



LA NOTICIA PARA LA WEB

“El éxito de su sitio web depende en buena medida de la calidad de las palabras que usted usa en él. Las palabras son el activo fundamental del sitio web. Los datos, clasificación y navegación se componen de palabras. El contenido depende de palabras. Que la audiencia encuentre el sitio a través de motores de búsqueda, depende de palabras. Siendo así ¿por qué muchos sitios web dan a las palabras tan poca importancia?” Gerry McGovern.

Entre los géneros periodísticos encontramos la noticia, el informe, el reportaje, la crónica y el comentario. Según Fernando Ávila, en su libro “Introducción a la Redacción Periodística”, en los cuatro primeros se usa el estilo informativo y para el comentario se utiliza el estilo de opinión.

Recordemos qué es noticia:

Noticia es el registro de sucesos recientes. Una noticia puede contener información sobre algo que pasó, que está pasando o que va a pasar. Las noticias deben ser claras, precisas, veraces y obtenida de fuentes de información confiables. Generalmente, las noticias son transmitidas por medios de comunicación como radio, televisión, prensa, e Internet.

Una noticia completa debe responder a las siguientes preguntas:

¿Quién o Quiénes? ¿Qué? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué? ¿Cómo?

Partes de un noticia: Título, lead o encabezado y desarrollo de la noticia o cuerpo de la noticia

Observemos la siguiente fotografía y preguntémonos

Proyecto
"Gestión del conocimiento e intercambio de experiencias
entre Telecentros Compartel y Telecentros comunitarios"



Fotografía: Tomada por Olga Paz de Colnodo

- ¿Quiénes son ellos?
- ¿Qué están haciendo?
- ¿Cuándo lo hicieron?
- ¿Dónde se encuentran?
- ¿Por qué lo están haciendo?

Ejercicio 1:

Tomando la foto como un eje de partida construya una noticia relacionada con la fotografía (La noticia puede ser ficticia). Recuerde tener en cuenta las cinco preguntas y la estructura general de la noticia. Le recomendamos revisar la presentación en power point sobre "La noticia" que se encuentra en los "materiales de apoyo".



1. Características de los medios virtuales:

- Las superficies virtuales e hipertextuales.
- La escritura no lineal.
- Las limitaciones de la lectura en monitor.
- Las características del usuario de la web.
- La enorme competencia de contenidos disponibles en la red.

1.1 Características del usuario Web:

- Busca algo y cuenta con poco tiempo para encontrarlo.
- El monitor no es el medio ideal de lectura, la lectura es más lenta, menos cómoda, etc.
- El usuario enfoca la atención inicialmente en la parte derecha superior de la página y va dirigiéndose hacia el centro y luego a la parte inferior derecha.
- Casi un 80% de los usuarios, la mayoría, "escanea" la información, sólo se detiene y profundiza en lo relevante. Los sitios web son carteles puestos en una carretera.
- El usuario de la Web espera máximo unos 15 segundos para que la página descargue, después cierra la ventana.
- La velocidad de lectura en monitor es un 25% más lenta que sobre papel.
- No familiaridad con las superficies virtuales, la lectura no lineal, los hipertextos que de todos modos ofrecen tantas posibilidades para que el lector vaya de un contenido a otro, de un formato a otro, incluso de un tema a otro.
- No espera textos muy largos, con párrafos extensos.
- Prefiere resúmenes que indiquen el contenido.

Para complementar esta información le recomendamos leer el siguiente texto:

Eyetrack III: Cómo lucen los sitios web a través de los ojos de los lectores que se encuentra en el siguiente sitio web: <http://poynterextra.org/eyetrack2004/main-spanish.htm>

2. Recomendaciones para escribir en la web

2.1 Conocer a la audiencia

Identificar previamente la población objetivo del sitio web ayuda a definir el tono, el lenguaje y la forma de los contenidos. Si desea conocer más a su audiencia puede realizar grupos focales u otras actividades que permitan conocer la opinión sobre el sitio web.

2.2 Identificar el objetivo del contenido

Determinar el alcance del texto, lo que la audiencia desea conocer sobre el tema, el mensaje que los autores del sitio desean comunicar. No es lo mismo escribir y publicar un artículo para informar sobre un tema a cuando la intención es persuadir, prevenir a las personas sobre un hecho.



2.3 Definir el género informativo

Es necesario definir previamente qué género es más pertinente para presentar determinado contenido: noticia, informe, historia de vida, etc. En esta decisión pesa mucho el objetivo del contenido.

2.4 Elegir las palabras adecuadas

- Cada grupo de profesionales tiene una jerga, unos términos técnicos; si se usan y no son comunes es mejor explicarlos de modo sencillo.
- Para las siglas, debe identificarse lo que quieren decir la primera vez que aparecen en el texto.
- Si se trata de una noticia o contenido no orientado a expertos, es importante escribirlo para un nivel de lectura elemental.
- Es mejor preferir un lenguaje políticamente correcto, inclusivo, que no discrimine a algún grupo social.

2.5 Definir qué diseño tendrá el contenido en la web

Se debe facilitar la interacción entre el usuario y los contenidos. Se debe usar economía de recursos en las páginas donde se presentará el contenido para no saturar al usuario. Debe existir una identidad de imagen en la presentación de los contenidos. También de existir una unidad estilística, es decir, igual color de letra, tipo de letra, tamaño de la letra.

3. Estructuración de los contenidos para una noticia en la web.

Título
(Enlace funcional al artículo)





- El encabezado (la frase de entrada que contiene las conclusiones).
- El material que explica y amplifica el encabezado.
- Párrafos de contexto.
- Material secundario o menos importante.
- Muchos/as usuarios/as de la web sólo leen los títulos, resúmenes y encabezados.
- La información debe organizarse jerárquicamente para que tenga sentido y permita una identificación rápida.
- Dividir la información en unidades y presentarla en distintos niveles con párrafos cortos que llevan a información más detallada.
- Los temas y subtemas deben ser separados por encabezados.
- Generalmente se escribe en 3ra persona singular
- Para ver ejemplos visite las siguientes enlaces:
<http://www.rgs.gov.co/noticias.shtml?x=12855>
http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid_6105000/6105282.stm

4. Recomendaciones para escribir textos en la web

4.1 **Acertando en el título:** No es fácil elegir un título que se refiera o resuma el contenido y que además sea llamativo y efectivo. De un buen título depende que el cibernauta se quede en el sitio.

- Frases cortas y contundentes.
- Claros, directos, sencillos.
- Las frases con doble sentido se usan dependiendo del contenido.
- Estas mismas recomendaciones deben tenerse en cuenta para los títulos al interior del texto.

4.2 **Es recomendable entregar una idea por párrafo:** Con frecuencia, los usuarios que están escaneando el texto leerán solo la primera oración. Si usted cubre muchos temas en un simple párrafo, muchos usuarios nunca conseguirán ver la segunda idea, si la primera no detiene su ojo. Conserve los párrafos y oraciones cortas: Los bloques de texto en la web (párrafos) deberían tener no más de 75 palabras cada uno.

4.3 **Use pocas palabras:** Empaquete el máximo de información en el mínimo de texto. Se sugiere comenzar escribiendo pedazos de texto que estén entre 150 y 200 palabras con la meta de reducirlos a 55 ó 60 palabras.

4.4 **Rompa los párrafos largos en listados.**

4.5 **Use verbos fuertes:** Escriba, por ejemplo, “decidir” en lugar de “tomar una decisión”, “usa” en lugar de “hacer uso”, o “encuestar” en lugar de “hacer una encuesta”.

4.5 **Use la voz activa:** La voz pasiva pone la atención en la acción, no en los actores. Veamos un ejemplo: “usted cometió un error” (voz activa, 4 palabras).



“Un error fue cometido por usted” (voz pasiva, 6 palabras). La voz pasiva usa más palabras

4.6 **Evite el uso de regionalismos.** Los contenidos de Internet pueden ser vistos desde cualquier parte del mundo. En ese caso es necesario evitar el uso de palabras propias de una región o país. En algunos casos las mismas palabras tienen significados distintos en diferentes lugares.

4.7 **Ubique geográficamente.** Considerando que los/as usuarios/as de Internet pueden estar en distintos lugares, es adecuado localizar geográficamente los sitios de los que se habla, por ej: “En la ciudad de Cali, al suroccidente de Colombia...”. “Colombia, el país más septentrional de América del Sur...”

5. Debemos usar el hipertexto cuando:

- En el sitio ya existe información sobre el tema
- Se quiere complementar/ampliar referenciando otro sitio, publicaciones, etc.
- Si un párrafo contiene información de interés, pero no prioritaria.
- Presentar detalles, aclarar conceptos, continuar un tema

Cuando use el hipertexto debe:

- Usar pocas palabras (1 a 4), no exagerar en su uso)
- No repetir dos enlaces al mismo sitio en un texto.

Ejercicio 2:

Escoja un hecho noticioso real de su región o localidad y redacte una noticia para web que tenga en cuenta la teoría que se expuso anteriormente.