

M4V2.mp4

[00:00:12] **Mar Cabra** Hola de nuevo. Tener un buen jefe o una buena jefa en el periodismo es como una lotería, a veces hay suerte y a veces no; y esto no debería ser así, las personas que llegan a puestos de mando deberían recibir la formación adecuada y necesaria, no sólo para gestionar los equipos, sino también para saber cuidarlos. Además, los medios de comunicación tienen deber de asistencia sobre el bienestar y la salud mental de sus empleados y sus colaboradores. Vamos a ver en este vídeo cómo promover un cambio de cultura en tu organización, si ves que hay algo que mejorar.

[00:00:52] Pero antes de dar recomendaciones específicas para el periodismo, quiero contarte algunas ideas de lo que sabemos que funciona para cambiar la cultura. En IDEO, que es una compañía global de diseño e innovación, recomiendan empezar pequeño y juntando fuerzas con compañeros y compañeras que se conviertan en aliados, el objetivo es tener éxitos modestos; para eso, es importante enmarcar el asunto en términos que generen emoción y que inciten a la acción, pero es simplemente explicar la necesidad del cambio no es suficiente; crear una sensación de urgencia es útil, pero puede servir solo en el corto plazo; para que las personas se comprometan a largo plazo, necesitan sentir un deseo profundo, e incluso responsabilidad, hacia el cambio; en este proceso, es importante demostrar victorias rápidas, lo que llaman en inglés Quick Wins, diversos estudios hablan de que demostrar efectividad es una de las maneras de movilizar a las personas que son solidarias y comprensivas con la causa, pero que aún no se han unido a ella; y fundamental, establecer alianzas. Ayuda mucho crear coaliciones, unir a grupos dispares para formar una red aún más grande y diversa, que comparte ese propósito común hacia el cambio.

[00:02:27] Apliquemos esto al periodismo. Eso sí, antes quiero dejar claro esto: no siempre vas a estar rodeado o rodeada de personas que compartan tus valores y tus preocupaciones. Algunos, algunas incluso puede que te reten o que intenten frustrar tus acciones de cambio. En esos momentos, especialmente recuerda que el cambio está compuesto de pequeños pasos, que requiere de valentía y determinación. La mejor manera de abogar por un cambio a nivel organizacional es con aliados, no lo hagas solo, no lo hagas sola, ten en cuenta estas otras cuestiones: recaba munición efectiva para el cambio; presenta datos y hechos convincentes sobre los retos actuales de salud mental en el trabajo; usa argumentos basados en evidencia científica sobre el efecto del bienestar en la productividad y la sostenibilidad de la compañía, así como en la retención de talento. Este es el lenguaje que usan los directivos y las responsables de recursos humanos, así que habla a tu audiencia.

[00:03:42] Hacer que el periodismo sea una profesión saludable no es un asunto sencillo de resolver y necesitamos muchas voces y muy diversas para poder acercarnos desde diferentes ángulos y perspectivas. Si compartimos lo que funciona y lo que no, podemos aprender los unos de los otros y también celebrar los éxitos. Una de las maneras es compartir en redes sociales, si lo haces, te invito a usar el "#periodistassaludables" o el "#healthyjournalist" en inglés. Quiero compartir contigo también recomendaciones para medios de comunicación, basadas en algunas buenas prácticas que ya empieza haber en redacciones alrededor del mundo. Una gran fuente de inspiración para esta información que te voy a dar ha sido el informe Taking Care, que ha sido realizado por el Foro de Periodismo Canadiense sobre Violencia y Trauma. Recomendación número uno: Desarrollar planes post-pandémicos; hay que tener en cuenta que el mundo ya no es el mismo, valores como la flexibilidad son cada vez más requeridos; también se puede proveer de más días de descanso, como días de bienestar, algunos medios tienen lo que

se llaman días de salud mental, que es algo equivalente a los días que nos pedimos cuando tenemos alguna cuestión de salud física; por último, hay que poner especial atención a aquellas personas que se unieron cuando estábamos en home office y que quizás no conocen a otras personas a nivel físico, a nivel personal, dentro de la redacción. Segunda recomendación: proveer educación y formación a los empleados y colaboradores habituales; esto es especialmente clave para los puestos intermedios y para los puestos directivos, que deberían tener formación para proveer de primeros auxilios psicológicos a sus equipos. Número tres: crear responsables dentro de la compañía; algunas organizaciones grandes, como la BBC o la ABC de Australia, tienen un psicólogo o una enfermera en plantilla para apoyar a la redacción. Cuatro: emplear apoyo externo si es necesario; las redacciones con menos recursos pueden generar colaboraciones con proveedores de servicios, para diferentes necesidades o contribuciones sobre asuntos concretos como trauma vicario o acoso en línea. Cinco: establecer programas de apoyo entre pares; esto se puede hacer dentro de la redacción o dentro de organizaciones periodísticas y ayudará a tener espacios de encuentro y diálogo entre profesionales que necesitan apoyo, hablar de cómo nos encontramos es muy valioso; otra idea es crear comités de salud mental en las redacciones, que pueden crear vías y generar recursos. Seis: integrar el bienestar como valor organizacional; que se traslade a la misión pero que se traduzca en acciones concretas, en donde se respete, por ejemplo, el tiempo de descanso de los empleados. Y para que no se quede en el aire, una manera de aterrizarlo es la recomendación número siete: establecer protocolos para proteger la salud; protocolos para asuntos como cuándo tomarse pausas de un tema tras la cobertura de asuntos complejos o planes que consideren el riesgo psicológico antes, durante y después de una cobertura; que prioricen el descanso, la descompresión y el tiempo de procesamiento tras historias pesadas; y planes de acción también frente al acoso tanto físico como en línea. Y octava y última recomendación: mejorar, expandir y promover beneficios y derechos; esto puede tomar muchas formas, desde compilar y promover una lista de referencias de terapeutas recomendados, hasta extender beneficios a todos los empleados, incluyendo apoyo económico para la terapia; en algunos países, esto también significa cumplir con algunos derechos digitales emergentes, como el derecho a la desconexión digital. La primera vez que este derecho se incorporó en una legislación fue en Francia en 2016, y luego siguieron otros países como España y Portugal. En América Latina el desarrollo ha ido muy de la mano, muy ligado a las leyes del teletrabajo; algunos países, como Chile, Paraguay y Uruguay, lo reconocen en sus leyes y otros, como Costa Rica, Argentina o República Dominicana, hacen referencia velada en sus legislaciones. ¿En qué consiste este derecho? El derecho a la desconexión digital garantiza que las personas puedan desconectar del trabajo y no tengan que responder a las comunicaciones electrónicas de trabajo, como emails o mensajes, fuera del horario laboral. Quizás aplicar esto a rajatabla es muy difícil en el periodismo, pero se puede encontrar un punto intermedio para ser más respetuosos con los tiempos de descanso.

[00:08:58] Finalmente, recuerda que somos periodistas y que una buena manera de concienciar sobre salud mental y bienestar es escribir sobre ello. Por ejemplo, yo tengo una columna en el periódico español El Confidencial sobre hábitos tecno-saludables. En este módulo vamos a ver también algunos proyectos periodísticos sobre salud mental. Estamos ya cerrando el curso y quiero dejarte con una recomendación final: se fiel a ti mismo, a ti misma, a tu verdad; y recuerda, eres tan importante como tu trabajo. Esta idea está reflejada de manera hermosa en un poema de David White que se llama Empezar Cerca, me despido leyendote los primeros versos: "Empieza cerca, no des el segundo paso ni el tercero, comienza por la primera cosa cercana, por el paso que no quieres dar"