

## PAUTAS DE ESCRITURA DE BLOGS SIGA

Para mejorar el posicionamiento de nuestros blogs en los buscadores y facilitar la localización y acceso de los mismos a nuestros posibles lectores, desde el departamento de Comunicación y Marketing de SIGA hemos elaborado una serie de consejos como medida para unificar criterios de publicación y pautas de estilo comunes a todos los blogs.

1. **Las entradas han de tener una extensión máxima de 1 página o página ½.** De este modo, evitaremos que el lector haga *scroll*, es decir, que no tenga que bajar durante un buen rato la pantalla del ordenador. Asimismo, facilitamos la lectura a los usuarios que leen desde dispositivos móviles, como tabletas o *smartphones*.
2. **Títulos atractivos.** Máximo 70 caracteres y ha de contener las palabras clave para que el artículo se posicione bien. Es decir, palabras por las que un usuario buscaría en buscadores como Google para acceder a ese tipo de información. Por ejemplo, si un artículo versa sobre la declaración de la renta, debería aparecer esta palabra en el titular. También se posicionan bien los títulos que explican cómo hacer algo: “Cómo hacer la declaración de la renta”, por ejemplo.
3. **Escribe lo importante primero.** Haz una breve entradilla/introducción que sitúe al lector, tiene que quedar claro el tema del que se va a hablar. Además, tiene que ser un texto “gancho” que atraiga al lector a seguir leyendo el artículo.
4. **Contenido.** A continuación mostramos unas pautas que es recomendable, en términos de posicionamiento, tener en cuenta a la hora de redactar el contenido.
  - a. **Enlaces internos y externos.** Es muy importante que aparezcan para lograr un buen posicionamiento. Los enlaces han de ser tanto internos (referencias a entradas de otros blogueros de SIGA para generar tráfico) como externos.
  - b. **Uso de frases cortas.** Se recomienda el uso de frases cortas con el objetivo de agilizar y facilitar la lectura en internet.
  - c. **Palabras clave o etiquetas.** Facilita que los navegadores posicionen el artículo. Estas palabras clave han de estar reflejadas también en el titular.
  - d. **Piensa en el lector.** Haz que tu mensaje llegue de manera apropiada.
  - e. **No abusos de tecnicismos.**
  - f. **Uso de la negrita.** Para resaltar ideas o palabras, pero sin abusar.

- g. **Verbos en presente.**
  - h. **Voz activa en lugar de voz pasiva.**
  - i. **Empleo de numeraciones o apartados** cuando hay una lista de contenidos. Por ejemplo, se posicionan muy bien los listados tipo “10 claves para...” o “10 consejos para...”
  - j. **Imágenes.** Ayudan al posicionamiento de los blogs; al igual que las etiquetas o las palabras clave, y hacen más atractivo el texto. Las imágenes tienen que nombrarse de forma clara y con las palabras separadas por guiones, por ejemplo, declaracion-renta-2014.jpg y a ser posible debe rellenarse el texto alternativo para hacer más accesible la página. El texto alternativo es el que aparece en un recuadro amarillo cuando pasamos el cursor sobre una imagen.
5. **Conclusión.**Cuál es tu opinión acerca del tema. Se puede incluir alguna pregunta que incentive los comentarios en el post.
6. **Difusión del contenido.** Es conveniente que, en la medida de lo posible, los artículos de los blogs de SIGA se distribuyan entre vuestra red de contactos. De esta forma estaremos contribuyendo a que se sumen más lectores, a que nos conozcan y a que se mantengan informados.