

La mirada editorial, el plus de un periodista sobre el creador de contenidos

- La "mirada editorial" en periodismo se refiere a la perspectiva o enfoque que un medio de comunicación elige para cubrir un evento, tema o noticia, y que se manifiesta en la selección de información, la forma en que se presenta, y la opinión que se expresa sobre el asunto. Es la forma particular en que un medio interpreta y presenta la realidad, y es una herramienta que puede influir en la percepción del público sobre un tema.
- No se trata solo de informar, sino de interpretar, de dar forma a las ideas y de ofrecer una mirada única sobre un hecho: ya sea hablar del último lanzamiento de un bolso, explicar cómo es vivir una experiencia en un hotel de cinco estrellas, o entrevistar a un directivo de Inditex. Es un espacio donde las palabras cobran vida, donde la creatividad se mezcla con el rigor y donde el periodista tiene la oportunidad de influir, inspirar e incluso generar cambios en la sociedad.

Elementos indispensables para forjar una mirada editorial

- **Curiosidad:** “La curiosidad es un valor fundamental para triunfar en cualquier sector, pero especialmente en el mundo editorial. En la actualidad, la información está al alcance de todos: tanto medios como audiencia. El toque diferenciador está en ese deseo de saber más, no quedarse en la superficie de una noticia, investigar y dar un paso más para entender mejor el mundo. Si unes el ansia de conocimiento con un toque de creatividad, destacar es más que posible”.
- **Proactividad:** “Ser proactivo significa anticiparse a los problemas o a las tendencias, tomar la iniciativa y no esperar a que las oportunidades lleguen a ti, sino buscarlas activamente. Estar en constante búsqueda y aprendizaje. Como cantaba Mercedes Sosa, todo cambia. Y en un medio tan inestable como el de las modas, es imprescindible ser permeable a los cambios y saber estar en constante evolución”.
- **Respeto:** “El respeto no es solo fundamental en lo que haces, sino en cómo lo haces, desde escribir una reseña, hasta hacer una entrevista, pasando por contactar con una fuente o pedir un contacto. Hay que respetar al otro, entender que el trabajo y las prioridades de los demás son tan importantes como las propias. Que no hay un tema pequeño porque de todo se aprende. El respeto no solo se trata de cumplir con tareas o responsabilidades, sino también de hacerlo de manera ética, con cortesía y teniendo en cuenta el impacto que nuestras acciones tienen en los demás. Y, por supuesto, tener respeto por el lector: ofrecerle una información veraz y objetiva”.

Criterios para fortalecer una mirada editorial

- **Línea editorial:** La orientación general de un medio, que incluye la selección de temas, la forma en que se abordan, y la voz que se le da a ciertos personajes o grupos sociales.
- **Intencionalidad:** La intención que tiene un medio al cubrir un tema, ya sea para informar, analizar, opinar o influir en la opinión pública.
- **Enfoque:** La perspectiva desde la cual se aborda un tema, que puede ser personal, política, económica, social, etc.
- **Selección de información:** La decisión de qué hechos, datos o fuentes se utilizan para construir la noticia o el reportaje.
- **Forma de presentación:** El estilo de redacción, la utilización de imágenes, la estructura del texto, y el lenguaje que se emplea.
- **Opinión:** La perspectiva que un medio toma sobre un tema, que puede ser explícita (a través de editoriales, columnas de opinión) o implícita (a través de la forma en que se presenta la información).

Importancia de la mirada editorial

- **Permite a los medios diferenciarse:** La mirada editorial ayuda a los medios a construir una identidad propia y a atraer a un público específico.
- **Facilita la comprensión de la información:** Ayuda a los lectores a entender el contexto de una noticia y a evaluar la información con mayor profundidad.
- **Permite la crítica y la discusión:** Al expresar una opinión sobre un tema, los medios pueden invitar a la discusión y al debate, lo que enriquece la opinión pública.
- **Puede ser una herramienta de manipulación:** La mirada editorial puede ser utilizada para sesgar la información y para influir en la opinión pública, lo que puede ser perjudicial para la democracia.
- **La intencionalidad:** La Intencionalidad Editorial es una propuesta teórica y metodológica en desarrollo sobre la propia naturaleza del proceso periodístico. Apunta a proporcionar elementos de análisis para el estudio de los medios de comunicación, particularmente del periodismo, y su relación con la ideología, el poder, la propaganda y la hegemonía.
- **Objetividad vs. Parcialidad:** Así como la objetividad es un componente del hecho periodístico, el mismo necesariamente será parcial, como lo es toda actividad humana desde el punto de vista cultural antropológico, y entendida esa parcialidad no como aceptación de una parte en detrimento del todo sino como asunción de una posición propia del periodista y-o del medio ante el complejo y multifacético entramado de hechos sobre los que trabaja la práctica periodística.

La influencia del periodismo en el ámbito político y social

- Pensar que las noticias distorsionan o reflejan la realidad no es útil, ya que las 'realidades' son construidas, y las noticias forman parte del sistema que las construye.
- Los medios de comunicación desempeñan un papel importante en el conocimiento de la realidad que forma parte de nuestra vida cotidiana pero que se encuentra fuera de nuestro alcance inmediato.
- No todos los hechos son transformados en noticia, sino sólo aquellos que resultan seleccionados por los medios para tal fin.
- En este proceso de construcción de las noticias, los medios tienen un papel clave, puesto que difunden información e ideas acerca de las alternativas políticas existentes en forma accesible para grandes audiencias, e inciden en la naturaleza de la deliberación democrática.
- Su peso en el establecimiento de la agenda social se produce en función de la relevancia que otorgan a los asuntos tratados y de los atributos que adquieren los objetos o sujetos que reciben cobertura mediática.
- Más allá de su lugar como intermediarios entre los hechos y las audiencias, los medios de comunicación son actores políticos con intereses particulares que se mueven en un campo atravesado por relaciones de poder.
- Poseen un papel activo no sólo en la formación de la opinión pública, sino también en el desarrollo del proceso político.

Diferencias entre un periodista y un generador de contenidos

- La principal diferencia entre un periodista y un creador de contenido reside en su enfoque. Un periodista se centra en proporcionar información precisa y verificada sobre noticias y eventos, buscando objetividad y rigor. Un creador de contenido, por otro lado, tiene como objetivo entretener, educar o informar a su audiencia, con mayor libertad creativa y personal.
- Un periodista “es una persona que asume la delegación de la sociedad para trabajar con una serie de criterios de carácter técnico y deontológico en la transmisión de la información y de las ideas en la sociedad”.
- La función del periodista está más volcada en la información que en la opinión, y lo que hacen los creadores de contenido está fundamentalmente basado en la opinión, no en la información, que es lo específico y lo que todos necesitamos.
- Los creadores de contenido en su mayoría distribuyen las noticias en lugar de producirlas. Los creadores no están encontrando nueva información o descubriendo nuevas fuentes, necesariamente, sino que están llegando a los consumidores con ideas e historias que ya están establecidas.

Diferencias entre un periodista y un generador de contenidos

El periodista

- **Objetividad y verificación:** Busca la verdad y la precisión en la información, verificando fuentes y datos.
- **Información:** Su principal función es informar sobre eventos y noticias relevantes.
- **Profesionalidad:** Por lo general, tiene una formación específica en periodismo y cumple con estándares éticos.
- **Búsqueda:** un periodista busca la información y la verdad.

creador de contenidos

- **Creatividad y expresión:** Puede expresar opiniones, ideas y perspectivas personales de manera libre.
- **Entretenimiento y educación:** Puede crear contenido para entretener, educar o inspirar a su audiencia.
- **Audiencia:** Se dirige a un público específico, con un objetivo claro de conectar con sus intereses.
- **Búsqueda:** un creador de contenido busca la creatividad y la conexión con su audiencia.

Manual del buen uso de la ia en las redacciones

- **Inteligencia artificial:** conjunto de ideas, tecnologías y técnicas relacionadas con la capacidad de un sistema informático para realizar tareas que, usualmente, requieren de la inteligencia humana. Por lo general, se espera que estos sistemas realicen estas actividades de manera más eficiente, ágil y con menor margen de error a comparación de los humanos.
- **Automatización:** amplia gama de tecnologías que reducen la intervención del ser humano en los procesos. Sin embargo, aquí Valacco hace la primera alerta: la IA no debería reemplazar al periodista; por el contrario, este asumir la revisión y supervisión de los análisis y productos realizados por la tecnología.
- **Algoritmo:** serie de pasos que se siguen para resolver un problema concreto o lograr un resultado definido. Por ejemplo, los algoritmos de Google o Facebook siguen una serie de pasos para evaluar el contenido disponible y, según ciertos criterios, eligen cuál priorizar para mostrárselo al usuario.
- **Machine Learning:** uso de algoritmos que aprenden patrones a partir de datos previos. Con este aprendizaje, estos algoritmos son capaces de realizar tareas nuevas sin estar explícitamente programadas para ellas.
- **Inteligencia artificial generativa:** un subcampo del aprendizaje automático que implica la generación de nuevo contenido (texto, imágenes, códigos, etc.) en base a un conjunto de datos previos de entrada. El ejemplo clásico es **ChatGPT**, que devuelve datos de acuerdo a *prompts* (consignas) otorgadas por un usuario.
- **Sistemas de recomendación:** la IA puede analizar el perfil del usuario que visita nuestros portales para **brindarle mejores sugerencias** de noticias de interés.
- **Modelos de propensión:** ¿cuán probable es que un lector se suscriba a nuestro medio de comunicación? La IA también es usada en el periodismo para predecir **qué usuarios son más probables de pagar** por contenido noticioso.

Herramientas para el buen uso de IA IA

- 1. gemini.google.com (más potente que chatgpt)
- 2. [ElevenLabs.io](https://elevenlabs.io) (genera voz)
- 3. [Tome.app](https://tome.app) (crea presentaciones)
- 4. [Pika.art](https://pika.art) (crea videos)
- 5. [Gamma.app](https://gamma.app) (diseña documentos)
- 6. [Suno.ai](https://suno.ai) (compone música)
- 7. [Picwish.com](https://picwish.com) (edita imágenes)
- 8. [Perplexity.ai](https://perplexity.ai) (asistente de investigación)
- 9. [Krea.ai](https://krea.ai) (logos)
- 10. [Fliki.ai](https://fliki.ai) (locuciones)
- 11. [Runway.ml](https://runwayml.com) (video)
- 12. [Relume.io](https://relume.io) (diseño web)
- 13. [LumaLabs.ai](https://luma.ai) (modelos 3D)
- 14. [Descript.com](https://descript.com) (edición de video)