

Disciplina

Diseño de contenido

Decide qué contenido necesita una persona y en qué forma (texto, tabla, video o gráfico) a partir de lo que necesita hacer, no de lo que la organización quiere decir.

En inglés
Content design

Origen
Richards (2017), a partir del trabajo en GOV.UK



De qué se ocupa

Las organizaciones publican lo que quieren contar, en su lenguaje. Quien busca algo concreto no lo encuentra o no lo entiende.

Aplicaciones en diseño

✓ Úsalo así

Escribe la necesidad de la persona antes de escribir el contenido.

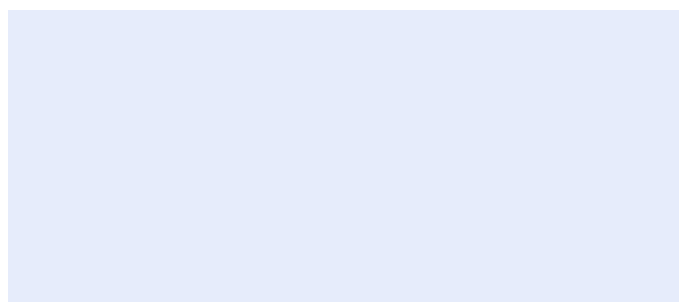
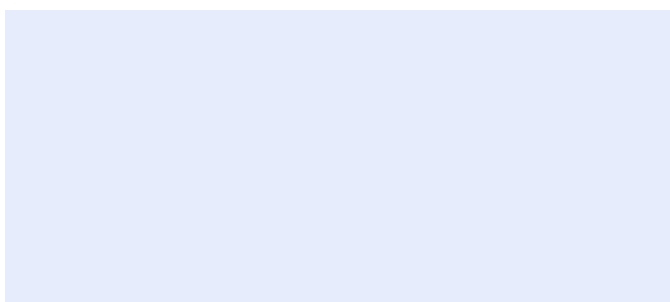
✗ Evita

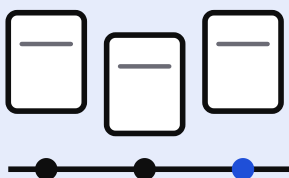
Publicar algo porque alguien de dentro lo pide, sin que nadie lo necesite.

👁 Para no caer

Menos contenido suele ser mejor: cada página de más es una página que mantener.

Ideas propias





Especialidad

—



Especialidad

—

Métodos y herramientas



Método

Test de usabilidad

Ver a personas reales intentar tareas con el producto para descubrir dónde se atascan.

Principios

La necesidad primero

Cada contenido responde a algo que la persona necesita hacer.

El mejor formato

Texto, tabla, video o gráfico, según lo que ayude más.

Con datos

Investigación y análisis, no suposiciones sobre qué quiere la gente.

Autores y obras

Sarah Richards (2017)

Desarrolló el método del diseño de contenido en el equipo digital del Gobierno británico, al reunir cientos de webs públicas en GOV.UK.

Conexiones

Se apoya en

Arquitectura de la información
Especialidad

Relacionado con

Diseño de información
Disciplina

Diseño UX
Disciplina

Fuentes

Fuentes originales

- Richards, S. (2017). Content design. Content Design London.

Última revisión: 22 de octubre de 2026