

LEGAL TODAY, PAUTAS DE ESTILO

LEGAL TODAY

PAUTAS
DE ESTILO

INTRODUCCIÓN

El siguiente documento pretende clarificar algunos aspectos a tener en cuenta a la hora de elaborar los contenidos para Legal Today.

Redacción:

El ojo no lee igual en pantalla que en papel.

Principios de escritura web:

No se redacta igual en papel que online.

Extensión recomendada:

La lectura decae si la extensión es excesiva.



REDACCIÓN DE TEXTOS

A tener en cuenta:

1. El texto es lo primero que se ve de una página web, por encima del diseño (sobre todo títulos y destacados).
2. La lectura de un texto **en la web es un 25% más lenta** que en un medio escrito.
3. El **usuario suele ser impaciente**: no realiza una lectura palabra por palabra de una página: escanea, buscando la información deseada.
4. **Debemos escribir** teniendo en cuenta para qué público lo hacemos, **facilitando la lectura** mediante **frases simples**.



PRINCIPIOS DE ESCRITURA WEB

Recomendaciones:

- 1. Cuidar el estilo de redacción**, utilizando un tono adecuado para cada texto; evitar grandilocuencias, escribir al usuario de tú a tú. Textos directos y claros, los lean profesionales (primary audience) o personas interesadas en el Derecho (secondary audience: estudiantes, prensa especializada, público gral.).
 - 2. Facilitar la lectura.** Redactar para el escaneo.
 - a. Destacar texto usando **negrita**.
 - b. Organizar el contenido según el estilo de **pirámide invertida**: de **mayor a menor interés**.
 - c. Emplear listas: se leen mejor y ayudan a ofrecer enlaces relacionados.
 - 3. Frases sencillas:**
 - a. Un párrafo, una idea.
 - b. Pensemos si podemos dividir en dos un párrafo de 6-8 líneas.
 - 4. Lenguaje simple e informal, la lectura es más rápida.**
 - a. Mejor verbos fuertes que débiles. Llamar la atención del lector.
 - b. Ser precisos.
-

PRINCIPIOS DE ESCRITURA WEB

5. Titulares y subtítulos:

- a. **El título** de una página web debe entenderse por separado (auto-descriptivo), ser breve y usar sólo palabras significativas (ni artículos ni preposiciones).
- b. Conviene evitar los signos de puntuación (“;”, “:”, “.”).
- c. Los **titulares y subtítulos** de una página deben **indicar con claridad el contenido** de las secciones que titulan, de **forma directa, breve y sencilla** (sin metáforas ni juegos de palabras).

6. Títulos:

- a. Claros.
- b. Recomendable: no superior a 60 caracteres.
- c. Con gancho (humor, sorpresa, atractivo, provocativo).
- d. La primera palabra debe tener sentido por sí sola.

7. Contenido:

- a. Pirámide invertida (1 párrafo = 1 idea).
- b. Párrafos de 5 líneas.
- c. Frases de 20 W.
- d. Economía del lenguaje (textos largos desaniman la lectura).

8. El ojo escanea

- a. Negritas.
 - b. Bolled point.
-

PRINCIPIOS DE ESCRITURA WEB

9. Precisión, claridad y concisión.
10. No escribir en infinitivo.
11. Siglas: sólo las conocidas (TS, TC).
12. No mayúsculas: ralentizan la lectura.
13. Voz activa: la pasiva quita fuerza al sujeto.
14. Objetividad.
15. Links.
16. Apoyar el texto con fotos y gráficos.



NO PERDER DE VISTA

A la hora de escribir un texto, conviene tener en cuenta:

- a. Objetivo:** determinar con claridad la finalidad del contenido.
- b. Descripción:** cada sección tiene diversas subsecciones, con contenidos específicos.
- c. Tono y Forma:** qué se cuenta y cómo se cuenta son igual de importantes.
- d. Público Objetivo:** hay que escribir pensando en el usuario.
- e. Valor añadido:** redactar pensando en aportar valor añadido al usuario.



RESUMIENDO

Cómo ha de ser un contenido en Legal Today:

- a. Título breve**, con gancho, atractivo.
 - b. Texto** (1 – 3 folios de extensión – letra 12).
 - c. Negritas** (incluir negritas en los elementos más relevantes del contenido).
 - d. Listados** (cuando haya alguna enumeración, poner bulled point).
 - e. Hipervínculos** (La información conviene que tenga links alusivos al texto, pues da riqueza).
 - f. Te recomendamos** (Vincular la información con sus productos y servicios más alineados).
-

LEGAL TODAY.
PAUTAS DE ESTILO.

