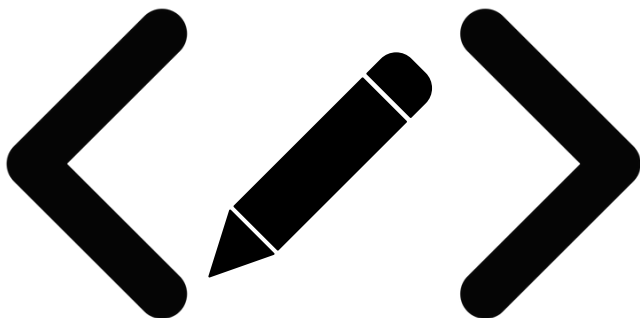


# UX WRITING: PALABRAS QUE GUÍAN

---



**2025**

Jonathan Pérez

---

¿Alguna vez has estado en un aeropuerto, perdido, y un letrero claro y amable te guió exactamente hacia donde debías ir? Eso es UX Writing. Es el letrero dentro de tu producto digital. No es poesía, es utilidad pura. Son las palabras que susurran al oído del usuario: "tranquilo, yo te guío".

El UX Writing es la disciplina que cuida cada palabra en una interfaz: desde el botón de un formulario hasta el mensaje de error que aparece cuando algo falla. Es la diferencia entre un usuario que abandona frustrado y uno que convierte con confianza.

---

---

## No son "sólo palabras", es la interfaz

Pensamos en la UI como colores, formas y layouts. Pero las palabras son la capa de la interfaz que explica, guía y conecta emocionalmente. Un mal texto puede arruinar una interfaz hermosa.

Ejemplo del mundo real:

- Mal: "Error 404: Procedimiento no completado."
  - Mejor: "Algo salió mal. Por favor, inténtalo de nuevo."
  - UX Writing: "¡Ups! No pudimos procesar tu pago. **Verifica los datos de tu tarjeta** o intenta con otro método de pago."
-

---

El tercero no solo informa el error; diagnostica la posible causa y ofrece una solución. Reduce la fricción y la frustración.

## Los Pilares del Microcopy Efectivo

El microcopy es el texto pequeño con una gran responsabilidad. Para que sea efectivo, debe cumplir con cuatro principios fundamentales:

- **Claridad Above All:** Sé tan claro que resulte imposible malinterpretarte. Evita la jerga técnica. "Syncing your data" es mejor que "Initiating bidirectional data synchronization".
  - **Utilidad:** Cada palabra debe tener un propósito: guiar, explicar o asegurar. Un placeholder en un campo de búsqueda debe decir "Buscar productos..." no solo "Escribe aquí..."
-

- 
- **Personalidad y Voz:** Las marcas tienen voz. ¿Eres formal o cercano? ¿Serio o juguetón? La clave es la **consistencia**. Si tu marca es amable, un error puede decir "¡Vaya! Algo se torció por aquí". Si es más seria, podría ser "Disculpas, hemos encontrado un problema". Pero nunca mezcles ambas en la misma interfaz.
  - **Brevidad:** Los usuarios escanean, no leen. Economiza cada palabra. "Guardar cambios" es mejor que "Haga clic aquí para guardar los cambios que ha realizado".
-

---

# Cómo Crear Microcopy que Convierta (y No Moleste)

El microcopy es el texto pequeño con una gran responsabilidad. Para que sea efectivo, debe cumplir con cuatro principios fundamentales:

Pasemos de la teoría a la práctica. Aquí hay puntos críticos donde las palabras marcan la diferencia:

**1. Botones de Acción (CTAs):** El lugar más importante.

Evita: "Enviar" o "Aceptar". Son genéricos y no dicen nada.

Hazlo: Describe la acción específica y el valor. Usa verbos fuertes.

En un formulario de suscripción:  
"Suscribirme" > "Enviar".

---

---

En una app de viajes:  
"Reservar este vuelo" > "Aceptar".  
En una herramienta SaaS:  
"Crear mi proyecto" > "Siguiente".

## 2. Mensajes de Error: Una oportunidad para ayudar, no para culpar.

**Regla de oro:** Nunca culpes al usuario. Di "Contraseña incorrecta" en lugar de "Has introducido una contraseña errónea".

### Estructura efectiva:

- a. **Contexto:** Explica qué pasó con empatía ("¡Vaya!").
  - b. **Causa:** Di por qué pasó, en lenguaje humano ("Tu contraseña debe tener al menos 8 caracteres").
  - c. **Solución:** Indica cómo solucionarlo ("Intenta con otra o restablécela").
-

---

### **3. Textos de Placeholder y Etiquetas:**

Un placeholder en un campo de nombre no debe decir "Nombre", esa es la etiqueta. Puede decir "Ej: María García" para dar un ejemplo del formato esperado.

Sé específico. "Correo electrónico" es mejor que "Email". "Dirección de envío" es mejor que "Dirección".

### **4. Estados Vacíos: La pantalla en blanco cuando no hay datos. ¡Es un lienzo en blanco!**

No dejes un vacío intimidante. Usa ese espacio para guiar.

En una bandeja de entrada vacía: "No tienes mensajes. ¡El silencio es oro! ¿Por qué no escribes tu primer correo?".

---



---

En una lista de favoritos vacía: "Tus favoritos aparecerán aquí. Comienza a explorar para encontrar cosas que te gusten."

## ¿Cómo Mejoro Mis Habilidades de UX Writing?

1. **Lee en Voz Alta:** Si suena raro, artificial o complicado al decirlo, reescríbelo. El microcopy debe sonar a conversación humana.
  2. **Haz Pruebas A/B:** ¿El botón "Comenzar prueba gratis" convierte más que "Registrarse"? Las palabras importan, y los datos te darán la respuesta.
  3. **Investiga a tu Usuario:** ¿Cómo hablan ellos? ¿Qué palabras usan? Incorpora su lenguaje para generar confianza y familiaridad.
  4. **Collabora con UX Designers:** El copy y el diseño son almas gemelas.
-

---

Trabaja codo a codo con el diseñador para que las palabras y el visual cuenten la misma historia.

## **Conclusión: Escribe para Guiar, No para Decorar**

El UX Writing es diseño con palabras. Es una disciplina estratégica que reduce la carga cognitiva del usuario, genera confianza y guía acciones. En un mundo digital lleno de ruido, la claridad es un superpoder.

La próxima vez que diseñes o critiques una interfaz, pregúntate: ¿Estas palabras están guiando al usuario hacia su objetivo de la manera más clara y amable posible? Si la respuesta es no, todavía hay trabajo por hacer.

Porque en la experiencia de usuario, las palabras no decoran. Ellas construyen el camino.

---