

1. CONTENIDOS WEB

1.1 MANEJO TIPOGRÁFICO

El texto es el elemento central de cualquier sitio Web. Los expertos en la materia han señalado que el usuario visita la Web principalmente para obtener información. Lo más importante es recordar que no es lo mismo escribir para la Web que para un escrito impreso. La Web no está estructurada como un informe o un libro que la gente puede leer de manera lineal. Es una colección de archivos electrónicos que el usuario leerá en el orden que le plazca.

La redacción de contenidos web es uno de los elementos fundamentales a tener en cuenta durante el desarrollo de un sitio web. Los contenidos escritos para Internet poseen dos efectos importantes:

- Ayudan a comunicar de forma efectiva sus contenidos.
- Logran posicionar en buscadores una página entre las primeras posiciones.

Redactar contenidos para la web supone escribir textos para los usuarios, pero que también sirvan para posicionar en los buscadores aquellas palabras claves que mejor concuerden con nuestro mercado.

A su vez, los usuarios de Internet “escanean” las páginas, haciendo una especie de “zapping visual” esperando encontrar aquello que están buscando.

Para redactar los textos para Web se debe tener en cuenta lo siguiente:

1.1.1 A qué público se dirige

El factor clave en el desarrollo de cualquier sitio Web es saber cuál es el público al cual se dirige el contenido de la Web.

Se debe tener en cuenta si es público interno, nacional o internacional. De la respuesta a esta pregunta básica surgen importantes consideraciones de diseño, como por ejemplo, idiomas y capacidades de navegadores de otros países.

Si el sitio no ofrece una opción para idioma extranjero, se debe usar un lenguaje sencillo para dar la posibilidad que lo entienda una persona de otro idioma.

También se debe tener en cuenta información sobre hora y fecha, ya que no todos los países siguen el mismo formato. Lo mismo se aplica a valores monetarios (cifras), unidades de medida o puntuación.

1.1.2 Lenguaje claro, sencillo y directo

Se debe utilizar un lenguaje claro y sencillo, con buena ortografía y gramática, es esencial para todas las comunicaciones con el público e incluso lo más importante al escribir para la Web.

Dado que el objetivo básico del usuario al visitar un sitio web es obtener información, se debe comunicar el mensaje de manera directa, sencilla y precisa. Un lenguaje ambiguo puede confundir al lector. Por ejemplo, siempre que corresponda, utilice:

- “es” en lugar de “constituye”
- “decidir” en lugar de “determinar”
- “usar” en lugar de “emplear”
- “ahora” en lugar de “en este momento”

Se debe asumir que el lector que visitará su sitio no sabe nada del tema del que usted habla. Con esa idea en mente se debe eliminar los términos y expresiones que el público en general no tiene por qué saber, dado que son específicos a una disciplina o a un grupo de expertos. Elimine también las siglas no conocidas y los regionalismos.

El uso de los verbos precisos comunica con mayor fuerza lo que se desea expresar. También se deben evitar redundancias. Por ejemplo:

- Tomar una decisión / decidir
- Proporcionar apoyo / apoyar
- Hacer uso de / usar
- Sirve para explicar / explica
- Efectuar un examen / examinar

1.1.3 Legibilidad y facilidad de lectura

Según los expertos, cuando se lee texto desde la pantalla en vez del papel, el ritmo de lectura disminuye en un 25 por ciento. Para mejorar la legibilidad de su texto para web se debe tener en cuenta:

- Dejar espacios en blanco en la página, esto permite descansar la vista.
- Usar colores que contrasten el texto con el fondo.
- Evitar imágenes de fondo; ya que distraen al lector y no dan buena legibilidad al texto.
- Usar fuentes grandes (de 10 a 14 puntos). Las fuentes pequeñas se deben dejar para el texto que poca gente lee. Por ejemplo, descargo de responsabilidad.
- No usar texto movedido o intermitente, ya que dificulta la lectura.
- La tipografía o el tipo y la fuente que use, puede mejorar u obstaculizar la experiencia del usuario con el sitio. Se deben usar fuentes comunes en su documento y no muchas. No todos los usuarios tendrán las mismas fuentes que usted tiene en su computador. Por lo general se recomienda usar una fuente sans serif como Arial o Verdana para texto en la pantalla porque tienen mejor resolución. Por otra parte, los titulares grandes por lo general usan una fuente serif, como Times New Roman, porque son menos voluminosas.
- Las fuentes en negritas llaman la atención del lector siempre que no se usen en exceso.
- Evitar texto en letras cursivas y TODO EN MAYÚSCULAS cuando se desea dar énfasis.
- Los párrafos deberían contener menos de 70 palabras. Para evitar que los usuarios no lean los párrafos por considerarlos muy “densos”.
- La información relevante dentro de los párrafos debería estar resaltada en “negritas” para guiar la lectura.
- Las viñetas y las listas numeradas ayudan a los usuarios a comprender los contenidos con mayor facilidad. Se sugiere, siempre que sea posible, no exceder la cantidad de 7 items.

1.1.4 Longitud del texto de la página

No hay reglas fijas acerca de la longitud de un documento en línea. Las dos maneras más frecuentes de organizar la información son la separación en trozos y el desplazamiento.

1.1.5 Separación en trozos

La separación de la información en trozos surgió como respuesta al deseo de organizar y presentar información sin que el usuario tenga que recorrer las páginas de arriba hacia abajo. El término por lo general alude a la cantidad de información que usted puede hacer abarcar en una sola pantalla.

Al separar en trozos se mantiene el texto despejado, considerando la limitación de la pantalla donde en promedio caben unas 100 palabras. El lector absorbe en forma rápida toda la información de la página y entonces decide si desea continuar. Se puede considerar como un método relámpago.

1.1.6 Desplazamiento

A veces no tiene sentido separar arbitrariamente el texto en trozos. Hay ciertos informes u otras fuentes de información detalladas que tienen que leerse en una secuencia específica y que se pueden poner en línea como archivo en PDF. El usuario no tiene otra opción que recorrer el texto de arriba hacia abajo para encontrar lo que busca, lo que puede ser cansador.

La investigación ha demostrado que cuando el usuario recorre un texto desplazándose de arriba hacia abajo tiende a desorientarse porque no recuerda la información que ya ha salido de la pantalla. En estos casos la Web puede usarse como un acervo del cual bajar archivos para imprimirlos y leerlos en papel. Para documentos largos es mejor ofrecer al usuario las opciones en HTML y en PDF.

Sin embargo, puede haber ventajas en usar páginas largas en la Web. Es más simple mantenerlas. Usted puede ajustar el diseño del documento para facilitar la lectura, ofrecer enlaces internos y dividir bloques largos de texto gris con subtítulos apropiados. Tenga presente, sin embargo, que sólo cerca de un 10 por ciento de los usuarios leerán de arriba hacia abajo un documento que tenga más de tres páginas (equivalente a unas 400 palabras).

1.1.7 Títulos y subtítulos

Los títulos son parte fundamental de escribir para una Web. No sólo ayudan al usuario a navegar por un sitio, sino que además sirven de marcadores para realizar una vinculación. Por lo tanto, es importante que sean significativos.

Sugerencias para escribir títulos:

- No se debe usar más de cuatro a seis palabras por título (entre 40 y 60 caracteres)
- Se deben usar sólo palabras significativas.
- Usar mayúsculas y minúsculas.
- Cada nueva página debe tener su propio título.
- Evitar el uso de artículos (un, una, el, la y sus plurales)

Los subtítulos son una herramienta eficaz para dividir texto. También facilitan la exploración. Los bloques demasiado grandes en texto pueden agobiar al lector. En la parte superior de su documento se pueden crear enlaces o anclas a los subtítulos que le ofrezcan al usuario una selección rápida de opciones. Así podrá saltar directamente al tema que le interesa en lugar de pasar por todo el texto.

EJEMPLO1:

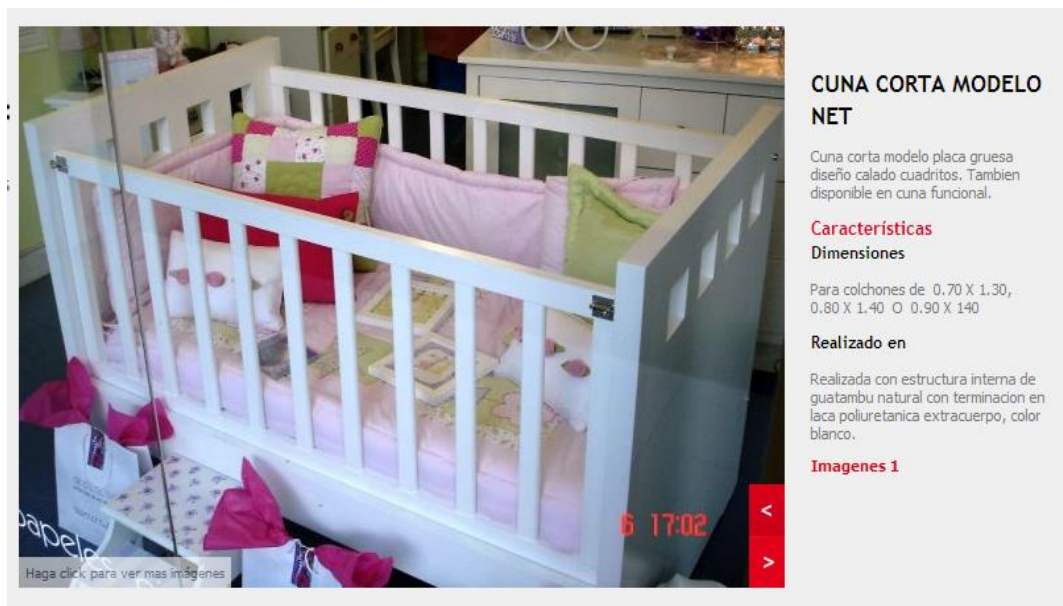


Ilustración 1 Tomado de <http://www.dechicos.net/>

Como podemos observar el texto está explicando las características de la cuna. Es muy importante que el usuario conozca todo lo relacionado con el producto que desea adquirir, ya que no tenerlo cerca necesita conocer su estructura y forma. Podemos observar que los párrafos están divididos por títulos, el principal tiene una tipografía más grande que las demás, y los subtítulos tienen un color diferente o tienen negrita.

EJEMPLO 2:



Ilustración 2 Tomado de <http://creatividaddigital.com.ar/portfolio/raffo/>

En algunos sitios Web es muy común encontrar este tipo de galerías, donde se muestran los productos que se ofrecen, pero sin ninguna descripción. Esto hace que los usuarios no conozcan las características de estos productos. Debemos evitar esto al crear este tipo de páginas para los sitios.

EJEMPLO 3:

Quienes somos

Somos una empresa joven, formada por arquitectos especializados en diseños de vanguardia para chicos y adolescentes. Nuestros proyectos se orientan a lograr espacios personalizados e integrales teniendo en cuenta tus necesidades, tus preferencias estéticas y las dimensiones con que para ello contamos. Nuestra meta es construir espacios atractivos y, a la vez, funcionales para el crecimiento de tus chicos. Ambientes divertidos donde puedan jugar; ambientes armónicos donde puedan aprender, ambientes creativos donde puedan soñar...

Nuestra tarea comienza con tus necesidades y se aboca a brindarte las más ingeniosas soluciones. No dudes en contactarnos para que te realicemos un presupuesto a domicilio sin cargo.



> Ver Sucursales

Ilustración 3 Tomado de <http://www.dechicos.net/>

Cuando se redacta la información de la empresa, como “quienes somos”, es muy importante ser claros en la razón de ser de la empresa. Indicar en palabras claras y sencillas qué se realiza la empresa, cómo lo hace, quiénes lo hacen y a quién va dirigido.

EJEMPLO 4:

DATOS DE LA EMPRESA
TODO LO QUE DEBE SABER SOBRE NOSOTROS

Nos presentamos ante usted para ofrecerle y que conozca nuestros servicios de Amoblamiento para la obra y el hogar. Formada el 8 de mayo de 2004 como una empresa familiar argentina, estamos tratando de llegar a los constructores ofreciendo calidad y compromiso. Fabricamos Muebles de Cocina y Baño, Interiores de Placard, Revestimientos Melamínicos, Construcción de Pisos Decks, Pisos Flotantes y Otros.

Nuestra forma de operar es uno de los grandes diferenciales que distinguen a nuestra empresa del resto ofreciendo Asesoramiento, Diseño y Ambientación en la pre-venta y Entrega, Instalación en la post-venta.

Ilustración 4 Tomado de <http://creatividaddigital.com.ar/portfolio/raffo/>

La tipografía seleccionada para los textos debe ser clara y legible. En este caso el tipo de fuente es muy pequeña y la redacción está utilizando palabras muy del lenguaje argentino. Además quisieron dar énfasis en los productos que ofrecen, colocando el texto más oscuro, con esto el usuario no leerá todo el párrafo sino que enfocará la lectura en este párrafo.