



O Clickbait

Que é o clicbait?

O clickbait, tamén coñecido como "cebo de clics", é unha estratexia para chamar a atención na internet. Consiste en facer titulares moi chamativos para que as persoas fagan clic e vexan o que hai detrás. A xente adoita caer nesa trampa porque os titulares son intrigantes, pero moitas veces o que atopan non é tan interesante como prometían.

Hoxe en día, hai moito contido clickbait. A xente adoita buscar cousas impactantes sen pararse moito a verificar se son verdadeiras ou non. Iso ás veces fai que as persoas se sintan desilusionadas cando descubren o contido real despois do titular.

Pero o clickbait pódese atopar en practicamente calquera medio de comunicación, incluso nunha charla en persoa. Imaxina que alguén che di que ten algo interesante que contarte, pero pospón a revelación cun enigmático "mellor cóntocho mañá ". Isto é semellante ao que ocorre co clickbait na internet, onde moitos usuarios simplemente non poden resistirse a facer clic nos titulares misteriosos que atopan.



A FENDA CURIOSIDADE:

Os clicbaits funcionan grazas á curiosidade do lector. George Loewenstein, estudou isto na súa teoría da *fenda de información*, onde da unha explicación de por que nos sentimos tan curiosos. A idea principal desta teoría é que o noso cerebro está constantemente buscando encher espazos de información. Cando hai algo que sabemos e algo que queremos saber, pero hai unha separación ou fenda entre eles, a curiosidade aparece. Para entender isto mellor, pensa en cando estás vendo unha serie ou película. Ás veces, deixan preguntas abertas ou misterios sen resolver. Isto fai que queiramos saber máis e que a curiosidade se active. Segundo esta teoría, é como se o cerebro necesitase resolver ese misterio para sentirse satisfeito. Por iso nos involucramos tanto cando hai algo que queremos descubrir. Os clicbaits empregan esta idea para que o receptor entre nos seus contidos



<https://www.flickr.com/photos/bellatrix6/43869698771/in/photostream/>

PODEMOS EMPREGAR O CLICBAIT?

Si, podes usar a técnica do clickbait de maneira ética, aínda que non sexa exactamente o habitual en Internet. Podes crear contidos útiles e interesantes para o usuario cun título que chame a atención. A clave está en non enganar ao usuario, quen, ao facer clic, debería atopar o que se lle prometeu inicialmente. A información

debe ser verdadeira, precisa e de confianza. Pero coidado, non exaxeres cos títulos. O uso excesivo do clickbait pode afastar a usuarios máis experimentados dos teus contidos. O equilibrio debería ser a túa prioridade. Isto é especialmente relevante se o teu sitio web ou medio é descoñecido, así que asegúrate de presentar os teus contidos de forma atractiva sen abusar das técnicas para atraer a máis usuarios.

AS CLAVES DO CLICBAIT:

A base do clicbait está no título. Un título creativo que conecte ao usuario cun contido interesante fai toda a diferenza. ¿queres ver como se fai? Aquí tes algunhas pistas:

Sé breve:

Un título demasiado longo non se visualizará totalmente e perderá efectividade. Polo contrario, as veces empréganse títulos longos so para estimular a curiosidade e obligar a dar un clic para ver como remata.

Fai preguntas

As preguntas adoitan chamar a atención das persoas, pois ante elas é case imposible que non contestar ou pensar nunha resposta. Un titular como exemplo sería:

-Hai que desfacerse da comida unha vez pasada a data de caducidade?

Xera suspense

Un dos tipos máis comúns de titulares clickbait son aqueles que crean misterio e suspense ao redor do contido ao que dirixen, mesmo sabendo que o resultado seguramente nos decepcionará.

Por exemplo nas seguintes noticias:

Foi a actriz mais famosa do mundo. Hoxe non a recoñecerías ou Minutos máis tarde todo cambiou para eles.

Aínda que quizais non nos importe moito o tema en cuestión, o titular sementa algunha inquedaanza dentro de nós.

Fai enumeracións

Outra técnica común son os listados numerados con elementos específicos. Gústanos os números (listados), e se son impares, moito mellor. Usar números nos títulos crea un maior nivel de atracción aos usuarios porque

brinda información específica. Só asegúrate de que realmente lle darás ao público o que lle prometes. Exemplos: 5 propiedades saudables do chocolate que non coñecías, 10 peinados orixinais que te farán brillar este verán, 10 cousas perturbadoras que non te esperas.

Verbos imperativos que chaman á acción

Comezar os titulares cun verbo imperativo chamando á acción é outra técnica común dos clickbait. "Mira", "escoita", "lee"....Todas estas accións sempre evocan a curiosidade do lector, o que é vital para os seres humanos. Por exemplo:-Lee estes consellos antes de elixir hipoteca.-Mira este vídeo se queres preparar o mellor sandwich do mundo.

É sinxelo, pero efectivo. Pedimos directamente ao usuario que realice algúnha acción concreta que nos interesa que leven a cabo.

Apelar ás emocións

Consiste en intentar tocar a fibra sensible da nosa audiencia obxectivo mediante titulares que non os farán sentir indiferentes. Exemplos: Un can salva a un neno de morrer afogado, Levaban sen verse mais de trinta anos ou Crecer nos anos 90, cousas que xa non existen.

Engade un toque persoal ao título:

É importante empatizar co usuario, e a mellor forma é falar en primeira persoa e dirixirnos á audiencia en segunda persoa, usando o "ti".

E non esquezas

Non hai nada de malo en describir o contido de maneira atractiva para xerar curiosidade. A clave dun bo clickbait é lograr que o usuario mire o resto do contido, así que deberás satisfacer ao usuario co que realmente busca.

A cuestión é saber como facelo para sacarlle bo proveito sen defraudar á audiencia, así que non esquezas:

Brindar contido de valor

Pregúntate se o teu encabezado corresponde ao texto ou contido que entregas a cambio dun clic. Evita sempre as ambigüidades ou sacar a información de contexto.

Incluír enlaces internos

Para que calquera artigo teña seriedade e o usuario poida crelo, debe estar sustentado nunha investigación e en enlaces a artigos ou estudos onde se comprobe a veracidade da información compartida.

Se quixeches chamar a atención do teu público, o máis recomendable é buscar datos importantes e reais. Integra algunhas imaxes, audios ou vídeos que non só ilustren o tema, senón que sexan útiles para o visitante.

Ofrecer información nova

Unha das mellores cousas que podes facer é aproveitar algún dato ou nova sempre que teña relación coa túa materia. Isto adoita ser unha boa forma de chamar a atención. Os usuarios son curiosos e que mellor que brindarles información peculiar e nova.

En conclusión

Non está mal empregar unha estratexia de clickbait, por mais que esta estea asociada a contidos de pouco valor e falaces sempre é posible empregala dende un punto de vista ético. Evidentemente, se decidísemos usar esta práctica na nosa propia estratexia, teríamos que xerar titulares e contidos adaptados ao contexto do noso pódcast, esforzándonos para que resulten irresistibles para o noso público obxectivo.