

Hablemos en serio de sexualidad

Proyecto Multimedia - Laboratorio de Generación de contenidos multimedia y crossmedia



Reinventarse, con las nuevas narrativas periodísticas

Por: Marianela Moring Jiménez

El periodismo, está en el momento más importante de su historia. Sacudido por una crisis del modelo de negocio de los medios de comunicación, que dan las fuentes laborales. Y con la amenaza real, de la pérdida paulatina de las audiencias.

Y todo originado por los cambios en los hábitos de consumo de los usuarios, que han dado paso a la migración de las audiencias al ámbito digital.

Entonces urge reinventarse. Lo bueno de todo esto, es que hay mucho por hacer en este nuevo escenario, con mayores ventajas, con nuevas herramientas y nuevas formas de hacer periodismo.

La disrupción, la creatividad, la originalidad y la diferenciación se imponen, en un ambiente mucho más competitivo.

"En este tiempo de reinvención, conectarse con las audiencias, es la clave del éxito." M.M.J.

HUMAN CENTERED DESIGN

ENTENDER O EMPATIZAR:

con el público objetivo, a través de una encuesta.

DEFINIR O IDEAR:

el formato elegido fue el reportaje escrito.

DISEÑAR O PROTOTIPAR:

para que sea atractivo visualmente, usamos fotografías e infografías.

EVALUAR O TESTEAR:

los productos, se subieron a las RRSS, se compartieron con el grupo focal que respondió la encuesta y con las personas entrevistadas.



El Proyecto

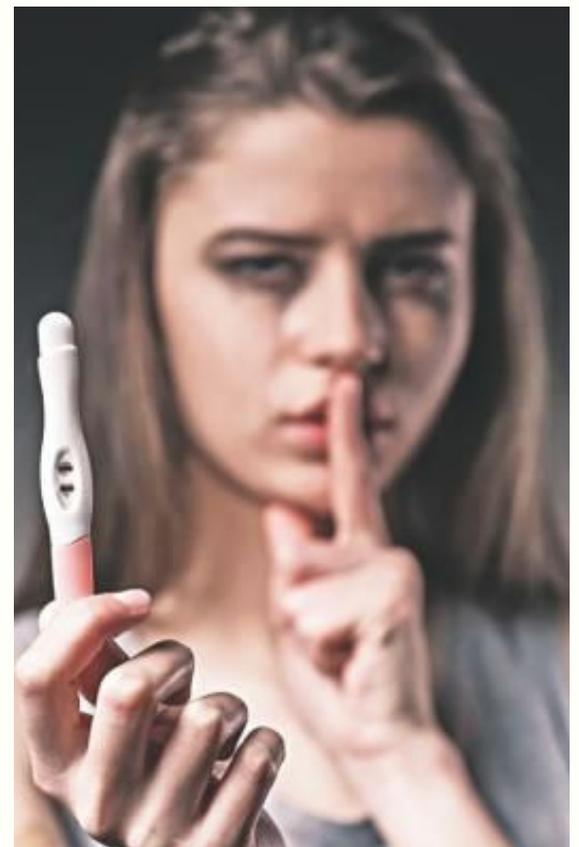
El Proyecto sobre el Embarazo Adolescente en Bolivia se pensó inicialmente para los adolescentes, sin embargo, ante la sugerencia de uno de los jurados, y debido a que ya había otro grupo tocando la misma temática, se cambió el rumbo, centrándose en los padres de familia.

El embarazo adolescente, es un problema mundial, pero en una población tercermundista y con las condiciones económicas de nuestro país, adquiere un costo social muy alto.

¿Un proyecto innovador?

Es innovador por las audiencias elegidas, que son los padres. Para prevenir el embarazo adolescente, existen una serie de proyectos y programas de instituciones gubernamentales y no gubernamentales, que contribuyen con la prevención a través de capacitaciones para los adolescentes, en ellas se dan clases de educación sexual y métodos anticonceptivos en los centros de enseñanza.

Pero no encontramos información respecto a centros, instituciones u organismos nacionales o internacionales, que se ocupen de capacitar a los padres, sobre este tema, para que los padres compartan adecuadamente esta información con sus hijos, siendo ellos los primeros maestros naturales de los niños. Con la importancia de que la sexualidad es una función biológica natural para los seres vivientes. Al parecer la sexualidad es un tema, que dificulta a los padres conversar con los hijos adolescentes.



HUMAN CENTERED DESIGN

Para empatizar con las audiencias, se realizó una encuesta en línea a 60 participantes, padres de familia con hijos adolescentes.

Los resultados nos mostraron que aunque hay amplitud de pensamiento respecto a la sexualidad y los padres se sienten preparados para normalizar la conversación sobre sexualidad con sus hijos

adolescentes, no saben cómo enfocar bien el tema.

El dolor: los padres tienen miedo a no dar la información necesaria de manera correcta.

El ideal: tener hijos bien informados para afrontar su sexualidad de manera responsable, y no tener inconvenientes que impidan terminar sus estudios o continuar con su proyecto de vida.



La encuesta nos llevó a empatizar con los padres

Y con la participación de ellos y su retroalimentación sobre sus experiencias valiosas, sus historias, sus anhelos y sus puntos de vista diferentes. Los padres entrevistados de distintos grupos generacionales: X y Millennials, enriquecieron el reportaje desde su propia mirada. Siguiendo todos los pasos del Human Centered Design pudimos darle a la narrativa un enfoque centrado en las audiencias.

El testeo se hizo exponiendo a los mismos padres los prototipos de los productos, para conocer su retroalimentación, esto generó un pequeño conversatorio por whatsapp. Comprometiéndonos posteriormente a realizar un conversatorio más prolongado vía zoom sobre el tema.

Beneficio social del proyecto

Descubrimos un problema latente en la sociedad boliviana que pasa desapercibido por las autoridades competentes. El abordaje de este tema, ayuda a concientizar al público objetivo, padres de adolescentes, para enfocar sus esfuerzos en cambiar la tasa actual de embarazos adolescentes, hablando de sexualidad responsable con sus hijos desde niños. Los padres son los actores fundamentales para lograr que sus hijos tengan mayores oportunidades y alcancen sus metas y proyectos de vida.



HERRAMIENTAS

Procuramos emplear todas las herramientas aprendidas durante el Laboratorio, la base fue el Human Centered Design para la identificación del problema. Escuchar a las audiencias, generó una mayor relación con estas.

Las usamos tanto para el diseño, como para realizar las nuevas narrativas y para publicarlas en las diferentes plataformas.

Fue muy importante elaborar un estudio de mercado, identificando 3 buyer personas y realizando los mapas de empatía.

La segmentación fue la clave para conocer las preferencias y ayudar a la elección de las plataformas de publicación, junto con la duración de los mensajes. Gracias a esto logramos plasmar el tema de manera innovadora a través de la narrativa.



Las plataformas donde se publican los productos

- **Página web:** <https://medium.com/@marianelamoring/por-que-C3%A9-hablar-de-sexualidad-con-los-hijos-puede-prevenir-el-embarazo-adolescente-en-bolivia-3f3bff7142b1>
- **Página Web :** <https://exitonoticias.com.bo>
- **Facebook**
- **Instagram**
- **Twitter**



El Presupuesto

El Presupuesto para el proyecto:

Item	Costo Promedio en bs.
Reportera	1000
Pasajes Reportera	200
Fotografías y Vídeos	500
Edición de videos	200
Elaboración de Podcast	200
Diseño de Web	1000
Diseño artes para redes	200
Licencia de uso de comic	<u>500</u>
Total bs.	3800



APRENDIZAJES

El laboratorio de contenidos periodísticos transmedia y crossmedia fue un descubrimiento de nuevos conocimientos, de nuevas formas de pensar la comunicación y las narrativas.

El periodismo no ha cambiado en su esencia, sigue siendo serio, imparcial y con credibilidad. Lo que ha cambiado es la forma de contar las historias

Y contar historias es muy importante, como también lo es saber a quien se las cuentas y cómo se las cuentas.

El Periodismo ha dejado de informar masivamente, para pasar a informar a grupos de audiencias diferentes entre sí, y para ello tiene que conocerlas y generar una conexión con ellas. Romper con la inercia es el nuevo desafío del periodismo boliviano.