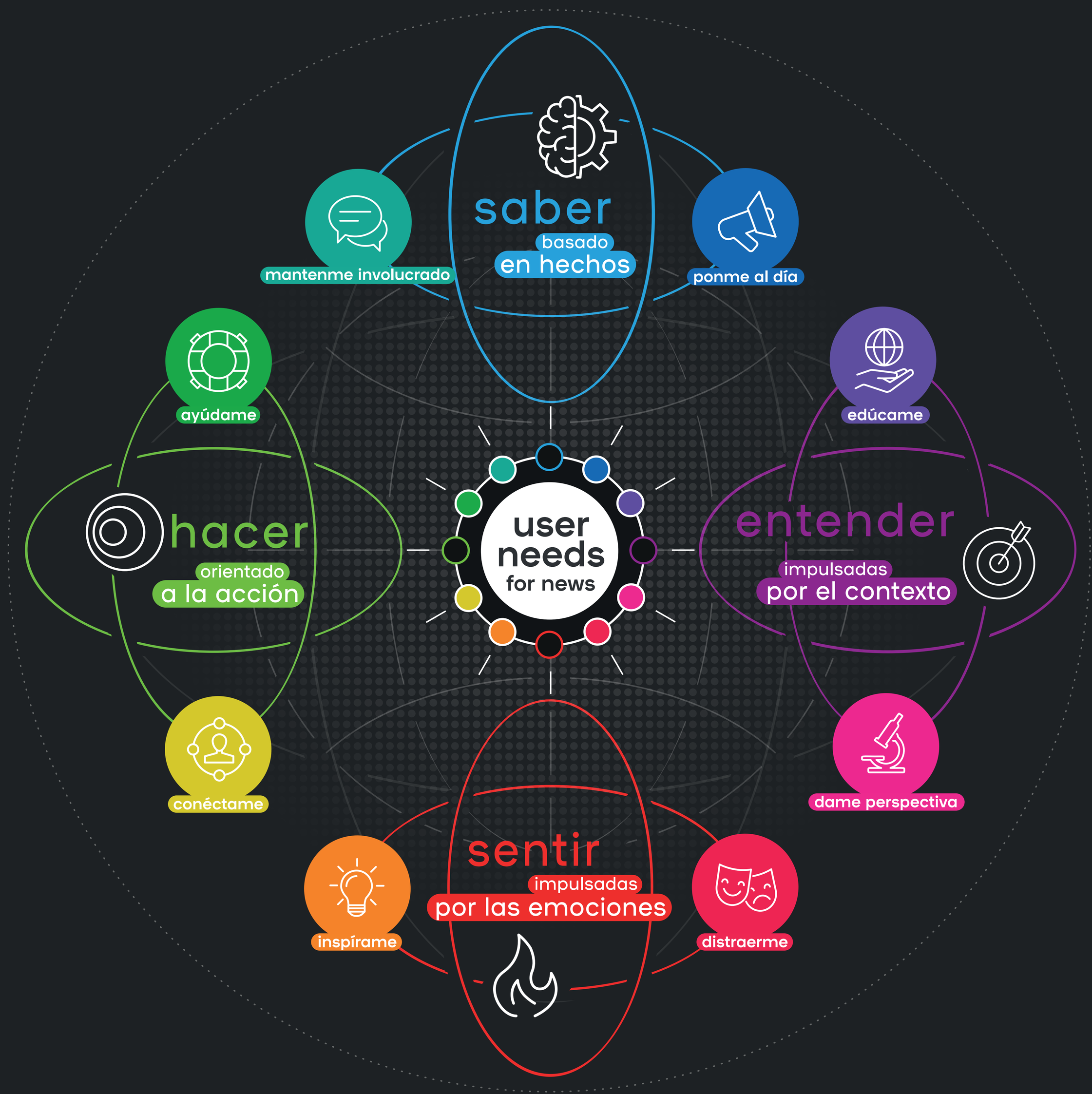
modelo de **necesidades de los usuarios** 2.0

basado en el modelo original de la BBC de 2016



basado en hechos — informar a la audiencia

Facilitar la necesidad de saber algo. Contar la historia, dar los hechos. ¿Qué pasó, cuándo y dónde? Manten la información objetiva y ordénala de forma que tu público la entienda fácilmente. Revela algo oculto, ofrece actualizaciones y establezca una visión de conjunto clara. Así es como tu audiencia valorará las noticias de última hora.

ponme al día

Noticias directas. Las clásicas historias de "quién, cuándo, dónde y qué". Estos artículos tienen la misión principal - informar a tu audiencia y de iniciar un hilo potencialmente más largo de cobertura informativa desde ángulos alternativos.

mantenme involucrado

La gente quiere ver el impacto de los acontecimientos que ocurren. Ya sea en la televisión, en los periódicos, durante los eventos o en las redes sociales.
Ofrece una visión de la dinámica que surge cuando ocurre algo. Anima a tu audiencia a unirse a la conversación a través de los hechos.

formatos comunes

- informe
- resumen
- blog en directo
- noticias de última hora
- colección de tweets
- artículo con entradas incrustadas
- reacción
- citas

orientado a la acción — motivar al público

Facilitar la necesidad de hacer algo. Piensa en consejos, guías, ánimos, periodismo de servicio y soluciones. Empieza preguntando si hay algo en lo que puedas ayudar a tu audiencia, o si hay algún acontecimiento o movimiento al que puedan unirse para orientar sus creencias y valores. Conecta a la gente con personas, ideas o acontecimientos concretos.

ayúdame

Típico "periodismo de servicio" que ofrece consejos directos a la audiencia sobre cómo explorar más un tema concreto. Puede tratarse de consejos muy prácticos (estos son los mejores lugares de Berlín para ir con niños en un día lluvioso) o de artículos como "las mejores películas ambientadas en Berlín".

conéctame

Historias que conectan con personas en torno a ideas o experiencias. En muchos casos, estas historias generan empatía o afinidad con el sujeto o el tema. Tu audiencia quiere sentirse conectada y, al mismo tiempo, sentir el impulso de actuar en función de ese sentimiento. También puede significar que estas historias contribuyen a un sentimiento de pertenencia.

formatos comunes

- lista de chequeo
- cronología
- consejos
- selección del conservador
- columna
- informe
- anuncio
- formularios de inscripción

impulsadas por el contexto — explique a su público

Facilitar la necesidad de entender algo.
Piensa en las preguntas que puede plantearse tu público en relación con el tema. ¿Debes explicar algo complejo o ayudar a los lectores a formarse una opinión? Empieza por preguntarte si algo puede beneficiarse de una aclaración. Recuerda que estás más informado sobre el tema que el lector medio.

dame perspectiva

Expertos y analistas desgranan y explican temas complejos en relación con el modo en que la noticia afecta a la vida de una persona. Los artículos están llenos de opiniones y citas o dan diferentes perspectivas sobre un tema con pros y contras. Ayuda a decidirse.

edúcame

Con estos artículos los lectores aprenden más sobre un tema concreto o avivan su curiosidad en un área específica.
También pueden destilar un tema complejo en sus componentes básicos. Si se hacen bien, estas historias pueden convertirse en artículos eternos.

formatos comunes

- ensayo invitado
- análisis
- entrevista
- perfil
- preguntas y respuestas
- explicación
- glosario
- visualización de datos

impulsadas por las emociones — conmover al público

Facilitar la necesidad de sentir algo. La gente suele estar vinculada emocionalmente a las noticias, sobre todo cuando se trata de cosas que afectan a su vida. Ya sea alegría, rabia, incredulidad o cualquier otro sentimiento, pregúntate si hay alguna forma de hacer más tangible ese sentimiento y piensa en ángulos interesantes para hacerlo más vívido.

distraerme

Ofrece a tu audiencia algo completamente diferente (porque no se pueden consumir noticias duras todo el tiempo). Una visión más ligera de un tema más difícil. Algo que rompa el flujo de noticias pesadas o duras.
Por ejemplo, algo divertido que haya ocurrido durante un acontecimiento grave.

inspírame

Son los típicos artículos sobre gente interesante que hace cosas interesantes, inspiradoras o sorprendentes. También puede ser periodismo de soluciones.
No le digas a tu audiencia lo que está mal, pero da ejemplos de cómo se pueden arreglar las cosas. Ayuda a pensar en la responsabilidad social y te hace sentir orgulloso de la gente y por la gente.

formatos comunes

- galería de imágenes
- presentación de diapositivas
- relato corto
- artículo de fondo
- reportaje en primera persona
- entrevista
- relato histórico
- lectura larga

©2023 una producción de smartocto en colaboración con Dmitry Shishkin | smartocto.com/academy

smartocto academy
powered by smartocto.com