

PROYECTO PERIODÍSTICO

Este es un proyecto periodístico preliminar de una idea que ha rondado mi cabeza por mucho tiempo. No fue hasta que tomé el taller 4 del Laboratorio de Medios que decidí darle cuerpo a la iniciativa.

Hoy tengo las herramientas.

OBJETIVO

Posicionar un newsletter que se entregue a los suscriptores cada 20 días para informar sobre la salud mental desde un enfoque periodístico y dinámico que revalorice la importancia de estar sanos mentalmente.

NOMBRE DEL MEDIO:

Valeriana

¿QUÉ?:

Un newsletter sobre salud mental

¿POR QUÉ?:

La pandemia ha elevado los problemas de salud mental alrededor del mundo. En nuestro país cuando se habla de salud pocas veces se piensa en el estrés, ansiedad o depresión como verdaderos problemas y el mismo Estado no invierte en este ámbito de la salud.

Considero que hubo más reflexión sobre su importancia y por ello ofrezco dar información puntual de salud mental.

¿QUIÉNES?:

Mi objetivo es llegar principalmente a personas con trabajos formales pues ellos y ellas han enfrentado muchos obstáculos en pandemia.

El teletrabajo pudo cuidar la salud física de muchas personas y por otro lado deteriorar su salud mental. Eso sin mencionar el estrés del encierro.

En el caso de quienes se vieron obligados a salir a las calles también hay otro tipo de estrés: la vulnerabilidad al virus.

¿CÓMO?

Las entrevistas escritas se harán con personal especializado de la salud mental. Desde psiquiatras, psicólogas y terapeutas.

En el caso de videos se incluirá testimonios de quienes han padecido o padecen enfermedades mentales por su trabajo y quieren contar sus experiencias de cómo subsanaron esa situación.

No es preciso conocer sus identidades en el caso de solicitar anonimato.

PROPUESTA ÚNICA DE VALOR:

No existen newsletter sobre salud mental en el contexto boliviano, con nuestros especialistas y nuestras carencias así como oportunidades.

¿QUÉ NECESIDAD RESUELVE EL MEDIO?:

Si bien no se pueden dar recetas sobre enfermedades mentales ni tampoco diagnosticarlas es posible que los lectores estén mejor orientados.

Hablar de enfermedades mentales suele ser un tabú y por ello creo necesario empezar a familiarizarnos con esta dura realidad.

Es importante, también, recordar que al ser un newsletter periodístico no se pueden dejar temas de coyuntura sobre salud mental. Por ejemplo:

- ¿Cuál es el presupuesto que el gobierno boliviano asigna a la salud mental?
- ¿Cómo se trabajó en los centros psiquiátricos del país?

Informamos sobre salud mental y fiscalizamos las tareas del poder en esta área.

VISIÓN:

Ser un newsletter de referencia para los medios tradicionales de comunicación y así dar al tema de la salud mental un espacio en el escenario mediático.

MISIÓN:

Realizar entregas cada 20 días con información de calidad y que sea atrayente para todos los y las lectoras.

FORTALEZAS

- No existen newsletter de salud mental sobre el contexto boliviano.
- Como nunca antes, debido a la pandemia, el foco de muchos médicos está en la salud mental. La población requiere esta información.
- Contacto con fuentes y facilidad de obtener los testimonios.

OPORTUNIDADES:

- Predisposición para realizar las entregas.
- Podemos incluir publicidad o sorteos para impulsar las lecturas e ingresos económicos.
- De momento no tenemos competencia en esta área.

DEBILIDADES

- El presupuesto y de ahí el desafío de convencer a los financiadores sobre la importancia de invertir, al menos, en las primeras seis entregas a fin de costear gastos de reporteria, honorarios y difusión.
- Que otros medios incluyan el tema en sus agendas antes que este newsletter.

AMENAZAS:

- Hakeo, caída de la plataforma o daño en el contenido.
- Miedo al emprendimiento considerando que existe un marco muy precario del trabajo de los y las periodistas.

SOPORTE O CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

El newsletter se difundirá mediante listas de correo electrónico, pero para poder captar a los lectores primero vamos a dar avances de nuestro material.

La estrategia de difusión se hará de la siguiente manera:

Redes sociales

1. Twitter

Por ser una red amplia en cuanto a las opiniones ya que sus usuarios suelen guardar su identidad usando seudónimos.

2. Facebook

Por ser la red social más utilizada por todos los públicos a pesar de las nuevas plataformas.

3. Tiktok

Por ser la red social más ágil y generar tendencia en otras redes sociales.

Tik tok tiene como ventaja ser una red social afable y que permite usar el recurso del humor, la sensibilidad y otros para hablar de temas poco socializados como es la salud mental.

EQUIPO:

- Coordinadora del proyecto. Maneja la agenda de temas, coordina las reuniones del grupo y conoce las habilidades de cada integrante para la asignación de tareas.

Se encarga de la edición de los materiales cuando son textos y en el caso de videos revisando los guiones.

Maneja la parte operativa y de marketing.

- Periodista que realice las coberturas con especialistas de la salud mental. Presenta su batería de preguntas en las reuniones de coordinación y así se definen los enfoques para aprovechar la entrevista.

- Periodista que realice las coberturas con quienes aceptan dar sus testimonios. Presenta su guion en la reunión de coordinación y edita el material listo para ser subido a la red.

FUENTES DE INGRESO:

Buscaremos financiamiento en instituciones como la Fundación para el Periodismo, el viceministerio de Comunicación y también el ministerio de Salud.