

PODCAST Y SI, ¿CHARLAMOS?

Elaborado por:

Lía Patiño, Roxana Zeballos, Gabriela Flores, Julio Fernández, Leydy Baqueata, Erika Soraide.

1. Resumen ejecutivo

“Y si, ¿charlamos?” Es una serie de podcast transmitidos en línea. Estos pueden ser grabados en diferentes formatos, como por ejemplo entrevistas o conversatorios sobre un tema específico como en este caso la depresión.

Se tratarán siete temáticas como “tratamientos alternativos” para apoyar a una persona que padece de depresión, teniendo en cuenta que estos no suplantando de ninguna manera a un médico o profesional, sino que va orientado a mantener la salud y el equilibrio mental de los pacientes.

El podcast estará formado por capítulos que narren desde la experiencia de pacientes con depresión algunas “terapias alternativas” relacionadas con el sexo, la adopción de gatos, el tejido, la meditación, la actividad física y el teatro, apoyadas en la lógica de expertos psicólogos y psiquiatras que diagnostican, tratan y ven estos cuadros de salud mental de manera diaria.

Este podcast novedoso interpelará el tabú en el trato de la depresión, con el slogan “no te podemos curar, pero sí te podemos escuchar”, dejando en claro que es un espacio seguro donde uno puede contar sus experiencias y cómo es que se batalla diariamente con esta enfermedad con terapias alternativas.

Este proyecto busca un desarrollo en el periodismo de soluciones con el propósito de que la depresión y otras enfermedades de salud mental, sobre los que la población está desinformada, puedan tratarse hablando de esas terapias mencionadas para establecer comunidades y apoyo mutuo.

Una encuesta respondida en línea por 120 personas dio como resultado que un 77 % padecen o padecieron de depresión en su vida, mientras que un 65 % respondieron que sí conocen a alguien cercano que vive con depresión.

“Y si, ¿charlamos?” También es una manera de usar el periodismo de soluciones para tratar de romper las barreras de comunicación que existen en torno a la depresión, pues consideramos que es un tema del que se tiene que hablar, pero no como está siendo tratado actualmente por los medios de comunicación.

No se busca la típica noticia amarillista que detalla las maneras de suicidio de una persona, sino de hablar con empatía de las posibles terapias para aquellas personas que padezcan de esta enfermedad y de darle normalidad a la discusión para que las personas que la padecen acudan a un profesional, ya sea psicólogo o psiquiatra.

El trabajo en equipo realizado fue óptimo y favorable pues los siete integrantes estaban conscientes de lo delicado del tema que se tocaba, pero tenían la certeza de

que se lograrían los resultados deseados, considerando que esta enfermedad mental es tan cotidiana como un resfrío podría serlo, solo que nadie quiere hablar sobre esto.

En síntesis, el trabajo ha usado las herramientas periodísticas para cumplir con las necesidades de la población de más información y espacio donde expresarse.

2. Planteamiento del problema

La falta o poco acceso a la información sobre cuadros y manejo de depresión, ansiedad y estrés sumados al incremento de los mismos a consecuencia de la cuarentena por el Covid -19.

3. Objetivos y retos

El objetivo es encontrar una forma de informar sobre salud mental por medio de contenido didáctico a personas de 25 a 35 años, para romper estereotipos sobre depresión, ansiedad y estrés.

4. Estudio de preferencias o necesidades de la audiencia

En primera instancia acudimos a profesionales del Instituto Nacional en Prevención, Tratamiento, Rehabilitación e Investigación en Drogodependencias y Salud Mental – INTRAID Tarija, donde se recabó la información primaria, números y datos sobre la depresión.

Luego se procedió a acudir directamente a la audiencia con una encuesta nacional para considerar las demandas de información de las diferentes enfermedades mentales, definiendo que la más requerida en la audiencia boliviana era la depresión.

5. Detalle del proceso de ideación y de la metodología utilizada

El grupo, en primera instancia realizó una lluvia de ideas llegando a graduar la idea central del compañero Julio Cesar Fernández sobre salud mental. Tras esto, se procedió a la definición del trabajo con entrevistas, observación y encuestas. Además de procesos como mapas de audiencia y comunidades para poder así definir bien nuestra audiencia y el valor de la misma.

Como parte del proceso, elegimos realizar un podcast relacionado con “terapias alternativas” en base a la experiencia de pacientes y dirigido a personas que padecen de depresión, o solo quieren tener mayor información sobre esta enfermedad mental.

El grupo ha tomado en cuenta cada recomendación brindada por los expertos invitados, en especial la de tocar nuestro tema desde el punto de vista de periodismo de soluciones porque no podíamos atribuirnos el papel de profesional de la salud.

6. Plan de negocios o estudio de costos:

El grupo cuenta con profesionales periodistas de distintas áreas que con su trabajo garantizaron una calidad necesaria y elaboraron un presupuesto.

Insumo	Inversión	Total
Sala de grabación (alquiler por hora)	150 bolivianos por hora	450 bolivianos
Pasajes y viáticos (entrevistas)	50 bolivianos	50 bolivianos
Diseño gráfico (campana lg)	600 bolivianos	600 bolivianos
Edición final del podcast	600 bolivianos	600 bolivianos
La creación del RSS para poder subir a Spotify o cualquier plataforma	91 bs por mes	273 bolivianos por tres meses

Tabla de inversión elaboración propia

La plataforma Spotify no cobra por subir el podcast, pero el hosting sí, es por eso que se calcula esa inversión por tres meses en primera instancia.

Por lo que se presume una inversión inicial de 1.973 bolivianos, sin contar con el pago de sueldos.

Con respecto a las ganancias, según las políticas de Spotify los dos primeros años se tiene el derecho tax free para podcasters, por lo que libera de la comisión al menos los dos primeros años, ya que después la comisión es de 5% de lo ganado por el podcaster. Se podría monetizar desde 2.99, 4.99 y 7.99 dólares por mes y por suscriptor, por lo que se podría recuperar la inversión rápidamente.

Además, podría ponerse a la venta espacios publicitarios tanto en el podcast como en las redes sociales afiliadas para financiadores, instituciones y empresas. Por lo que se pretende que en un año ya se puedan establecer sueldos y la devolución total de la inversión realizada.

7. Calidad de la idea

“Y si, ¿charlamos?” es una idea innovadora para el contexto boliviano en cuanto a periodismo de soluciones y de salud mental, pues la depresión es solo tratada por los medios de comunicación cuando se trata de suicidios, infanticidios o feminicidios.

Es momento de hablar de la depresión como algo cotidiano, como lo que es una enfermedad que debe ser tratada pero no estigmatizada.

La idea busca ser copiada, lanzada por más medios que se unan a la campaña de acompañar a las personas que padecen de depresión, de darles información básica, tratamientos alternativos y espacio a los profesionales de salud mental para que ellos puedan brindar tips, información útil y acompañamiento real para que sea de utilidad a este sector poblacional.

8. Calidad del proyecto

Se testeó una de las siete “terapias alternativas” para pacientes con depresión, que es la adopción de gatos sobre la base de una entrevista emotiva con una paciente con depresión dispuesta a contar su historia y su batalla para recuperarse, además de sustentar dicho podcast con datos generales de depresión y testimonios de profesionales de salud.

La audiencia meta se sintió muy satisfecha con el producto presentado, si bien, emitieron algunas observaciones como la falta de transición de una manera más armoniosa se logró un mejor manejo en el trabajo final. Consideramos que es un importante aporte al periodismo de soluciones y la lucha contra los prejuicios respecto a la salud mental.