

## Lineamientos para Escribir un Artículo para Lead Up

- Definir claramente de que trata su artículo empezando por una palabra clave. Esta palabra clave debe aparecer en su título así como en su introducción.
- Su título es su única oportunidad para que alguien haga clic en un artículo. No queremos que el título sea un «cebo de clics», pero lo necesitamos para comunicar a los lectores potenciales que leer el artículo tiene valor para ellos.
- El título debe responder a una de las siguientes preguntas para un lector:
  - ¿Por qué debería interesarme? (Según el título, deberían poder terminar la oración, «Debería interesarme esta publicación porque ...»)
  - ¿Cómo se relaciona esto con lo que ya sé?
  - ¿Cómo aplica esto a mi vida?
  - Cuanto más práctico, aplicable o útil les parezca el título a los lectores, más personas leerán el artículo. Si no se percibe como útil, habrá menos personas interesadas en leerlo.
  - (Tenga en cuenta que la edición impresa del AB titula los artículos de manera diferente a los artículos en línea. Mi preferencia es enviar el título para su publicación en línea y luego el AB puede cambiarlo en caso de que decidan imprimirlo).
- Las siguientes son «palabras de título magnéticas» que aumentan la probabilidad de que alguien encuentre el título lo suficientemente atractivo/relevante como para hacer clic en el artículo: cómo, usted, qué, dónde, por qué, cuándo, quién, cualquier número, un signo de interrogación (haciendo una pregunta)
- Se recomienda que escriba varios títulos para cada artículo y luego elija el mejor de ese grupo.
- Comience el artículo con un párrafo breve, contundente e interesante. Cuente una historia muy corta o presente su tema con algo interesante.
- Su artículo debe contener tres secciones: una introducción atractiva, un cuerpo informativo y una aplicación final clara. A menudo es útil tener la conclusión en mente antes de escribir el artículo. Pregúntese: ¿qué es lo que el lector **debe hacer** como resultado de la lectura de este artículo?
- Divida el cuerpo del artículo con títulos. La legibilidad en línea es mejor cuando no hay más de 300 palabras debajo de cada título, pero nos engañamos con esto. Los encabezados siguen pautas similares a los títulos
- **Usa voz activa.** Esto es enorme.
- Recorta palabras de relleno como «solo» y «eso» (aquí hay una lista: <https://grammar.yourdictionary.com/grammar/style-and-usage/avoid-these-filler-words-in-your-writing.html> )
- Utilice muy pocos adjetivos y adverbios. En cambio, concéntrese en verbos y sustantivos fuertes.
- Use palabras de transición
- Trate de mantener las oraciones en 20 palabras o menos.
- Mantenga los párrafos cortos: no más de 150 palabras. Si tiene un párrafo largo, considere seguirlo con un párrafo de 1 línea. Esto se debe a que la gente lee las pantallas de manera diferente a las impresiones. La capacidad de atención es mucho más corta, por lo que dividir el texto les ayuda a seguir leyendo.
- Cuando escriba, asegúrese de incluir imágenes concretas. Si no puede pensar en una buena imagen concreta para su artículo, sus imágenes no son lo suficientemente fuertes. Las buenas imágenes hacen que la gente lea por más tiempo.