



Escribir para la red

Documento formativo creado por @davidjguru

Ideas de partida

1. La lectura en un monitor de ordenador es más cansada, incómoda y lenta que en un buen texto impreso.
2. El hipertexto influye mucho en la conformación de la unidad textual y en la construcción de la ruta de lectura del usuario, pues los hiperenlaces que nutren los textos de la red permiten muchas lecturas alternativas y complementarias a partir de una misma base textual.
3. En la red el lector no es como en el mundo impreso. El internauta es impaciente, voraz, inconstante. Realiza mucho menos esfuerzo sobre cada texto, pues tiene a su disposición, rápida y fácilmente, millones de alternativas. Si un texto le resulta complejo, le aburre o le abruma, hay mucha probabilidad de que abandone y busque otro más digerible. El internauta no lee, escanea rápidamente la pantalla en busca de algo que le interese.
4. Aunque escribamos textos en español, a veces no está claro si todos los que hablan español son capaces de entender igual de bien determinados textos escritos en español, o si aquellos que no lo usan como lengua propia comprenden todo lo dicho.

Algunas directrices importantes:

1. El texto debe entenderse en la primera lectura; las palabras cortas y sencillas funcionan mejor. La corrección ortográfica, gramatical y exactitud en datos no sólo mejora la claridad, sino que transmite información no verbal sobre la calidad del sitio.
2. Frases sencillas. Sujeto, verbo, predicado. No complicar innecesariamente las frases. Un párrafo, una idea. Pensemos si podemos dividir en dos un párrafo de 6-8 líneas. Nielsen recomienda usar menos del 50% del texto usado habitualmente en una publicación escrita.
3. Lenguaje simple e informal. Es más adecuado que el elegante o formal, ya que la lectura es más rápida en el primero.
4. Mejor verbos fuertes que débiles. Debemos emplear antes el verbo que la perífrasis verbal construida con él:
 - Tomar una decisión vs decidir
 - Hacer uso de vs usar
 - Sirve para explicar vs explica
 - Efectuar una prueba vs probar
5. Ser precisos. Ciertas expresiones, que emplean palabras con marcada polisemia, pueden confundir al lector, especialmente si se descontextualizan (un titular recopilado en otro lugar distinto del original). Si nos referimos a cuestiones meteorológicas es mejor hablar de “clima” que de “tiempo”.
6. Utilizar la negrita y el destacado. Las partes más importantes deben sobresalir. Los textos en negrita o destacados (cursiva) deben contener la esencia del total.
7. Usar encabezados para organizar el texto. Ayudan a estructurar mejor los textos, otorgan tamaños de letra proporcionales a la importancia de cada parte, mejoran la lectura en dispositivos adaptados y la presencia en los buscadores.
8. Estilo de pirámide invertida. La idea principal o conclusión del texto debe escribirse al principio del mismo para lograr interesar al usuario en la lectura de éste. Después se debe continuar con los razonamientos generales que sustentan el argumento.

Ejemplos:

Original

Nuestra entidad analiza los contenidos y la publicidad que emiten las radios y televisiones, tanto públicas como privadas, para garantizar que se adaptan a la ley y respetan los derechos de la ciudadanía.

Los contenidos de la programación y la publicidad que emiten las televisiones y radios deben respetar la libertad de expresión, el derecho de la sociedad a una información veraz y plural, el derecho al honor y la intimidad, la igualdad y no discriminación, así como la protección a la integridad física y moral de los menores de edad.

Nuestra entidad pone al servicio de la sociedad la Oficina de Defensa. Una herramienta creada para atender las quejas, sugerencias y peticiones de espectadores o radioyentes si consideran vulnerado alguno de estos derechos en la programación y publicidad de los medios audiovisuales.

Otra de las funciones de nuestra entidad consiste en el fomento de la mediación entre los agentes del sector audiovisual y la sociedad para mejorar la calidad de los contenidos, adaptándolos a las reglas éticas fundamentales de la comunicación. Esta tarea da lugar a la elaboración conjunta de códigos deontológicos o de buenas prácticas.

Con el fin de aumentar el conocimiento sobre diversos aspectos del sistema audiovisual, nuestra entidad elabora estudios de diferente índole que constituyen una herramienta de primer orden para orientar la toma de decisiones del propio órgano.

Para el ejercicio de sus funciones, nuestra entidad dispone de un sistema de seguimiento de medios que graba y archiva las emisiones de radio y televisión. Con este sistema, grabamos semanalmente un total de 13.200 horas de televisión y 1.500 horas de radio.

Propuesta

¿Qué hacemos?

Nuestra entidad se encarga de garantizar que los contenidos de la televisión se adaptan a la ley y respetan los derechos de la ciudadanía.

También fomenta la mediación entre los agentes del sector audiovisual y la sociedad. Buscamos el mejorar la calidad de los contenidos, adaptándolos a las reglas éticas de la comunicación, creando conjuntamente códigos de buenas prácticas.

También buscamos aumentar el conocimiento sobre el sistema audiovisual, por eso elaboramos estudios para orientar la toma de decisiones del propio órgano.

¿Por qué lo hacemos?

Los contenidos que emiten televisiones y radios deben respetar derechos básicos: libertad de expresión, el derecho de la sociedad a una información veraz y plural, el derecho al

honor y la intimidad, la igualdad y no discriminación, así como la protección a la integridad física y moral de los menores de edad.

¿Cómo lo hacemos?

Con la Oficina de Defensa, creada para atender quejas, sugerencias y peticiones de espectadores o radioyentes si consideran vulnerado alguno de estos derechos en la programación y publicidad de los medios.

Mediante un sistema que graba y archiva las emisiones de radio y televisión (semanalmente son 13.200 horas de televisión y 1.500 horas de radio).

Enlaces de interés:

<http://usalo.es/77/escribir-para-la-red/>

<http://blog.fucsio.com/escribir-para-la-red-10-reglas-de-oro/>

<http://www.ecuaderno.com/2005/02/22/escribir-para-la-web/>