TEMA 5. COMO FACER ATRACTIVOS OS CONTIDOS QUE PUBLICAMOS NA WEB

Obxectivos

Comprender cales son algúns dos elementos que provocan maior complexidade na comprensión dos textos para consecuentemente **evitalos** na nosa produción textual.

Interpretar algunhas claves sobre a posibilidade de crear **contidos interesantes** e **axeitados á web.**

Introdución

Ao longo deste pequeno curso vimos moitas das pautas fundamentais para producir textos claros, lexibles e axeitados para a web. Neste último tema intentaremos presentar algunhas pautas e claves para **mellorar con maior detalle a nosa produción textual.**

A nosa función docente será moito máis grata canto máis dominemos as habilidades básicas da comunicación oral e escrita. E nestes tempos non podemos esquecer que as destrezas para **comunicármonos no medio web** son cada vez máis necesarias para comprender e enfrontar a tarefa educativa.

Intentaremos achegarvos receitas como a de pensar nos títulos que mellor poden funcionar, en frases curtas que provocan unha lectura de maior claridade do texto, etc.

Palabras que non funcionan para iniciar títulos

Os artigos están na categoría das peores palabras para iniciar títulos, intertítulos e ítems en enumeracións. Unha das razóns

máis elementais é a de que os artigos son os primeiros elementos prescindibles cando se trata de axustar a lonxitude da frase a campos limitados por caracteres.

Outra das razóns que Nielsen engade é que a información está organizada en moitas ocasións por **orde alfabética**, logo non nos interesa que os nosos artigos perdan a súa identidade con comezos xenéricos con O, A, Os, As, Un, Unha, etc.

Ademais de **non recomendar o uso dos artigos para os inicios e títulos**, tampouco se recomenda comezar con **expresións de enlace** como: ademais, así, así pois, de certo, de feito, de todas as maneiras, de momento, despois de todo, dito isto, en efecto, nunha palabra, en fin, etc.

A idea de transmitir contidos claros e concisos volve estar detrás desta recomendación.

Comezos e finais

No seu libro *Ferramentas de escritura: 50 estratexias esenciais para todos os escritores*, Roy Peter Clark fai unha aproximación á xerarquización dos elementos da frase parcialmente diferente. Recomenda que ademais de utilizar palabras **fortes** ao **comezo** das frases o fagamos tamén nos **finais**.

Aínda que debemos sinalar que esta recomendación non está orientada especificamente para textos Web, é moi aplicable para escritos desta natureza.

Puntos e comas

Clark tamén sinala que en calquera frase a **coma** actúa como **redutora de velocidade** e o **punto** como un sinal de **parar**. No punto, a idea da frase complétase. A pequena pausa no fluxo da lectura resalta a palabra final.

Este efecto intensificado ao final do parágrafo, onde as palabras finais con frecuencia limitan con espazo en branco, fan que os ollos das persoas lectoras sexan atraidos polas **palabras próximas**

aos espazos en branco. Comenta Clark que colocar as cousas fortes ao comezo e ao final permite a quen escribe colocar as cousas máis débiles na metade.

Atribucións e citas

Esta estratexia da que vimos falando de colocar as cousas que se deben resaltar ao **comezo** e ao **final** tamén funciona para **citas**, que poden ir na metade da frase e non ao comezo. Recoméndasenos comezar cunha boa cita, deixar a atribución no medio e finalizar de novo cunha boa cita.

Con este tipo de recomendacións conseguiremos eliminar a fórmula de arrancar o parágrafo con frases como: Segundo a persoa afectada, De acordo á persoa afectada, etc.

Contidos interesantes

Os textos que redactamos para a web pretenden informar e documentar. Van dirixidos a lectores e lectoras que habitualmente están interesados en ler detidamente o contido. Por estes motivos o mellor é comezar por interesar, despois desenvolver e rematar cunha conclusión ou resumo.

Interesar

No primeiro parágrafo do texto explícase e exponse o tema que imos tratar, a modo de introdución para interesar ao público lector. O estratéxico é despertar o interese das persoas lectoras posto que das primeiras liñas vai depender que permanezan na páxina e continúen lendo. Unha das alternativas posibles é a de xerar intriga colocando preguntas abertas, comparacións que son preguntas para facer pensar a quen le, etc.

Desenvolver

No desenvolvemento explicaremos a partir da información ofrecida na primeira parte para xerar ese interese. Mais non será suficiente con explicar senón que debemos convencer cos nosos argumentos, informacións ou documentacións. Para este fin podemos utilizar a demostración ou mesmo exemplos e experiencias reais.

Concluír

Na conclusión podemos sintetizar e colocar a conclusión final do noso escrito. Podemos, ao tempo, resumir en poucas liñas o que estivemos desenvolvendo ao longo do texto. Iso si, debemos ter en conta a idea de fuxir da repetición.

Creatividade

As carencias para comunicármonos a través da web están aínda presentes neste medio tan interesante pero non de todo maduro. A pesar das diferentes pautas, estudos e reflexións que temos achegado neste curso temos que sinalar que xerar textos creativos na web é un traballo aínda en **evolución** que dialoga cun contexto no que as habilidades de comunicación na web teñen moito potencial por desenvolver.

Unha grande parte das persoas que escriben ben no ámbito do impreso non saben comunicarse de xeito creativo e persuasivo a través da web, xa que non é sinxelo coñecer o funcionamento aínda por descubrir deste medio en evolución.

Por que algúns textos non atraen se teñen un contido de alto nivel?

O problema é que as persoas que os producen descoñecen os **fundamentos básicos** para escribir na rede. Aplican os seus coñecementos para xerar material impreso. E por suposto, nesta liña aplican tamén os criterios clásicos do que significa a creatividade na produción de textos impresos.

A lóxica lévanos a pensar que as novas habilidades e coñecementos para enfocar a nosa redacción web tamén traerán consigo pautas diferentes para presentar a creatividade na escritura web. Onde estará o límite do suspense en relación coa extensión do texto? Como podemos enfocar as metáforas, as comparacións, os exercicios estilísticos máis clásicos se temos moi pouco espazo para facelo?

Pois, de certo que a resposta a ten quen xa está, como vós, **adestrando a súa escrita para a web**. Os parámetros da creatividade no ambiente escrito web aínda están en pleno desenvolvemento. Mais cun coñecemento de redacción para o medio e co noso propio

esforzo creativo poderemos dar pasos adiante para introducir elementos de creatividade na web.

É posible a creatividade sen lectura?

A realidade é que a maioría das persoas que len textos na web non están dispostas a ler todo o que se escribe. Percorrerán o texto, como xa sabemos, cunha **mirada rápida**, se nada capta a súa atención é moi probable que se afasten cun clic sobre outra nova pestana.

De todas as maneiras, temos que sinalar que existen algúns elementos da creatividade que beben das máis antigas tradicións e que si poderían ter o seu uso na web tendo en conta o contexto. A idea dos clásicos gregos que nos dicían que abrísemos o discurso **captando a atención** é unha receita que encaixa marabillosamente cos requisitos da web. Do mesmo xeito a capacidade de sintetizar cunha boa expresión é un elemento valorado na creatividade clásica da produción textual.

En definitiva, temos moitos coñecementos anteriores cos que podemos aprender e experimentar para facermos entre todos unha internet creativa poboada de textos que atraian a lectura de quen nos visita.