

[Inicio](#) » [Usabilidad y Accesibilidad](#) » [Artículos sobre Usabilidad](#) » **Escribir noticias para la web. Dos enfoques**

Escribir noticias para la web. Dos enfoques

Hay dos formas básicas de entender la creación de noticias para la web: buscar atraer y agradar a los lectores o informar asépticamente. La inmensa mayoría de los que crean noticias para la web estarán en el primer grupo. Sólo los grandes medios podrán permitirse hacer noticias web totalmente asépticas. Este último es el caso de [BBC-News](#).

Por **Juan Carlos García Gómez**

Artículos publicados: 2
 Valoración media: 4.54/5
 Usuario desde: 25/08/2005

Por supuesto, las recomendaciones generales básicas sobre [escribir para la web](#) siguen siendo válidas en ambos casos.

Aspectos diferenciadores del lenguaje

La web tiene ciertas peculiaridades que influyen en la forma de contar las noticias. Francisco Yus (2003) señala la inmediatez, ubicuidad, interactividad, tiranía de la pantalla y multiplicidad de formatos.

Inmediatez. La web implica información inmediata. Se escribe para quien no conoce aún la noticia. El periódico impreso aporta más reflexión, la esencia de la noticia suele ser conocida ya por el lector. Es decir, la web cuenta **el hecho**, el diario impreso **las consecuencias**, el análisis del hecho. Por ejemplo:

- Titular para la web: "*El gobierno aprueba 20 hectómetros de trasvase para beber*" (acaba de producirse la noticia y se cuenta el hecho)
- Titular para el diario impreso: "*Las comunidades de Valencia y Murcia estudian protestar por el trasvase*" (el hecho es de ayer, hay que ir más allá, en este caso las repercusiones del hecho).

Ubicuidad. Es necesario un alto grado de neutralidad del español empleado (panhispanismo):

- Los giros locales aportan expresividad, pero también confusión
- El lenguaje empleado deber ser entendible por todos. Ejemplo: *ingresar* o *internar* -> hospitalizar
- El precio de un lenguaje neutral es la posible pérdida de expresividad

Interactividad. La retroalimentación del lector es, o puede ser, mucho más inmediata, a través del correo electrónico, encuestas de opinión o comentarios a las noticias (como el caso de [20 Minutos](#)).

Tiranía de la pantalla. Al lector no le gusta el desplazamiento vertical. Ello condiciona la forma de editar el texto y propicia la necesidad de segmentarlo en bloques más pequeños.

Multiplicidad de formatos. La disposición de elementos, el diseño de página, puede hacer que la atención del lector no se centre en lo esperado (véanse los [estudios de Eyetrack](#) o sobre [legibilidad y formato](#)).

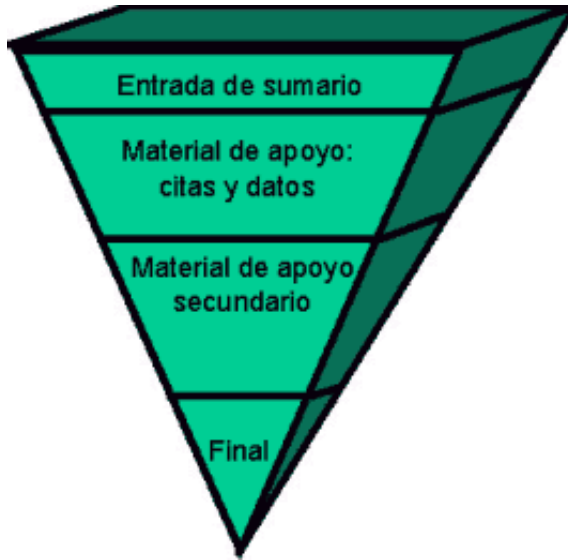
Últimos artículos

- [Escribir noticias para...](#)
- [Escribir para la red](#)
- [Accesibilidad y usabil...](#)
- [Usabilidad y los corre...](#)
- [El quinto Beatle de la...](#)
- [Un plan de navegación](#)
- [Tipos de evaluación](#)
- [Evaluación heurística ...](#)
- [Test de usuarios](#)
- [Errores frecuentes en ...](#)
- [Problemas en la evalua...](#)
- [Usabilidad mal entendi...](#)
- [Diarios de compra - Us...](#)
- [¿Porcentaje o Pixel?](#)
- [Optimización](#)

de la pág...
- [Paginas corporativas](#)
-...
- [Proyectos Hipermedia](#)
Y...
- [El concepto de computa...](#)
- [Pensar en usabilidad:](#)
-...
- [El log de visitas ayud...](#)
Mejor valorados
- [Escribir para la red](#)
- [El log de visitas ayud...](#)
- [10 Puntos sobre usabil...](#)
- [El Copyright](#)
- [Proyectos Hipermedia](#)
Y...
- [¿Porcentaje o Píxel?](#)
- [Paginas corporativas](#)
-...
- [Optimización de la pág...](#)
- [Por qué construir pági...](#)
- [Vídeo para internet](#)

La pirámide invertida

Los cánones del periodismo clásico apuntan, entre otras cosas, al respeto fiel a la [pirámide invertida](#).



La filosofía de la pirámide invertida es **empezar el relato por lo esencial y seguir con los aspectos secundarios**, para que el lector sepa lo básico aún cuando deje de leer enseguida.

Son varias las teorías acerca de cómo enfocar la redacción de noticias en la web en relación con la pirámide invertida.

Unas teorías sugieren la necesidad de aferrarse más que nunca a ella, pues los lectores en la web son aún más inconstantes que en el medio impreso, por lo que la inmensa mayoría abandonará la lectura del texto al principio de éste. **Como no se puede evitar la fuga del lector mejor darle lo básico al principio.**

Otras teorías, por contra, utilizan ese mismo argumento para justificar la necesidad de relajar un poco el empleo de la pirámide invertida, precisamente con el objeto de conseguir que el lector no abandone el texto tras el primer párrafo. Los defensores de esta teoría consideran que **sí podemos evitar que el lector se fugue tras leer unas pocas líneas.**

Noticias cálidas para atraer lectores

Si lo que buscas es escribir en la red noticias cálidas y atractivas, quizá te sea más aplicable el segundo caso, el de aquellos para los que no es recomendable seguir del todo la idea de la pirámide invertida.

Actualiza. Funcionan mejor los sitios con información muy específica y novedades regulares.

Filtra. El primer trabajo periodístico es hacer de filtro (el trabajo de *gatekeeper* lo llaman los más académicos, o "periodificar" los más pedantes). Se filtra en tres vertientes:

- Seleccionar los temas que interesan.
- Ordenar los datos.
- Dar un enfoque al texto.

La objetividad no existe. En realidad, tener un punto de vista ayuda a entender la esencia de un tema. La mera relación de datos y hechos no consigue necesariamente que se entienda la relación entre ellos. Un posicionamiento claro fija el punto de vista del medio. La ambigüedad puede generar desconfianza.

... Al fin, el protagonista termina el primer borrador del artículo.
Walter Matthau: "No mencionas al periódico, nos perdemos los laureles".
Jack Lemmon: "Eso está en el segundo párrafo".

Walter Matthau: "¿Y quién diablos va a leer el segundo párrafo?. Llevo quince años enseñándote cómo se escribe un artículo".
Primera Plana (1974), de Billy Wilder.

Usa anzuelos. La mayoría de lectores no pasa del segundo párrafo. Mete anzuelos en la entradilla para intentar engancharles hasta el final. Saca el protagonista al principio, dile porqué debe seguir leyendo.

La entradilla lo último. Aunque aparece al principio, es bueno redactar la entradilla después de escribir la noticia. Así tendrás una visión de lo que realmente has contado.

Datos. Usa datos para atraer los buscadores.

- Piensa los descriptores de la noticia y ponlos al principio (título y entradilla).
- Intégralos, pero de forma natural. Recuerda que son personas las que han de leerlo, al fin y al cabo.

Pocos antecedentes. Hay que poner antecedentes, pero sin pasarse. La noticia es la que cuentas ahora, no lo que pasó antes. Lo mejor es un breve antecedente y usar enlaces a noticias anteriores.

Segmentar. Si la historia es larga, divídela en fragmentos coherentes de 250-300 palabras y enlázalos, por ejemplo, dentro de un recuadro o en un despiece (una noticia menor dentro la noticia principal) con una lista de títulos con enlaces a los textos de esas piezas.

Usa citas. Las comillas, las citas textuales, dan brillo y credibilidad a los textos. Enriquece los textos documentándolos. Pero cuidado, todo lo que está escrito lo ha escrito alguien. Si no pones la fuente y las comillas pertinentes estarás plagiando. (Véase el caso [Javier Marín Ceballos](#) vs. [Psicobite](#))

Multimedia. Incluye multimedia si puedes. Escribe una pequeña explicación junto al enlace al fichero multimedia que hable sobre lo que se va a descargar y porqué vale la pena esperar.

Enlaza. Utiliza los enlaces para ampliar información (además de para citar e indicar la fuente).

Si pones enlaces los lectores se irán y no volverán

No. Si pones buenos enlaces volverán precisamente por eso. Se irán cuando quieran, tú no les puedes obligar de ningún modo a que se queden.

Recopila. Reúne historias relacionadas. Puedes hacer una edición especial simplemente reuniendo unos pocos enlaces y explicándolos, es decir, integrando varias noticias relacionadas con documentación y multimedia.

Información pura. El estilo BBC-News

Pese a lo dicho anteriormente, la noticia pura también existe. Es sosa, impersonal, fría. Es, simplemente, información a secas, sin aditamentos, sin guiños. La información y nada más.

Pueden permitirse este estilo los medios que no necesitan atraer lectores continuamente, porque ya los tienen, los que no han hacerse un nombre, porque ya son muy conocidos y reputados. El ejemplo paradigmático de ello es [BBC-News](#).

El [libro de estilo de noticias de la BBC](#) ya se ha convertido en una referencia para la escritura de noticias web en inglés.

Para el caso de las noticias en español de la BBC, [Marcelo Risi](#), corresponsal del "BBC World Service" en España, durante su presencia en el [II Foro de Periodismo Digital de Estepona](#), resumía las pautas básicas que siguen los redactores de BBC Mundo para la elaboración de sus noticias ([vía María Gómez](#), de [mmcc digital](#)):

- **Facilitar la lectura:** viñetas en lugar de párrafos extensos, sobre todo si puede desglosarse el texto.

- **Entradillas claras:** no hay tiempo para la creatividad en dos líneas.
- Una idea por párrafo
- **Párrafos cortos:** 1 ó 2 frases por párrafo.
- **Noticias no extensas:** Máximo de 400-500 palabras hasta 600.
- (Debe) incluir **audio y vídeo**.
- Lo básico en **4 párrafos:** esencia y contexto en esos 4 párrafos.
- **No dar por supuesta la información:** huir de expresiones parecidas a *como es sabido, nuevamente, una vez más...* Los lectores no tienen por qué conocer la información.

Veamos el aspecto de una noticia típica de BBC-News (en español):

The image shows a screenshot of a BBC Mundo news article titled "Nueva ofensiva de EE.UU. en Irak". The article is annotated with red arrows and text boxes explaining its structure:

- Titular:** Qué, quién y dónde (points to the main headline).
- Entradilla:** Quién (exactamente) Qué, cuándo, dónde, cómo (contra quién) (points to the first paragraph).
- Noticias relacionadas. Seguimiento del tema:** (points to the "NOTAS RELACIONADAS" sidebar).
- Documentación. Contextualización general:** (points to the "VÍDEOS" and "FUENTES" sections).
- Sumario. Lectura de primer nivel:** (points to the "RESUMEN" section).
- Lo fundamental en 4 párrafos:** (points to the first four paragraphs of the main text).

The article content includes: "Tropas de Estados Unidos y de Irak lanzaron una ofensiva este sábado en la frontera siria contra 'militantes' de al-Qaeda.", "Unos 2.500 infantes de Marina de EE.UU. se sumaron a contingentes locales, que por primera vez se han movilizado a nivel de batallones.", "El ejército estadounidense indicó que la operación 'Cortina de Acero' se desarrolla en los alrededores de la localidad de Husaybah, ubicada en la occidental provincia de Anbar, a unos 320 kilómetros al oeste de Bagdad.", "El objetivo 'es restaurar la seguridad a lo largo de la frontera sirio-iraquí y destruir las redes de al-Qaeda que operan en Husaybah', explica un comunicado militar.", "Se espera que los soldados ubiquen insurgentes y sus refugios con el fin de asegurar una pacífica elección parlamentaria el próximo 15 de diciembre.", "EE.UU. cree que la zona es utilizada por insurgentes y al-Qaeda para el contrabando de armas, equipos y combatientes extranjeros.", "No es que pasen batallones, pasan los líderes, el hombre de las finanzas, el experto en demoliciones", explicó el Coronel de Infantería de Marina, Stephen Davis, a la agencia AFP.", "EE.UU. informó en agosto pasado que había matado a uno de los líderes de al-Qaeda en Irak, Abu Islam, tras un ataque aéreo sobre Husaybah."

[Ampliar la imagen de la noticia BBC-News en español]

Otro aspecto que cuidan las noticias de BBC-News es que aportan otros elementos de primera lectura (sumarios), así como enlaces con documentación y noticias relacionadas.

Este modelo de noticia ofrece sólo información pura y dura. Sin nada más.

Ni falta que le hace.

Referencias:

- [Las normas del periodismo en internet de la BBC](#) (María Gómez Bravo. MMCC Digital)
- [Texto vivo. Escribir para la web](#). Jonathan Price y Lisa Price. ([Web Writing That Works!](#))
- [Escribir para la red \(Úsalo\)](#).
- [Columnas, anchos de línea y legibilidad \(Úsalo\)](#).
- [Guía rápida para escribir para la web](#) (Galinus)
- [De la pirámide invertida al hipertexto. Hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital](#). (R. Salaverría)
- La lengua de los medios en la red y su interpretación. Francisco Yus. En: [Manual de redacción ciberperiodística](#). Díaz Noci y Salaverría (2003)

Bio:

Juan Carlos García Gómez

Aprendiz de todo, maestro de nada. Entre la documentación y el periodismo se desenvuelve, con más ilusión que acierto, este murciano albataliense.

[Úsalo. Usabilidad para todos](#)


Otros artículos recientes de este autor:

- Usabilidad y Accesibilidad. [Escribir para la red.](#)

Fecha publicación: 05/01/2006

[Más artículos](#)

Valoración

Este artículo ha sido valorado 1 vez. Valor:  [5/5]

Malo----->Normal----->Bueno

Comentarios

Añadir un comentario

Si no está de acuerdo con algo o quiere añadir más información al respecto puede incluirla añadiendo un comentario.

Nombre:

E-Mail: (opcional)

Los comentarios son moderados, no aparecen inmediatamente, son leídos por el administrador y **publicados según el interés para otros lectores.**

Se reserva el derecho de publicación de los comentarios introducidos.

Colabora

¿Te sientes capacitado para escribir un artículo como este? ¿Te gustaría colaborar escribiendo artículos en WebEstilo? [Háznoslo saber !!](#)

He incrementado en un 600% mis ganancias

[Joaquin autor de WebEstilo.com](#)

WebEstilo.com - Introduzca su e-mail y conozca las novedades. No hacemos Spam.

[Maestrosdelweb.org](#)

[Cocina Facil](#)

Enlaces

[Desarrolloweb.com](#)

[IngenieroSoftware.com](#)



Web WebEstilo.com

[Autor](#) | [Colabora](#) | [Aviso Legal](#) | [Recomiéndanos](#) | [Errata](#) | [Enlázate](#) | [Contratar publicidad](#)

Última modificación: 25 de Agosto de 2002. Spain - España.

© 1998-2004 por Joaquin Graça. Todos los derechos reservados.