejor dentro de un marco (una "caja") que como parte de la historia en curso. No intentes poner demasiado texto en un cuadro, la fuente es a menudo más pequeña que el texto del cuerpo, lo que dificulta la lectura. Si es posible, utiliza puntos de enumeración/dígitos que crean orden y los lectores prefieren las listas. Dale a tu marco un encabezado claro para que el lector sepa exactamente de qué se trata. En el texto debe hacerse referencia al marco.

Textos muy largos son arriesgados

Los lectores dudan a la hora de empezar a leer cuando se les presenta una "montaña de texto". Las lecturas largas pueden ser maravillosas como historia de fondo, pero en general se aplica esta regla: escribir significa borrar....

A menudo puedes contar la misma historia con menos palabras. A pesar que internet otorga espacio infinito, la gente prefiere leer "bocados" en línea. Además muchos tienen menos paciencia y tiempo para leer artículos largos.

Si el texto te parece demasiado largo, pero no sabes qué borrar, deja que otra persona lo vea. Definitivamente usa los **párrafos**. Los textos cortos son más atractivos que los largos. Dividir un párrafo en dos puede ser una solución. Y los párrafos con títulos mejoran la legibilidad.

Citar frases atractivas

A veces alguien usa una frase tan hermosa, divertida o interesante en una entrevista que te motiva a usarla para el titular. Esto queda bien, pero solo usa frases simples. Las frases dobles no solo son incorrectas en el titular, sino que también quedan mal en la página principal del sitio web. Decidirás si el texto está listo, cuando ya tengas tu frase. A menudo nos suena bien al comienzo, pero parece no decir nada una vez que hayas terminado tu texto. Si decides usar otro titular, todavía puedes citar la frase como parte dentro del texto.



El valor de las noticias: establece vínculos estratégicos. Un artículo, entrevista o lista de consejos no siempre está relacionado con algo en las noticias. Sin embargo, es importante para el lector que el producto tenga cierta urgencia o cronología. Intenta siempre buscar una pista. Puedes hacerlo en la introducción o en el mensaje de las redes sociales. Entonces el lector sabrá por qué debe leer el artículo. ¿Es el Día Internacional de la Mujer? ¿Tu organización ha publicado recientemente un informe? ¿O los proyectos de salud sexual y reproductiva dominaron las noticias esta semana? Con una simple referencia a los acontecimientos actuales, el lector ya se sentirá atraído.



Para aumentar la urgencia, puedes incluir un tweet (ver 'embedding'). También puedes reutilizar un artículo previamente escrito, ya que existen noticias relacionadas con el artículo.

Redes sociales

Muchos de tus lectores se sentirán atraídos por un artículo a través de las redes sociales (Facebook y Twitter). Por lo tanto, piensa bien cómo seducir a estos lectores: ¿cómo atraer a tantos usuarios posibles usando estos medios? Se puede lograr de más maneras que sólo con un texto. Una foto en Twitter a menudo atrae la atención, menciona el '@' de una organización / persona en un tweet para un mayor alcance. También recuerda: usar tu cuenta de LinkedIn y de Instagram, si las tienes y corre la voz a través de tus cuentas personales en las redes sociales.

Preguntas

Puede ser una buena idea poner una pregunta en el encabezado: ¿Qué tan seguros son los anticonceptivos? o ¿Qué tan sostenible es una relación promedio? Lo mismo se aplica al final de la introducción. Una pregunta atrae a la gente a tu

historia y se preparan para lo que viene. Es importante responder a la pregunta en el último párrafo. No des una respuesta ambigua. Si esto no es posible, puedes escribir: "por un lado...", "por otro lado...". Escribe una historia **"redonda"** y asegúrate de volver al punto de partida.

Sé consecuente

Muchas palabras pueden ser escritas de diferentes maneras. Si no estás seguro de la forma correcta, al menos usa el corrector de manera consecuente. El lector notará cuando la palabra está escrita de diferentes maneras. También se requiere consistencia en los números: saber cuándo hay que escribirlos con letras (tres) y cuándo con números (499).

Información adicional

Puede ser que una historia o entrevista se conecte bien con un documental que se transmite por televisión, una acción de financiación colectiva o una representación teatral sobre este tema específico. Puedes llamar la atención sobre este evento en tu artículo, y proporcionar a los lectores la oportunidad de reaccionar.

Video de YouTube

Las imágenes hacen que el texto sea más vívido. Un video puede ser una adición valiosa, pero no "sobrealimente" al lector con ella. En una entrevista con la autora de un documental sobre mujeres activistas adolescentes, es interesante para el lector ver el trailer del documental.

(Auto) reflexión

Sé crítico con los textos. No solo aquellos que tu mismo has escrito, sino que también los que hayas recibido de un freelancer o blogger. ¿Es el tema interesante y adecuado para tu público? ¿Es el texto fácil de leer? ¿Debe ser publicado hoy? Estas preguntas te las puedes hacer a ti mismo. Si no estás seguro del artículo, siempre habrá un colega dispuesto a ayudarte. Y recuerda: ¡Calidad sobre cantidad!

BUENA SUERTE