

## Gustos Sin Reservas Guía de estilo

### **Información para redactores y colaboradores del blog**

[¿Sobre qué hablamos en “Gustos Sin Reservas”, el blog de Restorando?](#)

[Consideraciones generales](#)

[Siempre le hablamos a un lector individual, único](#)

[Usamos un tono amigable y cercano al lector](#)

[El contenido es lo principal \(pero no por eso descuidamos las palabras clave\)](#)

[Reglas de escritura](#)

[Ortografía](#)

[Negritas](#)

[Links](#)

[Cursiva](#)

[Voz y tono de los posteos](#)

[Cómo escribir un posteo](#)

[Buscando ideas para un posteo](#)

[El borrador de un posteo](#)

[Consejos para escribir un gran posteo](#)

[El título](#)

[Introducción](#)

[Subtítulos](#)

[Desarrollo](#)

[Conclusión](#)

[Call to action](#)

[Las imágenes de un posteo](#)

Consejos para distribuir un posteo

### **Información para administradores del blog**

[Cómo publicar un posteo](#)

[Estructura](#)

[Carga de imágenes](#)

[Categorías](#)

[Opciones de SEO](#)

## Información para redactores y colaboradores del blog

### ¿Sobre qué hablamos en el blog de Restorando?

Restorando es el principio de una gran experiencia. Queremos que las personas que están buscando información sobre gastronomía, *lifestyle* y temas relacionados encuentren información valiosa en nuestros posts.

### Consideraciones generales

Algunos puntos a tener en cuenta para escribir un post sencillo de leer pero a la vez atractivo.

#### **Siempre le hablamos a un lector individual, único**

Para todos los posts usamos la segunda persona del singular; nos permite empatizar con los lectores e interpelarlos directamente.

“Conocé cuáles son las mejores terrazas de Buenos Aires.”

~~“Les contamos cuáles son las mejores terrazas de Buenos Aires.”~~

#### **Usamos un tono amigable y cercano al lector**

Escribimos artículos en el blog porque pensamos que es contenido relevante pero no queremos sonar aburridos ni muy solemnes.

“Ya sabés: si vas a la terraza de Primafile en verano, ¡no te olvides de llevar anteojos de sol y ropa liviana!”

~~“La terraza de Primafile es muy calurosa, por lo que es recomendable contar con protección para el sol y una vestimenta adecuada.”~~

#### **El contenido es lo principal (pero no por eso descuidamos las palabras clave)**

El valor agregado de los posts no son las palabras clave, sino la información que brindamos y el tono con el que lo hacemos. En ese sentido, **jamás copiamos contenido de otros sitios**: no es valioso, nos perjudica en SEO y hasta nos puede traer problemas legales.

Además, nunca dejamos de investigar qué palabras clave pueden ayudar a que nuestro contenido se destaque en Google.

### Reglas de escritura

El blog de Restorando se tiene que posicionar como una voz autorizada, por lo que además de contenido valioso es indispensable que la escritura sea impecable. Tenemos que hablar y escribir como expertos.

## Ortografía

Es muy importante que nuestros artículos no tengan errores de ortografía ni de redacción. Las dudas sobre palabras o expresiones las podemos buscar en:

- [El Diccionario Panhispánico de Dudas.](#)
- [Fundación del Español Urgente.](#)
- Cualquier procesador de textos: las palabras subrayadas pueden tener problemas, hay que chequearlas.

## Negritas

Sabemos que la gente lee muy salteado en web/mobile, así que **las negritas sirven para resaltar las ideas más importantes de cada párrafo**. La condición para resaltar una parte del texto es que ese fragmento siga teniendo sentido leído fuera de contexto (nunca resaltamos palabras sueltas).

“Con vista a las tranquilas calles de Núñez, **esta terraza ofrece un espacio descontracturado pero a la vez íntimo.**”

~~“Uno de los precursores del revival de las rotiserías en Buenos Aires, **Oporto Almacén** es muchas cosas a la vez.”~~

## Links

Al escribir un link pasa algo similar que con las negritas: es importante que leído por separado pueda conservar el sentido. Por otro lado, siempre que hacemos referencia a una fuente externa (una estadística, una noticia, etc) **hay que linkear al contenido original**.

“Hace un tiempo, The Guardian estableció que [Sky Bar es uno de los 10 bares más novedosos de Buenos Aires.](#)”

## Cursiva

Usamos la cursiva para escribir palabras o expresiones extranjeras.

“Oporto Almacén es uno de los precursores del *revival* de las rotiserías en Buenos Aires.”

## Voz y tono de los posteos

La voz de cada posteo está dada por quien escribe, no buscamos que todos los posteos sean iguales sino que puedan reflejar los intereses y la personalidad del autor. Aún así, debe estar en sintonía con [la voz de Restorando](#).

Esto implica, además, que el uso de “vos” y “tú” estará dado por cada autor: no forzamos la variedad del español (rioplatense, chileno, mexicano, colombiano, etc), dejamos que cada autor se exprese como prefiera.

## ¿Cómo escribir un posteo?

Vamos a dividir el proceso de escritura en dos: primero nos enfocamos en la idea y en la ejecución de la idea; luego en subir el post al blog.

### **Buscando ideas para un posteo**

En “Gustos sin Reservas” tratamos de hablar de los temas de los que hablan nuestros lectores y, al mismo tiempo, adelantarnos y generar contenido que podría interesarles.

Hay varias formas de entender cuáles podrían ser temas relevantes para el blog, algo muy vinculado con la [búsqueda de keywords](#) de la que hablamos más arriba. Acá hay algunas herramientas y disparadores para la investigación previa:

- [Google Trends](#): basado en las búsquedas de Google, nos permite entender cuál es el interés relativo (no el volumen de búsquedas) sobre ciertos temas en un período de tiempo y una zona geográfica determinadas. Podemos conocer, por ejemplo, cuán relevante fue la búsqueda “carne braseada en Argentina” durante los últimos 5 años.
- [Planificador de Palabras Clave](#) (de Google AdWords): de forma similar a Trends, esta herramienta es útil para acceder al volumen de búsquedas de una o más palabras claves. La diferencia es que el PPC permite acceder a datos sobre el volumen de búsquedas, por lo que complementa la información de Google Trends.
- [Alertas de Google](#): con esta función del buscador podemos recibir en nuestro e-mail un aviso diario o semanal sobre contenidos relacionados con distintos temas: apertura de nuevos bares/restaurantes, recetas, noticias sobre gastronomía, etc.
- Otros blogs: hay una gran cantidad de sitios que publican contenido que podría servir como disparador para un posteo en “Gustos sin Reservas”. Esta es solo una lista provisoria:
  - [Pick Up The Fork](#)
  - [Eater](#)
  - [Guía Óleo](#)
  - [Chef's Club](#)
  - [Dimmi](#)
  - [Open Table](#)
  - [El Tenedor](#)
  - [Planeta Joy](#)
  - [Brando](#)
  - [The Morfi](#)
- El calendario: las fechas a lo largo del mes pueden ser el punto de partida para pensar un tema. Las fechas especiales (el 25 de mayo en Argentina, los ñoquis del 29, la cena de Navidad, etc.) o los eventos gastronómicos son tópicos interesantes

para escribir posteos. Es importante que estos posteos sean publicados con, al menos 2 semanas de anticipación para aprovechar las búsquedas que van aumentando a medida que se acerca la fecha en cuestión.

## El borrador de un posteo

Para avanzar sobre el contenido un posteo usamos cualquier procesador de textos, preferentemente el de Google Drive, que permite dar y recibir feedback con facilidad sobre el documento y tener visibilidad de la evolución del texto.

Esto es lo que no puede faltar en ningún posteo:

- Arriba de todo, **las palabras clave** identificadas al principio del proceso.
- **Una bajada de no más de dos líneas** con el resumen del posteo. Debería contestar fácilmente a la pregunta “¿De qué trata este posteo?”.
- **Un título atractivo**. Preferentemente debe incluir las palabras clave. [Más información sobre cómo escribir un buen título](#).
- **Una imagen de portada**, tamaño 740 x 400 píxeles. Más abajo detallamos cómo deberían ser las imágenes de los posteos.
- El cuerpo o desarrollo del posteo, incluyendo **títulos y subtítulos**, que resultan claves para guiar la lectura y mejorar el desempeño del posteo en los buscadores.
- **Todas las imágenes que sean necesarias**, siempre con tamaño 740 x 400 píxeles.

[Este es un ejemplo de cómo podría verse un borrador](#)

## Consejos para escribir un gran posteo

### *El título*

Es un punto clave, ya que se trata del primer contacto con los lectores y hay estudios que demuestran que [alrededor del 60% de las personas no leen mucho más allá del título](#).

**Lo más aconsejable es pensar en el tema general del posteo e ir agregando especificidad** para llegar a lo más importante. Por ejemplo, el tema general podría ser “locro”, pero hay que tener en cuenta cuál es el formato (una lista, una receta, una reseña) y a partir de ahí pensar algunas alternativas.

- “Dónde comer el mejor locro en Buenos Aires para el 25 de mayo”
- “Cómo preparar un gran locro para el 25 de mayo”
- “Quilapán: el mejor locro de San Telmo”

Es importante que el título contenga las palabras clave detectadas.

Además, debe respetar la **extensión máxima recomendada: 60 caracteres**. Se considera que [los títulos de entre 8 y 14 palabras son más efectivos para compartir en Facebook y Twitter](#).

### *Introducción*

**El primer párrafo debería ser una introducción** al tema, de no más de 3 líneas y con la inclusión de algunas de las palabras clave más importantes.

Debe complementar la información del título, para que **el lector conozca rápidamente de qué se trata y se sienta atraído a leerlo**. Veamos un ejemplo:

“Dime tu sabor de helado preferido y te diré quién eres

**Todos tenemos un sabor de helado predilecto**. Unos eligen cremosos, otros frutales, están los que prueban todas las novedades, están los clásicos y las excéntricas mezclas; todos, sin excepción, **tenemos una tendencia determinada a la hora de elegir entre gustos.**”

### *Subtítulos*

Los subtítulos **son importantes tanto para mejorar el posicionamiento en SEO como para organizar la información** y guiar la lectura correctamente.

Para escribir un buen subtítulo podemos usar las mismas premisas que para el título del posteo: **que no sea demasiado largo, que incluya palabras clave y que sea atractivo**. Siempre usamos etiqueta H2 o menor para darle jerarquía dentro del blog. Más información sobre este punto en la sección “[¿Cómo publicar un posteo?](#)”.

### *Desarrollo*

**Es recomendable que cada oración no ocupe más de tres líneas** para facilitar la “escaneabilidad” del contenido por parte de los lectores. Si es necesario que sea extensa, usamos negritas para resaltar la parte más importante de esa línea.

**La extensión total debería estar entre 1.200 y 2.000 palabras**, aunque este número podría variar (por lo general, disminuir) dependiendo el tema del posteo.

Se empieza un párrafo nuevo cuando cambia el tema o el punto de vista sobre ese tema y es aconsejable que los párrafos no sean demasiado extensos.

Para mantener la atención de los lectores **es muy útil integrar imágenes, videos u otros formatos para enriquecer el contenido** y hacer más llevadera la lectura.

### *Conclusión*

Una vez que el contenido principal del posteo terminó, **siempre es buena idea cerrar con un párrafo a modo de conclusión sobre el tema** y, en caso de haber, sumar más información que podría ser relevante para los lectores.

### *Call to action*

Un *Call to action* es una buena forma de terminar un posteo, ya que **invita al lector a seguir navegando dentro de los contenidos de Restorando**; ya sea el blog, el sitio o cualquier otra plataforma relacionada (por ejemplo, nuestras redes sociales). Veamos un ejemplo:

“¿Qué te pareció nuestra lista de lugares recomendados el Día del Padre? Si querés encontrar más opciones para festejar con tu papá, [mirá nuestra colección curada de restaurantes para el Día del Padre.](#)”

#### *Pautas generales para las imágenes de un posteo*

Dependiendo del tipo de posteo y de quién lo haya escrito, puede haber tres tipos de fotos:

- Fotos de banco de imágenes.
- Fotos originales de un tercero.
- Fotos originales propias.

En todos los casos **buscamos que la foto sea atractiva y que esté vinculada visualmente con la temática** del posteo.

Si usamos fotos que no son originales, buscamos primero en [Shutterstock](#). Como segunda opción, Google y, en tercer lugar, Facebook (en estos dos casos tenemos que citar la fuente).

También hay algunos bancos gratuitos de imágenes que podrían resultar útiles:

- [Unsplash](#)
- [Pexels](#)
- [Gratisography](#)
- [Freepik](#)
- [Raumrot](#)
- [Stokpic](#)
- [Foter](#)
- [Kaboompics](#)

Las imágenes tienen que cumplir con las siguientes pautas:

- El tamaño debe ser 740 x 400.
- El formato debe ser .png.
- Si hay personas, que se vean preferentemente de espaldas, de lejos o en un plano en el que las caras queden fuera de cuadro (al menos parcialmente).
- Si hay imágenes de restaurantes, es preferible publicar fotos en los que se pueda captar la esencia del lugar: planos abiertos y con mesas ocupadas (evitamos las fotos de lugares vacíos).
- La foto tiene que estar enfocada y sin marcas de agua.
- Si es una receta, es aconsejable incluir varias fotos para acompañar el proceso.
- Los gramos deben ser expresados como (g), los kilogramos (kg), unidades (u).
- Se pueden incluir fotos en primer plano de un plato de comida, siempre y cuando la foto sea buena y se puedan apreciar los atributos de ese plato (por ejemplo: un primer plano de un hilo de muzzarella en una porción de pizza).
- No usamos dibujos ni para la imagen de portada ni para las del interior de un posteo.

Una vez que elegiste todas las imágenes del posteo, podés subirlas a WeTransfer (o cualquier otro servicio para alojar archivos) y enviarlas a [blog@restorando.com](mailto:blog@restorando.com).

## Información para administradores del blog

### ¿Cómo publicar un posteo?

Para publicar los artículos del blog usamos WordPress, una de las plataformas de *blogging* más populares.

#### Estructura

Lo primero que hay que hacer es ir a “Entradas” > “Agregar nueva”. Luego se puede pegar todo el contenido dentro del recuadro destinado a tal fin.

Luego del primer párrafo hay que elegir la opción ‘Insertar etiqueta “Leer más”’. Eso hará que en la home del blog se vea únicamente el primer párrafo de cada posteo.

Los títulos deben tener una jerarquía h2 y los subtítulos, h3 (si es necesario un tercer nivel, usamos h4). Para editar esto hay que hacer clic en la pestaña “Texto” y ahí encerrar la palabra o frase indicada de la siguiente forma: <h2>título</h2>, <h3>subtítulo</h3>, etc.

```
debiadas.</span>
```

```
<span style="font-weight: 400;">En esta lista te traemos </span><b>5 l
la Champions League en Buenos Aires mientras disfrutás de buena comida
compañía de otros fanáticos. ¿Pensás verla en tu casa, solo y gritando
lugares y cantones qué te parecen!</span>
```

```
<h2>Betanzos</h2>
```

```

```

```
<span style="font-weight: 400;">Empecemos por un lugar que respeta la
favorito para levantar una nueva Champions League. </span><b>Betanzos
de la ciudad</b><span style="font-weight: 400;">, un local que tiene «
Interés Histórico de Buenos Aires.</span>
```

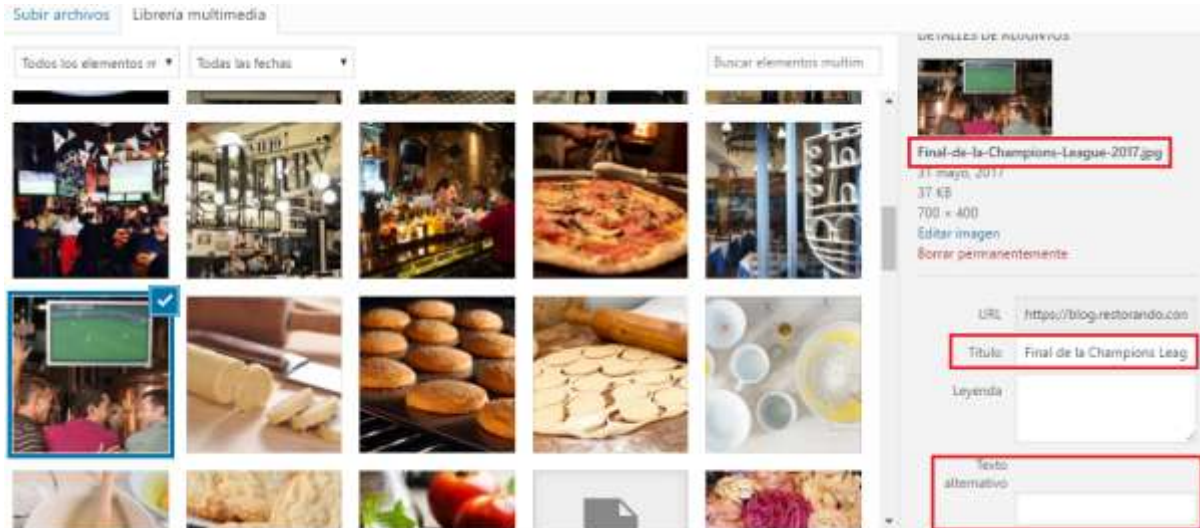
#### Carga de imágenes

Antes de subir una imagen tenemos que [optimizar su tamaño con TinyPng](#). De esa forma, el blog tarda menos tiempo en cargar.

Para cargar imágenes hay que ir a “Agregar objeto” > “Subir archivos”. Hay 3 lugares en los que hay que prestar atención:



- **El nombre del archivo:** es aconsejable que no tenga un nombre genérico, sino enfocado al tema del posteo.
- **El título de la imagen:** puede ser el mismo que el del posteo, lo importante es que no quede vacía.
- **El texto alternativo:** este espacio es para dar más contexto sobre el contenido de las imágenes y debería ser descriptivo y complementario al título. Por ejemplo: “Tres amigos mirando la final de Champions League en un bar”.



## Categorías

Todos los posteos pertenecen a **una o más categorías dentro del blog**. Por lo general, pertenecen a una categoría temática (por ejemplo, “Dónde ir a comer”) y a una o más de países (“Argentina”, “Colombia”, “México”, etc.).

## Opciones de SEO

Debajo de todo es posible optimizar el artículo para que salga mejor posicionado en Google y otros motores de búsqueda.

Hay dos indicadores que representan el nivel de SEO y de “lecturabilidad” del posteo.



Luego, un análisis de qué puntos podrían mejorar para que esa evaluación sea más alta:

☰ Analysis ?

- The focus keyword doesn't appear in the first paragraph of the copy. Make sure the topic is clear immediately.
- No internal links appear in this page, consider adding some as appropriate.
- The slug for this page is a bit long, consider shortening it.
- You have not used the focus keyword in any subheading (such as an H2) in your copy.
- This page has 0 nofollowed outbound link(s) and 6 normal outbound link(s).
- The length of the meta description is sufficient.
- The images on this page contain alt attributes with the focus keyword.
- The keyword density is 0.6%, which is great; the focus keyword was found 4 times.
- The meta description contains the focus keyword.
- The page title has a nice length.
- The focus keyword appears in the URL for this page.
- The text contains 711 words. This is more than or equal to the recommended minimum of 300 words.

Es importante tratar de que estos puntos estén cubiertos y optimizarlos al máximo para que el posteo sea efectivo.

Uno de los más importantes es **la Meta Descripción, que es un pequeño párrafo visible únicamente en los resultados de búsqueda** de Google. Debe tener menos de 150 caracteres y complementar la información del título. Va un ejemplo:

### Meta description

Cuáles son los mejores restaurantes y bares para ver la final de [Champions League 2017](#). Comida, bebidas y amigos para disfrutar del partido.