



## Módulo 4. UX Writing, Content Design y micro-narrativas en interfaces

Este módulo aborda el cruce entre narrativa, diseño y experiencia de usuario, poniendo el foco en cómo las palabras, los mensajes breves y las decisiones de contenido influyen directamente en la forma en que las personas comprenden, recorren e interactúan con productos digitales. En entornos donde cada segundo de atención cuenta, el diseño narrativo ya no se limita a grandes historias, sino que se manifiesta en micro-decisiones cotidianas: un botón, un mensaje de error, una confirmación, una guía inicial.

A lo largo del módulo, vas a profundizar en el **UX Writing** y el **Content Design** como disciplinas estratégicas que articulan claridad, utilidad y emoción dentro de interfaces digitales. Lejos de ser un trabajo meramente textual, estas prácticas integran narrativa, diseño y comportamiento del usuario, permitiendo construir experiencias coherentes, accesibles y alineadas con los valores de una marca o producto.

El módulo también introduce el concepto de **micro-narrativas**, entendidas como pequeñas unidades de sentido que acompañan al usuario en su recorrido digital. Estas micro-historias no solo informan o guían, sino que construyen confianza, reducen fricciones y refuerzan la identidad narrativa del producto. Desde un mensaje de onboarding hasta una alerta o un feedback de acción, cada texto participa de una experiencia narrativa mayor.

Asimismo, se abordará la importancia de la **accesibilidad, la inclusión y el lenguaje claro**, incorporando criterios éticos y de diseño responsable. Diseñar contenidos para interfaces implica asumir que los usuarios son diversos en capacidades, contextos y expectativas, y que el lenguaje puede facilitar o limitar el acceso a la experiencia digital.

Finalmente, el módulo propone una mirada aplicada y estratégica: evaluar, testear y optimizar narrativas en contextos reales de uso. De este modo, el UX Writing y las micro-narrativas se consolidan como herramientas fundamentales para diseñar experiencias digitales significativas, funcionales y humanas.

☰ Unidad 1. UX Writing y diseño de contenidos

☰ Unidad 2. Micro-narrativas y experiencia de usuario

☰ Referencias

# Unidad 1. UX Writing y diseño de contenidos

---

## 1.1 Introducción al UX Writing y al Content Design

El UX Writing y el Content Design surgen como respuestas a una necesidad concreta de los entornos digitales contemporáneos: lograr que las personas comprendan, utilicen y confíen en productos y servicios digitales a través del lenguaje. En este contexto, escribir no consiste únicamente en “poner textos”, sino en diseñar experiencias mediante palabras.

El UX Writing se enfoca en la creación de textos claros, útiles y coherentes dentro de interfaces digitales. Cada palabra cumple una función: guiar una acción, explicar un estado, reducir la incertidumbre o acompañar una decisión. El Content Design, por su parte, amplía esta mirada al considerar el contenido como un sistema: qué se dice, cuándo se dice, dónde aparece y cómo se

articula con el diseño visual y el flujo de uso (Waller, 2011; Nielsen Norman Group, 2023).

Desde una perspectiva narrativa, estas disciplinas trabajan con **relatos mínimos**, fragmentados y funcionales, que se activan en momentos específicos del recorrido del usuario. No se trata de contar una historia lineal, sino de construir sentido de manera distribuida a lo largo de la experiencia. Un mensaje de error, un botón de acción o una confirmación de éxito forman parte de una micro-narrativa que acompaña al usuario paso a paso.

En la práctica profesional, el UX Writing implica tomar decisiones estratégicas. Por ejemplo, elegir entre un tono imperativo o conversacional no es solo una cuestión estilística, sino una decisión que impacta en la percepción de cercanía, autoridad o confianza del producto. Del mismo modo, definir si un mensaje explica una acción antes o después de que ocurra modifica la forma en que el usuario interpreta el sistema.

El Content Design aporta una capa adicional al considerar el **contexto de uso**. No es lo mismo diseñar contenidos para una app financiera, una plataforma educativa o un servicio de salud. Cada entorno exige distintos niveles de precisión, empatía y claridad. Por eso, el contenido se planifica en función de objetivos, usuarios, situaciones y restricciones reales, no solo desde criterios estéticos.

Desde este enfoque, UX Writing y Content Design funcionan como **puentes entre narrativa, diseño y comportamiento humano**. El lenguaje deja de ser un elemento accesorio y se convierte en parte estructural de la experiencia, capaz de reducir fricciones, orientar decisiones y construir identidad.

## Tabla 1. Diferencias y complementariedades entre UX Writing y Content Design

Dimensión de análisis	UX Writing	Content Design
Foco principal	Textos dentro de la interfaz	Sistema integral de contenidos
Escala de trabajo	Microtextos y mensajes puntuales	Arquitectura y flujo del contenido
Objetivo central	Claridad y guía de acción	Coherencia y utilidad a lo largo del recorrido

Relación con la narrativa	Micro-narrativas funcionales	Narrativa distribuida en la experiencia
Aplicación profesional	Botones, mensajes, feedback	Estrategia de contenidos y estructura

Fuente: elaboración propia.

## Aplicación en el entorno profesional

Cuando diseñás experiencias digitales, este enfoque te permite pensar el contenido como parte activa del producto. No se escribe “al final”, sino que se diseña en paralelo al flujo, anticipando dudas, errores y decisiones del usuario. Un buen UX Writing no solo informa: **acompaña, orienta y construye confianza**, incluso en interacciones breves.

## Figura 1. Lenguaje como puente entre interfaz y acción

## Lenguaje como puente entre interfaz y acción

UX Writing y Content Design se integran para orientar decisiones, reducir fricción y construir una experiencia coherente.



Fuente: elaboración propia.

Este esquema permite comprender cómo el lenguaje actúa como un elemento articulador dentro de la experiencia digital. Las palabras no solo describen la interfaz ni acompañan visualmente las acciones, sino que median entre la lógica del sistema y la toma de decisiones del usuario. Cuando UX Writing y Content Design trabajan de manera integrada, el contenido deja de ser un agregado y se convierte en parte estructural del diseño de la experiencia. A partir de esta base, resulta central profundizar en cómo esa narrativa se expresa de manera consistente a través de la voz y el tono del producto digital.

## 1.2 Voz, tono y consistencia narrativa en productos digitales

La **voz** y el **tono** constituyen elementos centrales del diseño narrativo en interfaces digitales. Mientras la voz expresa la personalidad estable de un producto —cómo “habla” siempre—, el tono se ajusta a las distintas situaciones de uso, adaptándose al contexto emocional y funcional del usuario. Comprender esta diferencia permite diseñar experiencias coherentes sin caer en mensajes rígidos o impersonales.

La voz se construye a partir de valores, propósito y posicionamiento. Un producto puede tener una voz cercana, técnica, institucional o lúdica, pero esa identidad debe mantenerse a lo largo de toda la experiencia digital. El tono, en cambio, varía: no se comunica de la misma manera un mensaje de bienvenida que una notificación de error o una confirmación crítica. Esta flexibilidad evita fricciones y humaniza la interacción (Nielsen Norman Group, 2022).

Desde una perspectiva narrativa, voz y tono funcionan como **hilos de continuidad**. Aunque el contenido esté fragmentado en múltiples pantallas o acciones, el usuario reconoce una forma de hablar consistente que refuerza la identidad del producto. Esa consistencia no implica repetición literal, sino coherencia en las

decisiones lingüísticas: elección de verbos, nivel de formalidad, longitud de los mensajes y uso de expresiones empáticas.

En la práctica profesional, definir voz y tono requiere un trabajo sistemático. Se suelen establecer guías de contenido que describen cómo se comunica el producto en distintos escenarios: éxito, error, espera, advertencia o acompañamiento. Estas guías no son solo documentos de estilo, sino herramientas estratégicas que alinean equipos de diseño, desarrollo y comunicación.

Un aspecto clave es comprender que la consistencia narrativa no se logra únicamente desde el texto. El lenguaje interactúa con el diseño visual, los tiempos de respuesta y la lógica del sistema. Un mensaje empático pierde efectividad si aparece en un contexto visual hostil o si contradice la acción que el sistema ejecuta. Por eso, la voz y el tono deben pensarse de manera integrada al flujo de experiencia.

Finalmente, trabajar voz y tono desde el UX Writing implica asumir una responsabilidad narrativa. Cada palabra contribuye a construir una relación con el usuario. Cuando esa relación es clara, coherente y respetuosa, la experiencia se percibe como confiable y significativa, incluso en interacciones mínimas.

## 1.3 Narrativa centrada en el usuario: claridad, utilidad y emoción

La narrativa centrada en el usuario parte de una premisa fundamental: el contenido no se diseña para ser leído, sino para **ser usado**. En interfaces digitales, las palabras acompañan acciones concretas, decisiones rápidas y contextos de atención limitada. Por eso, la efectividad narrativa no se mide por su riqueza literaria, sino por su capacidad de ser clara, útil y emocionalmente pertinente.

La **claridad** es el primer nivel de esta narrativa. Un mensaje claro reduce la carga cognitiva y permite que el usuario comprenda qué está ocurriendo y qué se espera de él. Esto implica evitar ambigüedades, tecnicismos innecesarios y estructuras complejas. La claridad no simplifica el contenido, sino que lo vuelve accesible en función del contexto de uso (Redish, 2012).

La **utilidad** introduce una dimensión funcional. Cada texto debe responder a una pregunta implícita del usuario: ¿qué puedo hacer ahora?, ¿qué pasó?, ¿qué va a ocurrir después? En este sentido, la narrativa en UX no busca adornar la experiencia, sino **habilitarla**. Un contenido útil anticipa dudas, previene errores y orienta decisiones, integrándose de forma natural al flujo de interacción.

La **emoción**, finalmente, aporta humanidad al sistema. Incluso en entornos altamente funcionales, el lenguaje puede transmitir empatía, acompañamiento o tranquilidad. Un mensaje de error, por ejemplo, no solo informa un problema técnico, sino que también puede reducir la frustración si reconoce la situación del usuario y ofrece una salida clara. La emoción en UX Writing no implica dramatización, sino **reconocimiento del contexto emocional de la interacción**.

Desde el diseño narrativo, estas tres dimensiones no funcionan de manera aislada. La claridad sin emoción puede resultar fría; la emoción sin utilidad puede generar confusión; la utilidad sin claridad pierde efectividad. El desafío profesional consiste en equilibrarlas según el tipo de producto, la situación de uso y las expectativas del usuario.

## **Tabla 2. Dimensiones de la narrativa centrada en el usuario en interfaces digitales**

<b>Dimensión</b>	<b>Función principal</b>	<b>Impacto en la experiencia</b>
Claridad	Facilitar la comprensión	Reduce errores y fricción

	inmediata	
Utilidad	Guiar acciones y decisiones	Aumenta eficiencia y confianza
Emoción	Acompañar la experiencia del usuario	Humaniza la interacción
Integración narrativa	Articular las tres dimensiones	Coherencia y fluidez del recorrido

Fuente: elaboración propia.

En el entorno profesional, diseñar narrativas centradas en el usuario implica observar cómo las personas interactúan realmente con los sistemas. No se trata de suponer necesidades, sino de interpretar comportamientos, puntos de fricción y momentos críticos del recorrido. A partir de esa observación, el contenido se convierte en una herramienta estratégica que traduce la lógica del sistema en una experiencia comprensible y significativa.



Cuando la narrativa logra equilibrar claridad, utilidad y emoción, el usuario no percibe el contenido como un obstáculo, sino como un aliado silencioso que lo acompaña en cada paso de la experiencia digital.

## 1.4 Accesibilidad, inclusión y lenguaje claro en interfaces

La accesibilidad y la inclusión no constituyen capas adicionales del diseño de contenidos, sino **condiciones básicas de una narrativa digital responsable**. Diseñar textos para interfaces implica asumir que las personas acceden a los productos desde contextos, capacidades y dispositivos diversos. El lenguaje puede facilitar ese acceso o, por el contrario, convertirse en una barrera invisible.

El **lenguaje claro** es uno de los pilares del UX Writing inclusivo. Consiste en redactar mensajes comprensibles a la primera lectura, con estructuras simples, vocabulario preciso y una lógica directa orientada a la acción. No se trata de “simplificar” el contenido, sino de **priorizar la comprensión** en contextos donde la atención es limitada y las decisiones son inmediatas (Redish, 2012; Plain Language Association International, 2023).

La accesibilidad también implica considerar cómo los textos son interpretados por tecnologías asistivas, como lectores de pantalla, y por usuarios con dificultades visuales, cognitivas o de comprensión lectora. En este sentido, el diseño narrativo debe alinearse con estándares como las **Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)**, asegurando que el contenido sea perceptible, operable y comprensible para la mayor cantidad de personas posible (W3C, 2023).

Desde una perspectiva narrativa, la inclusión se expresa en decisiones lingüísticas concretas: evitar supuestos culturales excluyentes, usar un tono respetuoso, ofrecer mensajes de error que no culpabilicen al usuario y diseñar instrucciones que contemplen distintos niveles de familiaridad con la tecnología. Estas decisiones construyen una experiencia que reconoce al usuario como diverso, no como un perfil idealizado.

### **Tabla 3. Principios de accesibilidad e inclusión en UX Writing**

<b>Principio</b>	<b>Aplicación en el contenido</b>	<b>Impacto en la experiencia</b>
Lenguaje claro	Frases simples y	Mejora la

	directas	comprensión
Inclusión lingüística	Evitar sesgos y supuestos	Amplía el acceso
Accesibilidad técnica	Compatibilidad con lectores de pantalla	Reduce barreras de uso
Empatía narrativa	Mensajes respetuosos y orientadores	Disminuye frustración
Consistencia	Uso estable de términos y acciones	Aumenta previsibilidad

Fuente: elaboración propia.

Estos principios no operan de manera aislada, sino que se refuerzan mutuamente dentro de la experiencia digital. El lenguaje claro facilita la comprensión, la accesibilidad garantiza que esa comprensión sea posible en distintos contextos de uso y la inclusión amplía el alcance del diseño a una diversidad real de personas. Cuando estas dimensiones se integran, el contenido deja de ser un requisito técnico y se convierte en un facilitador activo del acceso a la experiencia.

## Figura 3. Contenido accesible: claridad + accesibilidad + inclusión



Fuente: elaboración propia.

Más allá de las normativas y guías, la accesibilidad en el diseño narrativo es una **decisión ética y profesional**. Implica reconocer que cada palabra puede habilitar o limitar la experiencia de una persona. Cuando el contenido está pensado desde la inclusión, el producto no solo se vuelve más usable, sino también más humano, confiable y coherente con los valores que comunica.

CONTINUAR

## Unidad 2. Micro-narrativas y experiencia de usuario

---

### 2.1 Microcopy: botones, mensajes de error, confirmaciones y onboarding

El **microcopy** refiere a los textos breves que aparecen en puntos clave de una interfaz y que cumplen una función narrativa esencial: guiar, confirmar, advertir o acompañar al usuario en acciones concretas. Aunque su extensión es mínima, su impacto en la experiencia es alto. Cada palabra participa de una micro-narrativa que se activa en momentos decisivos del recorrido digital.

Desde el UX Writing, el microcopy no se concibe como un agregado tardío, sino como parte estructural del diseño. Un botón no solo habilita una acción; anticipa una consecuencia. Un mensaje de error no solo informa una falla; puede reducir la frustración y orientar una solución. Una confirmación no solo cierra un proceso; refuerza la confianza. El onboarding no solo explica; introduce el tono, las reglas y la promesa del producto (Nielsen Norman Group, 2021).

En términos narrativos, el microcopy opera como **diálogo** entre sistema y usuario. Cada intercambio construye una relación: cercana o distante, clara o confusa, empática o punitiva. Por eso, las decisiones de redacción deben alinearse con la voz y el tono definidos, así como con los valores del producto.

En la práctica profesional, diseñar microcopy implica comprender **qué necesita saber el usuario en ese instante específico** y con qué nivel de detalle. Un exceso de explicación puede entorpecer la acción; una falta de información puede generar errores. El desafío consiste en encontrar el equilibrio entre brevedad y sentido.

## Tabla 4. Funciones narrativas del microcopy en interfaces digitales

Tipo de microcopy	Función principal	Impacto en la experiencia
Botones	Activar acciones claras	Facilita decisiones
Mensajes de error	Informar y orientar	Reduce frustración

Confirmaciones	Cerrar procesos	Refuerza confianza
Onboarding	Introducir el sistema	Acelera aprendizaje
Mensajes de estado	Informar progresos	Aumenta previsibilidad

Fuente: elaboración propia.

**Más allá de su brevedad, el microcopy condensa decisiones narrativas, estratégicas y éticas. Cuando está bien diseñado, pasa casi desapercibido; cuando falla, se vuelve una fuente inmediata de fricción. Por eso, trabajar con micro-narrativas en interfaces exige precisión, empatía y una comprensión profunda del contexto de uso. Cada palabra cuenta, especialmente cuando el usuario tiene poco tiempo, poca atención y una expectativa clara de avanzar.**

## 2.2 Storytelling en flujos de usuario y customer journeys digitales

El storytelling en entornos digitales no se limita a piezas aisladas de contenido, sino que se construye a lo largo del **flujo de interacción** del usuario. Cada paso del recorrido —desde el primer contacto hasta la finalización de una acción— forma parte de una historia distribuida, donde el usuario es protagonista y el sistema actúa como mediador narrativo.

En este contexto, el **customer journey** puede entenderse como una secuencia narrativa: inicio, desarrollo, momentos de tensión, resolución y cierre. El diseño de contenidos acompaña ese recorrido, anticipando necesidades, resolviendo dudas y reforzando el sentido de cada acción. El storytelling en flujos no busca entretener, sino **dar coherencia y continuidad a la experiencia**.

Desde el UX Writing y el Content Design, narrar un flujo implica pensar qué información aparece en cada momento, con qué tono y con qué nivel de profundidad. Un mensaje prematuro puede saturar; uno tardío puede generar incertidumbre. La narrativa se ajusta al ritmo del usuario, no al del sistema.

En la práctica profesional, este enfoque permite detectar puntos críticos del recorrido: abandonos, errores recurrentes, dudas

frecuentes o momentos de fricción emocional. Allí, el contenido narrativo cumple un rol clave para sostener la experiencia, reforzar la confianza y facilitar la toma de decisiones.

**Tabla 5. Etapas del customer journey y funciones narrativas del contenido**

<b>Etapas del recorrido</b>	<b>Función narrativa</b>	<b>Tipo de contenido</b>
Descubrimiento	Generar interés y orientación	Mensajes introductorios
Exploración	Ampliar contexto y opciones	Descripciones y ayudas
Decisión	Reducir incertidumbre	Microcopy explicativo
Acción	Acompañar la ejecución	Instrucciones claras
Cierre	Confirmar y reforzar sentido	Mensajes de éxito

Fuente: elaboración propia.

La organización del recorrido en etapas permite comprender cómo el contenido cumple funciones narrativas diferenciadas a lo largo de la experiencia digital. Cada momento del journey exige un tipo de intervención específica que oriente, acompañe o confirme la acción del usuario. La siguiente figura visualiza este proceso de manera integrada, mostrando cómo el contenido narrativo se despliega y conecta las distintas etapas del recorrido.

## Figura 4. Customer journey digital: el contenido narrativo acompaña cada etapa



Fuente: elaboración propia.

Pensar el storytelling desde los flujos de usuario permite diseñar experiencias más coherentes y humanas. El contenido deja de ser fragmentario y se convierte en un sistema narrativo que acompaña al usuario en su recorrido, respetando su ritmo, sus expectativas y su contexto de uso. De este modo, la narrativa se integra de manera natural a la experiencia, reforzando la claridad, la confianza y el sentido del producto digital.

## 2.3 Diseño de micro-historias para apps, webs y plataformas

Las **micro-historias** son secuencias narrativas breves que se despliegan a lo largo de una experiencia digital y permiten al usuario comprender qué está ocurriendo, qué puede hacer y qué resultado esperar. A diferencia de los relatos tradicionales, no se presentan como una historia explícita y lineal, sino como una **narrativa distribuida** que emerge de múltiples interacciones pequeñas y conectadas entre sí.

En aplicaciones, sitios web y plataformas digitales, estas micro-historias se construyen a partir de la combinación de microcopy, estados del sistema, mensajes de feedback y progresión de acciones. Cada interacción —iniciar sesión, completar un formulario, recibir una notificación o finalizar una tarea— aporta una pieza al relato general de la experiencia. El usuario no

percibe estos elementos como fragmentos aislados, sino como parte de un recorrido con sentido.

Desde el diseño narrativo, el desafío consiste en **pensar la experiencia como una secuencia de escenas mínimas**. Cada escena tiene un objetivo claro, un tono específico y una relación directa con lo que ocurrió antes y con lo que ocurrirá después. De este modo, el diseño de contenidos deja de ser reactivo y se convierte en una práctica anticipatoria, capaz de acompañar decisiones y emociones del usuario.

En la práctica profesional, diseñar micro-historias implica comprender el contexto de uso y el nivel de implicación esperado. No es lo mismo una plataforma de entretenimiento, donde se busca continuidad y exploración, que una app bancaria, donde prima la claridad, la seguridad y la reducción de fricciones. Las micro-historias funcionan cuando se adaptan al propósito del producto y a la situación concreta del usuario.

## **Tabla 6. Componentes narrativos de las micro-historias en experiencias digitales**

<b>Componente narrativo</b>	<b>Función dentro de la experiencia</b>	<b>Ejemplo de aplicación</b>
-----------------------------	---	------------------------------

Inicio de acción	Activar el recorrido narrativo	Llamado claro a la acción
Desarrollo	Acompañar el proceso	Mensajes de progreso
Tensión	Anticipar o resolver problemas	Alertas o advertencias
Resolución	Cerrar la interacción	Mensajes de confirmación
Continuidad	Enlazar con la siguiente acción	Sugerencias o próximos pasos

*Fuente: elaboración propia.*

El diseño de micro-historias permite que la experiencia digital se perciba como fluida y comprensible. Cuando estas narrativas están bien articuladas, el usuario no necesita “interpretar” la interfaz: simplemente avanza. El contenido actúa como un narrador silencioso que acompaña cada decisión, refuerza la coherencia del sistema y construye una experiencia con sentido, incluso en interacciones breves.

## 2.4 Evaluación y testeo de narrativas en experiencia de usuario

Diseñar micro-narrativas para interfaces digitales no es un proceso cerrado ni definitivo. Las palabras, los mensajes y las historias mínimas que acompañan al usuario deben **evaluarse y ajustarse en función del uso real**, no solo de supuestos de diseño. En este sentido, el testeo narrativo se convierte en una práctica clave para garantizar claridad, coherencia y efectividad.

Evaluar narrativas en experiencia de usuario implica observar cómo las personas **interpretan y reaccionan** ante los textos dentro de la interfaz. Un mensaje puede ser gramaticalmente correcto y coherente con la voz del producto, pero resultar confuso, poco visible o emocionalmente inadecuado en un contexto específico. El testeo permite detectar estos desajustes antes de que se conviertan en fricciones persistentes.

Desde el UX Writing y el Content Design, el testeo se enfoca especialmente en micro-contenidos: botones, mensajes de error, ayudas contextuales, textos de onboarding y confirmaciones. Pequeñas variaciones en una palabra, un verbo o una estructura pueden modificar significativamente la comprensión y la acción del usuario. Por eso, evaluar no es solo medir resultados, sino **entender procesos de sentido**.

En la práctica profesional, se utilizan distintas estrategias: pruebas de usabilidad, tests A/B, entrevistas, análisis de recorridos y métricas de comportamiento. Estas herramientas no sustituyen el criterio narrativo, pero aportan evidencia para validar decisiones y ajustar el contenido de manera informada.

**Tabla 7. Estrategias de evaluación de narrativas en experiencia de usuario**

Estrategia	Qué evalúa	Aporte al diseño narrativo
Pruebas de usabilidad	Comprensión y fluidez del contenido	Detecta fricciones narrativas
Tests A/B	Efectividad comparativa de textos	Optimiza microcopy
Entrevistas	Interpretación y percepción del usuario	Aporta profundidad cualitativa

Análisis de recorridos	Comportamiento en el flujo	Ajusta secuencias narrativas
Métricas de uso	Impacto en acciones y decisiones	Valida resultados

Fuente: elaboración propia.

**Más allá de las herramientas, evaluar narrativas implica asumir que el diseño de contenidos es un proceso iterativo. Las micro-historias no se “terminan”, sino que evolucionan junto con el producto y sus usuarios. Cuando el testeo se integra de manera sistemática, el contenido deja de ser una hipótesis y se transforma en una decisión narrativa respaldada por la experiencia real, fortaleciendo la claridad, la coherencia y el valor de la experiencia digital.**

**CONTINUAR**

# Referencias

---

**Nielsen Norman Group. (2021).** *Microcopy: Why tiny words matter.* <https://www.nngroup.com/articles/microcopy/>

**Nielsen Norman Group. (2022).** *Tone of voice in UX writing.* <https://www.nngroup.com/articles/tone-voice-ux-writing/>

**Nielsen Norman Group. (2023).** *UX writing: Study guide.* <https://www.nngroup.com/articles/ux-writing-study-guide/>

**Plain Language Association International. (2023).** *What is plain language?* <https://plainlanguagenetwork.org/plain-language/what-is-plain-language/>

**Redish, J. (2012).** *Letting go of the words: Writing web content that works* (2nd ed.). Morgan Kaufmann. <https://www.sciencedirect.com/book/9780123859301/letting-go-of-the-words>

**Waller, R. (2011).** *What makes a good document?* Information Design Journal, 19(1), 1–17. <https://doi.org/10.1075/idj.19.1.01wal>

**World Wide Web Consortium (W3C). (2023).** *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2.* <https://www.w3.org/TR/WCAG22/>

**Gov.uk. (2020).** *Content design: Planning, writing and managing content.* <https://www.gov.uk/guidance/content-design>

**Krug, S. (2014).** *Don't make me think, revisited: A common sense approach to web usability* (3rd ed.). New Riders. <https://sensible.com/dont-make-me-think/>

CONTINUAR