



10 ESTRATEGIAS

PARA REDACTAR CONTENIDOS ELEARNING

SHIFT
DISRUPTIVE LEARNING

Tabla de Contenidos

Introducción	3	Estrategia #6:	16
Estrategia #1:	5	Utilice el tono adecuado	
Escriba para su audiencia		Estrategia #7:	18
Estrategia #2:	7	Contenido relevante y útil	
Planee antes de escribir		Estrategia #8:	20
Estrategia #3:	10	Palabras emotivas y poderosas	
Texto fácil de leer		Estrategia #9:	22
Estrategia #4:	12	Titulares llamativos e informativos	
Escriba de forma concisa		Estrategia #10:	24
Estrategia #5:	14	Utilice el humor	
Humanice la redacción		Conclusión	26

Introducción

EL TECLADO

~~La pluma~~ es más poderoso que la espada.

La palabra escrita tiene gran alcance. Puede alentar o desalentar, inspirar o deprimir, emocionar o entristecer, educar o inducir a error, y entretener o ponerlo a dormir.

Como diseñador instruccional, usted conoce el impacto que un curso de eLearning puede tener en el estudiante. Si está bien redactado, puede llegar a crear conciencia, inspirar a los estudiantes a renunciar a formas de pensar obsoletas, a adoptar nuevas actitudes o cultivar hábitos positivos, aprender nuevas habilidades y superar los obstáculos en su camino hacia el éxito.

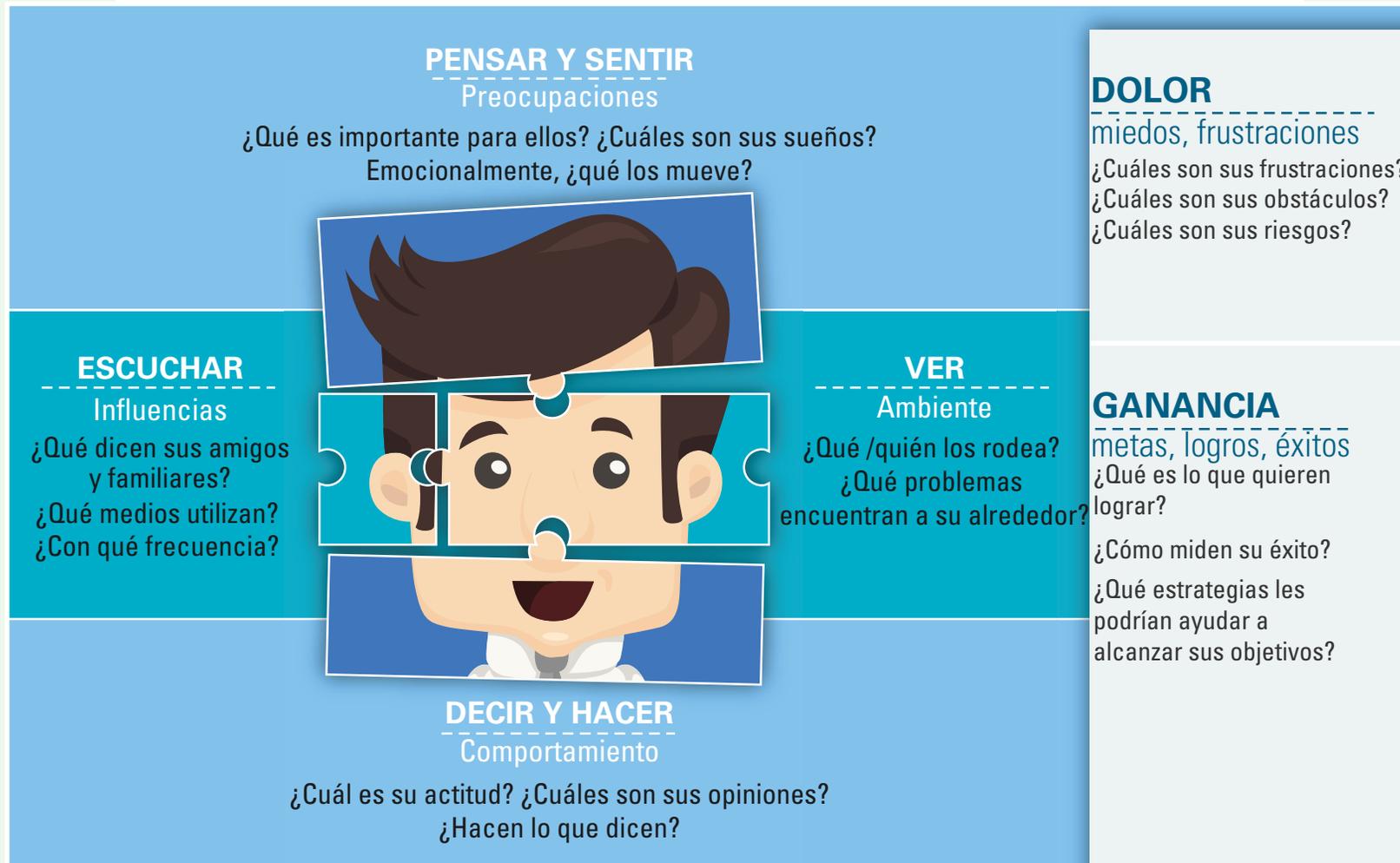
Como parte de su trabajo, usted tiene que escribir introducciones llamativas, crear escenarios realistas, contar historias que

entretengan y eduquen, plantear preguntas de evaluación retadoras, e incluso preparar guiones que contengan emociones. A medida que avanza en sus diversas tareas de redacción, hay que tener siempre en cuenta que cualquier contenido que redacte debe:

- ✓ Llamar la atención
- ✓ Mantener el interés del estudiante
- ✓ Cumplir con los objetivos de aprendizaje

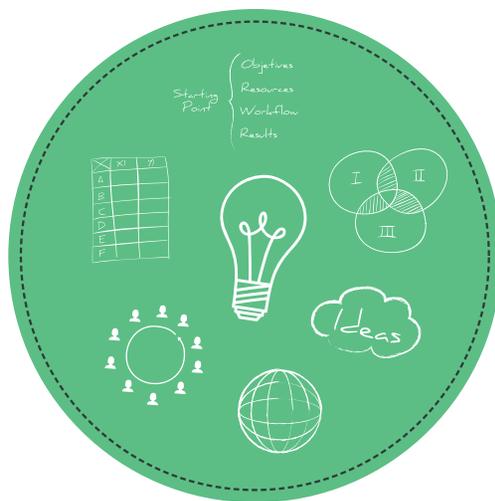
Esa es una tarea difícil y es más fácil decirlo que hacerlo. Por eso hemos desarrollado este libro, para ayudarle a dominar el arte de la redacción para cursos eLearning.

Mapa de la Empatía



Estrategia #2:

Planee antes de escribir



¿Cómo viaja usted? En primer lugar, usted decide a dónde ir. Luego descubre el mejor momento para visitar ese lugar. Después coordina la compra de los tiquetes de avión y el alojamiento. Finalmente, usted traza un itinerario. Si usted no planea sus vacaciones meticulosamente, es posible que surjan inconvenientes y no tenga tiempo para hacer todo lo que quiere.

Escribir un curso de eLearning no es nada diferente a la planificación de unas vacaciones; tiene que planificar cada detalle a la perfección antes de crearlo. Para ello, un guion, o storyboard, es de gran utilidad.

Sin embargo, escribir un guión no se trata solo de transferir el contenido de un PDF directamente a una pantalla. Usted debe tener en mente factores diversos, como los objetivos de aprendizaje, la naturaleza del contenido, los dispositivos en los que se mostrará el curso, entre otros. No puede dejar caer por accidente el contenido en las pantallas con la esperanza de que los estudiantes aprendan todo de forma efectiva.

Los storyboards o guiones proporcionan muchos beneficios, entre ellos:

- Mostrar cómo los contenidos y elementos se relacionan y encajan entre sí
- Generar un plan claro para la gestión de proyectos
- Asegurar que usted, los clientes y los demás miembros del equipo estén en la misma página.

El proceso de Storyboarding

La creación en sí del guion o storyboard depende de cada persona; sin embargo, aquí le compartimos una guía básica de preguntas a las que debe responder antes de empezar a escribir:



ORGANICE LOS MATERIALES



¿Tiene contenido disponible en este momento para empezar o lo tiene que recolectar?

Asumiendo que lo tiene...

¿qué es información importante? ¿Y qué ¿Y qué es información secundaria que podría dejar por fuera?

DEFINA LOS OBJETIVOS



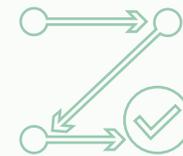
¿Cuál es el objetivo de aprendizaje? ¿Tiene objetivos secundarios? Es importante que sus objetivos no solo comuniquen el qué, sino también por qué y cómo los estudiantes usarán ese conocimiento en la vida real.

SELECCIONE LA TÉCNICA INSTRUCCIONAL



¿Desea presentar este contenido mediante la narración de cuentos, un enfoque basado en escenarios, o algún otro método?

SECUENCIA DEL CONTENIDO



¿Cómo ordenará el contenido? ¿Qué temas deberán ir antes o después? ¿Existen unidades o módulos que encajan entre sí de forma más natural que otros?

A medida que avanza en el proceso de creación del guion, hágase las siguientes preguntas siempre:

¿Por qué el alumno se sentaría a leer la información en esta pantalla? Si usted no tiene una respuesta satisfactoria a esta pregunta, **NO LO INCLUYA.**

¿Por qué estoy transmitiendo este mensaje y cómo ayudará esta información al alumno? Las respuestas a estas preguntas le asegurarán generar valor para el alumno

Estrategia #3:

Texto fácil de leer



Es tentador querer incluir en el curso TODO el contenido que tiene disponible. Pero, ¿realmente cree que llenar cada pantalla hasta el tope de información ayudará al alumno a aprender? De hecho, según Morkes y Nielsen (1997), la “usabilidad” de una página web aumenta hasta un 47% cuando el texto de la pantalla es fácil de leer.

El usuario promedio está siempre ocupado, realizando varias tareas a la vez, siempre con su teléfono inteligente, bombardeado por correos, mensajes de texto, etc. Por esta razón, prefiere digerir información en formatos cortos y breves. Prefiere ojear una pantalla que tenga subtítulos y viñetas para extraer la esencia del contenido, en lugar de sentarse y leer un párrafo extenso. Además, las personas leemos en línea un 25% más lento que cuando leemos un documento impreso.

Tomando en cuenta estos factores, usted no debe sobrecargar una pantalla con contenido en exceso y esperar que el alumno capte la información de un solo. De hecho, ni siquiera es de esperarse que vaya a escudriñar sus ojos, arrugar el ceño, y tratar de leer el texto; al contrario, al ver una pantalla saturada lo que hará es pasar a la siguiente pantalla sin extraer ningún conocimiento de la anterior.

Garantice que la información sea fácil de leer siguiendo estas pautas:



Organice la información en secciones pequeñas en la pantalla: Utilice viñetas para separar la información. Incluya también encabezados y subtítulos para crear un flujo de lectura a lo largo del contenido.



El espacio en blanco es su mejor aliado: Deje suficientes márgenes alrededor de los bloques de texto y mantenga espacio sobrado entre cada párrafo para que esté claro dónde termina un párrafo y dónde empieza el siguiente.



Alineación: Está comprobado que es más fácil leer contenido alineado al lado izquierdo que al lado derecho. Se puede utilizar la alineación derecha de vez en cuando, como cuando se ajusta el texto alrededor de fotos; pero, utilice la alineación izquierda en general.



Párrafos cortos: El texto es más fácil de leer cuando está organizado en párrafos cortos de no más de cuatro frases cada uno, idealmente.



Destaque las ideas clave: Para acentuar su importancia es recomendable marcar con negrita las palabras o ideas clave en un texto. No resalte oraciones completas, solo palabras específicas.



Coloque la información más importante primero: Sea considerado y escriba conforme al estilo de pirámide invertida (la información más importante se coloca al inicio del bloque de texto). También se deben colocar en el párrafo inicial las palabras clave y las ideas esenciales.

Estrategia #4:

Escriba de forma concisa



El exceso de palabras es uno de los mayores enemigos del eLearning. El contenido largo y sobrecargado hace que sea difícil para los alumnos concentrarse, hace que sea complicado analizar y dar sentido a lo que están leyendo. De hecho, los estudios demuestran que los textos con menos palabras se traducen en un mayor aprendizaje.

Un error común de los desarrolladores de cursos eLearning es la tendencia a sobre explicar todo. Si usted es una de esas personas, sus intenciones son entendibles; sin embargo, el resultado final será aburrir a sus alumnos hasta la muerte.

De ahora en adelante, deberá esforzarse por escribir de forma concisa. Utilice las siguientes estrategias:



SIMPLIFIQUE EL LENGUAJE

Reemplace los tecnicismos o términos muy elevados con palabras simples.



RECORTE LAS ORACIONES LARGAS

Divida aquellas oraciones largas en unas más cortas. Lea de nuevo, en voz alta. Notará que el flujo del texto se hace más amigable para el lector.



FUERA CONTENIDO REDUNDANTE

Se dice que la información es redundante, cuando hay palabras o ideas que se repiten innecesariamente. Note aquí la redundancia:

Yo, **personalmente**, voy asistir a la clase para probar a mi jefe que entendí **realmente** el significado.



ELIMINE LA PAJA

Un buen texto no se mide por su longitud. Elimine el contenido innecesario. No importa cuán tentado se sienta a hacer hincapié en cierta idea, simplemente no utilice texto de más si no aporta valor.



ADIÓS A LA VOZ PASIVA

En lugar de seguir el flujo natural de usar el sujeto seguido por el verbo, se crean frases innecesariamente largas, en las que el objeto se convierte en la parte principal. En su lugar, utilice la voz activa. Esta es más directa y atractiva. Escribir con la voz activa da energía y movimiento a su contenido.

NO VS SI

LENGUAJE

Complicado y técnico

Simple y claro

ORACIONES

Largas y aburridas

Cortas y dinámicas

PALABRAS

Repetitivas

Solo lo necesario

FRASES

Redundantes

Cargadas de valor

TONO DE VOZ

Pasivo

Activo

ESTILO

Sobrecargado

Al grano y directo

PÁRRAFOS

Largos y agrupados

Cortos y separados entre si

Estrategia #5:

Humanice la redacción



La simplicidad tiene sentido. Reeves y Nass, en su libro *The Media Equation*, publicaron un hallazgo interesante. Ellos afirman que los seres humanos responden mejor a programas de aprendizaje que utilizan un lenguaje informal y coloquial que los que emplean un tono formal (es decir, muy corporativo). Los estudiantes aprenden más cuando concentran sus energías mentales en la comprensión de los conceptos y el aprendizaje de nuevas habilidades en lugar de dar sentido a palabras complicadas y demasiado técnicas. Conozca cómo puede escribir de una manera sencilla, coloquial y fácil de entender:

DESHÁGASE DE LA MALDICIÓN DEL CONOCIMIENTO

Después de entrevistar a expertos en la materia, de leer innumerables libros y de navegar cientos de sitios web, usted como redactor del curso eLearning probablemente posee conocimiento amplio del tema, pero el alumno NO; al inicio podría no entender bien las jergas y los acrónimos. Por lo tanto, se frustrará y perderá el interés en su curso.

Aquí algunas acciones a tomar en cuenta:

- ✓ **Deje de escribir en términos abstractos.** En su lugar, utilice analogías relevantes y comunes para explicar conceptos técnicos.
- ✓ **Incluya definiciones al introducir un acrónimo.** Cuando use un término específico por primera vez debe explicarlo y/o definirlo utilizando un lenguaje conocido por el estudiante.
- ✓ **Sea detallista:** utilice adjetivos y adverbios que describan los conceptos nuevos con la mayor precisión posible.

APUESTA POR UN LENGUAJE COLOQUIAL Y CERCANO

Suponemos que su objetivo no es solo transmitir información a sus estudiantes, sino también conectarse con ellos. Para esto, tendrá que hablarles tal y como le hablaría a un amigo. Utilizar un tono amigable y coloquial es clave para lograr una conexión más personal con ellos. De esta forma, el alumno estará más dispuesto a aceptar el contenido.

No intente sonar muy distinto a como habla. Los humanos somos individuos sociales y nos encanta conversar. De hecho, recordamos más lo que nuestros amigos nos dicen al tomar una taza de café, por ejemplo, que lo que escuchamos durante una conferencia formal o una presentación de dos horas. Recordamos con más detalle historias que estadísticas.

Más sugerencias para escribir sus cursos de forma coloquial:

- ✓ Use contracciones. Lo hará sonar menos robótico.
- ✓ Utilice jerga sólo cuando sea estrictamente necesario.
- ✓ Utilice frases cortas (recuerde que cuando hablamos usamos frases cortas).



Estrategia #6:

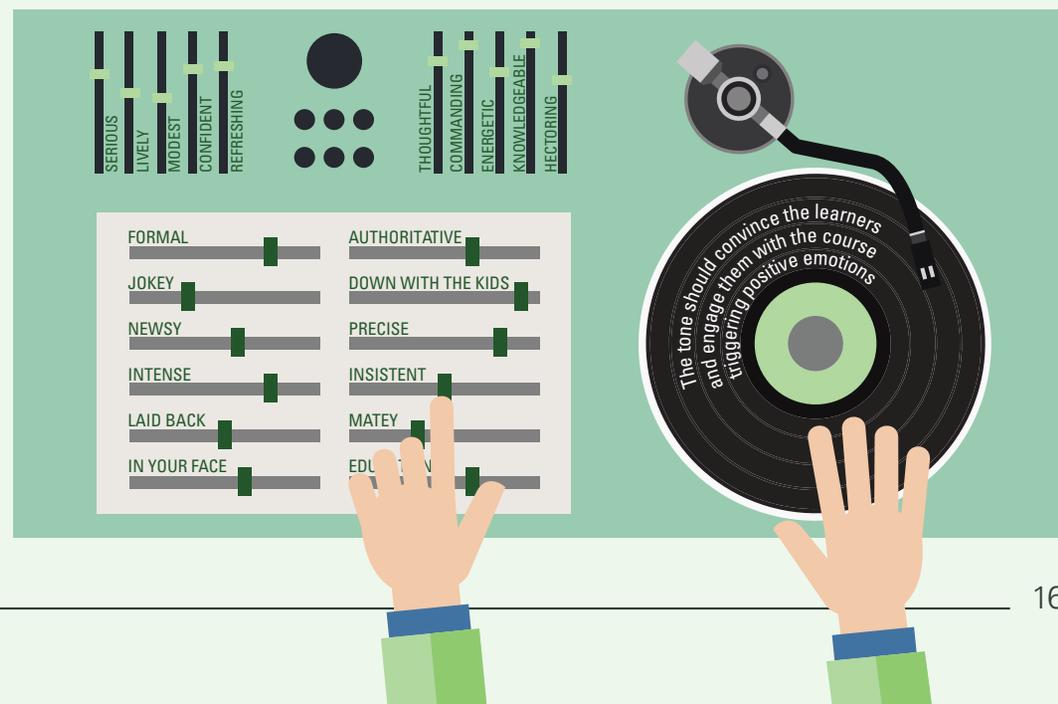
Utilice el tono de voz adecuado



En un curso eLearning no solo importa lo que se dice, sino **cómo** se dice. Puede ser el mejor contenido del mundo, pero si no está redactado de forma que capture la atención y mantenga el interés de la audiencia meta, de nada servirá tanto esfuerzo.

Recuerde que los estudiantes no pueden ver a sus instructores cara a cara, por ende, las palabras tienen que trabajar más duro que nunca, si no quiere perder la atención de sus alumnos. A través del tono de voz utilizado en la redacción del curso les podrá hacer sentir que usted los entiende, y que conoce sus problemas y necesidades.

Utilizar el tono adecuado es clave para que su audiencia meta se sienta identificada con el contenido. Definir el tono desde el principio lo guiará para saber cuándo se puede ser gracioso, cuándo se debe ser más serio, etc. También, el tono le dictará el uso de determinados signos de puntuación o ciertas palabras en específico.



Aquí algunos pasos para definir el tono de voz por emplear:

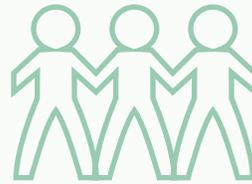
DEFINA EL TIPO DE CONTENIDO Y DE CURSO



El tipo de contenido que abarcará en su curso determina el tono de voz. Por ejemplo, explicar procesos técnicos complejos exige que se escriba de una forma directa y simplificada.

El tipo de curso también determinará el tono de voz. Por ejemplo, se puede adoptar un tono ligeramente más informal para un curso de inducción a la empresa o un curso de refrescamiento en técnicas de venta, que en uno de banca regulatoria.

CONSIDERE LOS ASPECTOS DEMOGRÁFICOS



¿Cómo se dirige usted a sus maestros?, ¿a su jefe? y ¿a sus mejor amigos? Su forma de hablar y las palabras que utiliza dependerán de con quien esté en ese momento. El tono de voz que adopta en sus cursos debe ser determinado por los aspectos demográficos de su audiencia.

HAGA UNA LISTA DE ADJETIVOS QUE DESCRIBAN EL TONO DE VOZ



Lo importante es definir bien el tono de voz y la personalidad que desea transmitir a través de todo el curso. Para esto, haga una lista de todos los adjetivos que considere que lo describen. Luego, escoja 4-5 adjetivos solamente. Ej.: Claro, Amigable, Entretenido). Esto ayudará a mantenerlo enfocado en ese rumbo.

Estrategia #7:

Incluya sólo contenido relevante



Su objetivo debe ser crear un curso eLearning que contenga estrictamente la información que cumpla con los resultados de aprendizaje. Esto hará que el curso sea más relevante. Y la relevancia aumenta el compromiso del alumno en un 100%.

Sus alumnos corporativos están muy ocupados; no puede esperar que se sienten un curso de 2 horas mientras usted divaga sin un punto claro. Trate de mantener al alumno interesado, centrándose en lo que será capaz de hacer después de completar el curso. La gente se vuelve más interesada en aprender cuando sabe que va a ganar algo a cambio o que va a ser capaz de hacer algo diferente.

Aquí algunas sugerencias para hacer que sus cursos sean más relevantes:



Siga la regla I.B.I. Por sus siglas en inglés, significa "interesante pero irrelevante," y se supone que usted aplique esta regla a cada pieza de texto e imagen que se utiliza en la pantalla. Una analogía puede parecer muy bonita e interesante, pero si no ayuda a mejorar la comprensión del texto, o aporta algo adicional, no es relevante... ¡déchela por fuera!



Incluya un texto de introducción. Si el tema que va a tratar es extenso, incluya al inicio un resumen introductorio que ayude a organizar y resumir los subtemas.



De vez en cuando incluya hechos, estadísticas o resultados de investigación para apoyar sus afirmaciones. Esto hará que sus alumnos tengan confianza y credibilidad en el contenido.



Utilice personajes realistas y escenarios de la vida real

para transmitir el contenido, de esta forma sus estudiantes se sentirán identificados con estas situaciones y prestarán más atención.



Incluya en su curso entregables y llamadas a la acción claras para que sus estudiantes tenga la certeza de que ellos podrán aplicar el aprendizaje cuando vuelven a su puesto de trabajo.

Estrategia #8:

Utilice palabras emotivas y poderosas



Las palabras son herramientas poderosas capaces de sacudir las emociones de las personas y llevarlas a la acción. Sin embargo, no cualquier palabra cumple este objetivo. Es necesario incluir palabras poderosas y emotivas para lograr que el adulto corporativo vea la relevancia del contenido, se convenza de su importancia y en realidad aprenda.

Utilice la siguiente guía para evocar emociones mediante la escritura:

UTILICE PALABRAS QUE DESPIERTEN EMOCIONES

Usted se sorprendería si supiera cómo ciertas palabras nos estremecen cual balde de agua fría y obligan al cerebro a detenerse y prestar atención. Distribuya estas palabras a lo largo de su curso:

- ✓ **Usted/ tu/ vos/:** Al dirigirse al alumno con alguno de estos proverbios ,el contenido adquiere rápidamente un toque personal; el alumno se siente como un individuo, no un estudiante más sin rostro o nombre.
- ✓ **Relevante:** La palabra «relevante» o «importante» indica a sus estudiantes que usted está a punto de proporcionar contenido valioso.
- ✓ **Imagine:** Esta palabra es un arma poderosa en su arsenal de herramientas para involucrar al alumno. Cuando usted le pide al alumno que se «imagine» algo, usted está liberándose de la pasividad en la que estaba. Mediante esta única palabra, usted puede entrar en la mente del alumno y desencadenar su subconsciente.

INCLUYA VERBOS ACTIVOS

Los verbos activos dan vida a una oración. Ellos convierten una oración aburrida e insípida en una enérgica y llena de vida. Estos son algunos verbos de acción a usar para escribir objetivos de aprendizaje efectivos:

- ✓ Identificar
- ✓ Demostrar
- ✓ Comparar
- ✓ Calcular
- ✓ Crear
- ✓ Seleccionar

UTILICE LOS ADJETIVOS SENSORIALES

Detalles y descripciones con contenido emocional dan vida a su contenido. Al igual que los verbos de acción, los adjetivos sensoriales pueden describir los detalles de una escena para crear imágenes con solo palabras. Estos son algunos ejemplos:

- ✓ **Palabras que describen lo táctil:** seco, opaco, elástico, peludo y húmedo.
- ✓ **Palabras que describen el gusto:** mantecoso, frutal, caliente, suave, salado, refrescante, tostado.
- ✓ **Palabras que describen el olfato:** perfumado, podrido terroso, sulfuroso.
- ✓ **Palabras que describen sonidos:** aplausos, explosión tintineo, gruñidos, ruidos, chillido, portazo.

Important note: Evite incluir adjetivos solo por incluirlos. Agregar adjetivos en exceso hace que su texto sea más difícil de leer y lo hará quedar como un novato.

Estrategia #9:

Cree titulares llamativos e informativos



Los títulos son el primer acercamiento que el estudiante tendrá a la lectura del contenido del curso; de alguna forma se convierten en etiquetas de su estructura. Es necesario que sean significativos y reflejen la esencia del tema; deben darle al participante una idea de lo que aprenderá. Evite el uso de títulos que sea muy largos, aburridos, o con juegos de palabras y cuide que no sean repetitivos entre sí.

Un titular efectivo atrae al lector y lo incita a seguir leyendo. Así que, para captar la atención de manera inmediata, usted debe crear titulares que generen curiosidad y también transmitan la relevancia de lo que está a punto de explicar.

Esto es lo que hay que recordar para crear titulares efectivos:

? **Claridad ante todo.** Escriba titulares explicativos que no dejen preguntas sin respuesta. Por ejemplo, considere este titular: Beneficios. ¿Beneficios de qué? ¿Para quién? Es muy probable que el alumno se confunda por los titulares genéricos como estos. Analice por el contrario este título: Cómo administrar el tiempo incrementará sus ganancias. No deja ninguna duda propósito y la intención del contenido a continuación, ¿cierto?



Títulos emocionalmente convincentes. El título es el espacio donde se debe indicar por qué esta pantalla es relevante. Tiene que proporcionar una razón de peso para los alumnos de por qué continuar leyendo. Toque sus puntos de dolor, sus emociones, deseos y aspiraciones. Así que en lugar de escribir *Beneficios de la productividad*, escriba *Más productividad = Más felicidad*



Cree titulares breves y que llamen la atención de inmediato. Aparte de las palabras que usted utiliza en el título y las emociones que provoca, también es importante utilizar tipos de letra atractivos, claros y grandes, con colores que impacten.

Estrategia #10:

Utilice el humor en la escritura



La risa alivia la tensión. Una broma oportuna o un toque de humor puede convertir un tema sobrio y estresante en uno alegre. El humor es una herramienta poderosa de comunicación que hay que saber dominar. Usarlo adecuadamente y en el momento preciso, enriquecerá sus cursos eLearning.

El humor puede hacer que la capacitación técnica sea más fácil de digerir para el estudiante. También puede disminuir el estrés que conlleva el aprendizaje de una materia compleja. Cuando sus alumnos están relajados pueden concentrarse en el aprendizaje en lugar de preocuparse sobre los conceptos difíciles.

Incluir humor en el curso se puede hacer de varias maneras; la elección depende de la naturaleza del contenido y el tipo de audiencia. Aquí hay algunas formas de empezar:

UTILICE METÁFORAS

Utilice metáforas para comparar objetos inverosímiles y provocar una risa en el estudiante. Por ejemplo, se puede comparar el peinado de un personaje con la capa de un puercoespín para evocar una imagen viva que de seguro provocará risas.

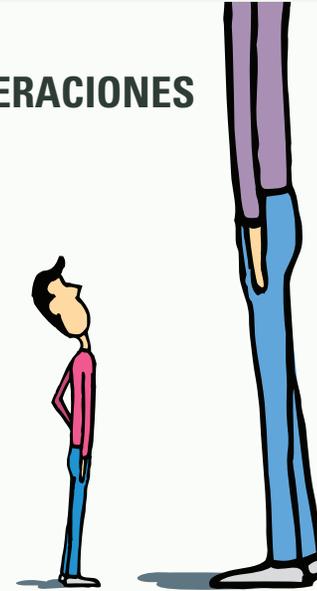


ENCUENTRE MANERAS NOVEDOSAS PARA DESCRIBIR OBJETOS Y/O PERSONAS



No se limite a exponer los hechos. Describa situaciones o personas en formas inusuales. Busque conexiones impares. Por ejemplo, no basta decir que un hombre es delgado. Diga que es tan delgado que puede caminar entre las gotas de lluvia sin mojarse.

EXAGERACIONES



Hay humor en la exageración. Por ejemplo, tome una situación real a la que se enfrente su colaborador frecuentemente y exagérela hasta tal punto que se convierte en ridícula. Nada mejor para sacar una carcajada que tomar una situación mundana en la que fácilmente el público se sienta identificado.



Note: No se le vaya la mano. No deje que su curso se convierta en un acto cómico que entretiene, pero no educa. Use el humor con moderación, para que no se convierta en una distracción. También tenga cuidado de que no hiera los sentimientos, y creencias de las personas que toman su curso.

Conclusión

¿Cuál es el siguiente paso?

Aquí tiene; estos son los 10 consejos para mejorar su redacción para eLearning. Poner estos en práctica puede parecer intimidante al principio, pero manténgase firme. La práctica hace el maestro. Lo más importante es recordar que incluso el mejor Diseñador Instruccional escribió alguna una vez contenido insípido y aburrido. . Pero con el tiempo, llegó a crear contenido atractivo y entretenido. ¡Usted también lo hará! Eso sí tenga siempre en cuenta estos consejos.

¡Práctica, práctica, práctica!

Descarga aquí esta plantilla gratuita y comienza a crear un storyboard o guión.

The screenshot shows a web-based storyboard template. At the top, there are input fields for 'Date:' and 'Course Name:', and a 'ClientLogo' placeholder. Below these are two tables. The first table, titled 'VOICEALLOCATION', has columns 'CharacterID' and 'Description'. The second table, titled 'MODULE 1 PRESENTATION', has a sub-header 'Section1 - Welcome' and columns 'ScreenNameS', 'ScreenType', 'ScreenContentN', and 'Narration/ Audio'. The 'ScreenType' column is further divided into 'Graphic/ Animations', 'Narration/Voice', 'Audio Notes', and 'NavigationNote'.

VOICEALLOCATION	
CharacterID	Description

MODULE 1 PRESENTATION			
Section1 - Welcome			
ScreenNameS	ScreenType	ScreenContentN	Narration/ Audio
	Graphic/ Animations		
	Narration/Voice		
	Audio Notes		
	NavigationNote		

DESCARGAR AQUI

SHIFT

DISRUPTIVE LEARNING