

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Campaña de comunicación titulada “BeYou”

Bárbara Arboleda Ron

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciada en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Quito, 19 de diciembre de 2021

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Campaña de Comunicación titulada “BeYou”

Bárbara Arboleda Ron

Nombre del profesor, Título académico:

**María Jose Enríquez, PhD en
Comunicación Social**

Quito, 19 de diciembre de 2021

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Bárbara Arboleda Ron

Código: 00207638

Cédula de identidad: 1720855236

Lugar y fecha: Quito, 19 de diciembre de 2021

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

RESUMEN

La sociedad ecuatoriana se ha limitado a tratar temas de salud mental a través de los años, a pesar de que esta es una representación directa de los aspectos sociales, psicológicos, biológicos y espirituales de la sociedad. En Ecuador se han presentado escasos programas y campañas de promoción a la salud mental, esto se debe a que únicamente el 1,2% del presupuesto del Ministerio de Salud Pública corresponde al tratamiento de esta problemática. La importancia de esta radica en que, entre sus consecuencias, el 90% de los suicidios en el país son relacionados con la evolución de trastornos mentales, a causa de un inexistente diagnóstico o tratamiento. En el siguiente escrito, se hablará específicamente de un trastorno mental que no ha recibido la importancia pertinente a causa de sus síntomas, el Trastorno Dismórfico Corporal, un trastorno silencioso que afecta a miles de personas anualmente. Este consiste en la preocupación excesiva por un defecto mínimo o imaginario de la apariencia física, además, surge en un 60% en edades tempranas, aumentando la probabilidad de suicidio y comorbilidad. Otro factor influyente en la generación de este trastorno es la digitalización en la que la sociedad y los jóvenes se encuentran constantemente. Las redes sociales se encuentran presionando socialmente, a través de la creación de estereotipos de belleza imposibles de alcanzar que afectan la autoestima y generan indicios del Trastorno Dismórfico Corporal. De esta manera, la correcta creación y ejecución de programas de promoción a la salud mental y de prevención de trastornos mentales, permitirá que la tasa de trastornos mentales en Ecuador disminuya.

Comunicación, Salud Mental, Trastornos Mentales, Trastorno Dismórfico Corporal, Era Digital, Autoestima

ABSTRACT

Ecuadorian society has limited itself to dealing with mental health issues over the years, despite the fact that this is a direct representation of the social, psychological, biological, and spiritual aspects of society. In Ecuador, there have been few programs and campaigns to promote mental health. This is because only 1.2% of the budget of the Ministry of Public Health corresponds to the treatment of this problem. The importance of this lies in the fact that, among its consequences, 90% of suicides in the country are related to the evolution of mental disorders, due to a non-existent diagnosis or treatment. In the following writing, I will speak specifically of a mental disorder that has not received pertinent importance because of its symptoms, Body Dysmorphic Disorder, a silent disorder that affects thousands of people annually. This consists of excessive concern for a minimal or imaginary defect in physical appearance. In addition, it arises in 60% at an early age, increasing the probability of suicide and comorbidity. Another influencing factor in the generation of this disorder is the digitization in which society and young people constantly find themselves. Social media are pressuring socially, through the creation of impossible-to-reach beauty stereotypes that affect self-esteem and generate signs of Body Dysmorphic Disorder. In this way, the correct creation and execution of programs to promote mental health and prevent mental disorders will allow the rate of mental disorders in Ecuador to decrease.

Communication, Mental Health, Mental Disorders, Body Dysmorphic Disorder, Digital Age, Self-esteem.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	11
Desarrollo del Tema	12
1. Salud mental.....	12
1.1. ¿Qué es la salud mental?	12
1.2. Factores que influyen en la salud mental.....	12
1.3. Importancia de la salud mental.	15
1.4. Salud mental en Ecuador.	17
1.5. Prevención de trastornos mentales.....	19
2. Trastorno Dismórfico Corporal y Redes Sociales.....	21
2.1. ¿Qué es el trastorno Dismórfico Corporal?.....	21
2.2. Trastorno Dismórfico Corporal en jóvenes.....	22
2.3. Era digital.....	25
2.4. Redes Sociales y autoestima.....	27
2.5. Dismorfia de Snapchat.....	29
2.6. Importancia del diagnóstico y prevención de consecuencias.....	30
3. Comunicación.....	31
3.1. Comunicación y Salud.....	31
3.2. Promoción de la Salud Mental.....	34
3.3. Comunicación y campañas de Salud Mental.....	35
4. Campaña de Comunicación.....	40
4.1. Presentación de la campaña.....	40
4.2. Metodología de Investigación Cualitativa.....	41
4.3. Diseño, Planificación y Ejecución de la Campaña.....	43
Conclusiones.....	49
Referencias bibliográficas (ejemplo estilo APA)	51
Anexo A: MARÍA AGUILAR.....	54
Anexo B: WAGNER VILLACIS	54
Anexo C: pandemia y consumo de redes sociales.....	54
Anexo D: AUTOESTIMA Y REDES SOCIALES	55
Anexo E: FILTROS.....	55
Anexo F: AUTENTICIDAD Y AUTOESTIMA	56
Anexo G: AUTENTICIDAD Y SOCIEDAD	56
Anexo H: PALETA DE COLOR.....	57
.....	57
Anexo I: LOGOTIPO.....	57
.....	58
Anexo J: OBJETIVO ESPECÍFICO 1	58
.....	58
Anexo K: TOM	58
.....	59

Anexo L: OBJETIVO ESPECÍFICO 1 59
..... 59

ÍNDICE DE TABLAS

(Este índice se incluye únicamente si el estudiante utiliza tablas en el contenido)

En el cuerpo del documento, los títulos de las tablas deben utilizar el formato:

Tabla #. Título de la tabla (debe ser autodescriptivo y no debe depender del texto)12

ÍNDICE DE FIGURAS

(Este índice se incluye únicamente si el estudiante utiliza figuras en el contenido)

En el cuerpo del documento, los títulos de las tablas deben utilizar el formato:

Figura #. Título de la figura (debe ser autodescriptivo y no debe depender del texto)..... 12

INTRODUCCIÓN

La salud mental es indispensable para la calidad de vida de cualquier persona y fundamental para la salud integral y la esencia humana. Sin embargo, es un tema que no ha recibido el interés necesario por parte de la sociedad ecuatoriana, a pesar de que su importancia radica en la prevención de trastornos mentales.

Se hablará específicamente del Trastorno Dismórfico Corporal, un trastorno silencioso que afecta a miles de personas, aproximadamente del 1,7% al 2,9% de personas a nivel mundial lo padecen. Este trastorno consiste en la preocupación excesiva y desproporcionada que puede causar un defecto mínimo o imaginario en la apariencia física. La importancia de este tema se relaciona directamente con la era digitalizada en la que estamos viviendo, en donde gran parte de las redes sociales que consumimos como Tik Tok, Facebook e Instagram, generan estereotipos de belleza cada vez más exigentes e imposibles de alcanzar. Al tratarse de redes donde gran parte de sus usuarios son jóvenes, la influencia de estas, a través del contenido audiovisual, genera problemas en la autoestima y en consecuencia, indicios del Trastorno Dismórfico Corporal. Cabe recalcar que, cuando este trastorno no es diagnosticado o tratado de manera adecuada puede generar pensamientos suicidas, y en casos más extremos, llegar al suicidio.

Finalmente, se conocerá la importancia de la comunicación en el área de la salud, a través de la correcta ejecución de campañas de comunicación, con el fin de promocionar la salud mental y prevenir los trastornos mentales.

DESARROLLO DEL TEMA

1. Salud mental

1.1.¿Qué es la salud mental?

La Organización Mundial de la Salud (OMS) conceptúa la salud mental como el estado mental de un individuo que refleja bienestar a través del funcionamiento productivo dentro de la sociedad, la conciencia sobre los límites propios y la capacidad de afrontarse a las tensiones cotidianas(OMS, 2004). Además, este concepto se complementa con la ausencia de trastornos mentales, dependencia integracional, competencia, y la presencia del bienestar subjetivo, autonomía, entre otros. También se define como la capacidad de reconocer habilidades propias, capacidad de afrontar las situaciones y estrés cotidiano, trabajar productivamente y contribuir a la comunidad (OMS, 2004). En otras palabras, cuidar de la salud mental permite que la sociedad funcione de manera efectiva y productiva.

Además, Blanchet agrega que la salud mental es mantener un punto de equilibrio estable en cualquier momento de la vida, en donde influye el bienestar subjetivo, la capacidad mental y la calidad de la relación con el medio ambiente (Blanchet, 2004).

Por otra parte, Mazzetti expresa que la salud mental se encuentra influenciada por los valores y características personales de cada individuo y de los colectivos del medio social en donde se encuentre (Mazzetti, 2005), lo que significa que, para evitar cualquier clase de trastorno, debe existir una unión positiva entre las características personales y las características de la sociedad.

1.2.Factores que influyen en la salud mental.

La salud mental es el producto de aspectos cotidianos, psicológicos y ambientales presentes en el entorno de cualquier humano. Las personas son vulnerables, debido a que cualquier factor de su entorno puede llevar a padecer un trastorno mental. A través de los años, se ha demostrado que los vínculos afectivos y la interacción humana son importantes, ya que el aislamiento, la falta de emociones y el estrés de actividades cotidianas en soledad, pueden generar depresión y otros trastornos mentales significativos (Carrasco et al., 2015), es decir, el ser humano siempre será influenciado por factores que serán difíciles de evitar diariamente.

Asimismo, gran parte de la sociedad se encuentra expuesta a variantes inevitables como los factores sociales y económicos que pueden generar indicios de trastornos mentales. Siendo ámbitos partícipes en el desarrollo humano; los problemas económicos y sociales que cada vez son más frecuentes en la sociedad. Ejemplificando, la pobreza, desigualdad, discriminación, violencia, hambre, entre otros se convierten en los principales causantes de los dos trastornos más habituales, depresión o ansiedad.

De igual manera, la Organización Mundial de la Salud (OMS) afirma que los trastornos mentales se vinculan directamente con el bienestar y como esta influye en la conducta, por ejemplo, el abuso de sustancias, la violencia, así mismo, ciertas enfermedades como afecciones cardíacas, ansiedad o depresión. Son detonantes, ya que son difíciles de tratar, sobre todo, si el paciente se encuentra bajo condiciones como discriminación de género, desigualdad, o dentro de cualquier clase de violación a sus derechos humanos (OMS, 2004).

Para entender a profundidad el tema, la enciclopedia de salud y seguridad en el trabajo presenta un modelo de salud mental, donde se señalan las variables activas que conllevan a la persona a generar trastornos. Hurrell indica que el tipo de trastorno es determinado por los factores que se encuentran en el entorno y en las características de la persona (Hurrell et al., 1998).

Dicho de otra manera, las variables laborales como las relaciones interpersonales, de control o de apoyo social se relacionan directamente a la salud mental a corto plazo, es decir, en los estados de ánimo, afecto, comportamiento. Esto se ve reflejado directamente en 2 variables, en primer lugar, trastornos mentales a largo plazo como agotamiento, depresión o psicosis y en segundo lugar, características personales como edad, sexo o personalidad (Hurrell et al., 1998).

Así pues, es importante considerar la ideología de la Organización Mundial de la Salud (OMS) “Sin salud mental no hay salud” (2004). La institución agrega que la salud mental es una parte fundamental del concepto de salud. Generalmente hablando, salud - enfermedad y salud mental - trastornos mentales, mantienen la misma relación, ya que en estas influyen factores biológicos, sociales y psicológicos (OMS, 2004). Por lo tanto, se debe establecer como sociedad, cuáles son las necesidades de la población, determinar los factores externos que generan trastornos mentales con el fin de crear programas que soporten y sustenten a la comunidad.

La pobreza también parece ser un factor influyente en la generación de los trastornos mentales. Ejemplo de esto son los países en donde el índice de pobreza es bajo, estos países mantienen una tasa de trastorno mental bajo, a diferencia de países con índices de pobreza alta. Estos países mantienen esta tasa baja, ya que anualmente crean programas y sistemas que apoyan a la sociedad de manera psicológica, cuentan con hospitales y recursos necesarios para tratar cualquier clase de trastorno, de manera que le permite volver a la comunidad. Este desarrollo permite que la aparición de trastornos mentales disminuyan notoriamente (Patel & Kleinman, 2003).

Además, la Organización Mundial de la Salud, a través de estudios ha demostrado que políticas y prácticas como cambio social, desesperanza, inseguridad, vivienda, atención

familiar o atención infantil influyen en la vulnerabilidad de cualquier persona en generar un trastorno. Estas características permiten que evaluemos la efectividad de la participación del gobierno en las áreas de la salud mental. Principalmente, a causa de la relación directa entre la experiencia social y salud mental (OMS, 2004). De esta manera, es elemental la promoción de la salud de parte de las distintas instituciones del país para la salud mental, tomando en cuenta los grandes beneficios de una salud mental positiva.

En consecuencia, los organismos buscan garantizar el desarrollo del país, siempre y cuando la sociedad esté consciente de la importancia de la relación entre salud mental y el desarrollo humano. Para lograrlo, se realizarán intervenciones y programas de distintas partes de la población en empresas o a profesionales y se establecerán hospitales psiquiátricos con una capacidad de recursos adecuada para el número de habitantes, o talleres gratuitos sobre la prevención de trastornos.

Entonces, ¿por qué es tan importante la salud mental?

1.3.Importancia de la salud mental.

Conviene subrayar que, la salud mental pende de un hilo muy delgado, ya que cada uno de los aspectos que se viven diariamente, tanto internos como externos influyen en la salud mental de cada individuo. Por tanto, la Organización Mundial de la Salud (OMS) asegura que la salud mental debe ser un tema de interés a nivel social. Principalmente, porque la salud mental está representada por la unión positiva del bienestar psíquico, social, biológico y espiritual, siendo la sociedad un factor de alta influencia en todos estos factores (OMS, 2004).

Actualmente, la percepción de la salud mental se ha visto beneficiada a través del interés e importancia que ha recibido por parte de la sociedad, tanto individuos, como organizaciones e

incluso el gobierno han destacado la importancia de generar cambios en la toma de decisiones a nivel nacional y local, de manera que la salud mental sea una prioridad en el funcionamiento de la sociedad. Los cientos de casos de trastornos mentales no diagnosticados que han llevado a los afectados a tomar represalias negativas en contra de sus vidas y de los que se encuentran a su alrededor, han llevado a que los ciudadanos y el mismo gobierno, fomenten campañas de comunicación donde se explica la importancia de mantener una salud mental adecuada y un diagnóstico temprano. Estos nuevos movimientos han permitido que la salud mental sea una prioridad en el desarrollo humano. Su importancia radica en el desarrollo global, a tal punto que se posiciona como el tercer objetivo del desarrollo sostenible en el 2015.

Estadísticamente hablando, los doctores de la Organización Panamericana de la Salud afirman que padecer trastornos mentales asemeja el 14% de la carga en salud de la población global, siendo el factor principal de la pérdida de años productivos y saludables humanos. Estas enfermedades se relacionan fuertemente con la demencia, el estado de ánimo y la patología adictiva. (OPS, 2016).

Carissa Etienne, a través del estudio de varios análisis de los sistemas de salud mental de algunos países, asegura que a pesar de la importancia de la salud mental en las regiones, está muy lejos de ser considerada como una prioridad por parte del gobierno. El objetivo principal es la promoción, valoración, y protección a la salud mental, disminuyendo la aparición de trastornos mentales y el abuso de sustancias. De igual manera, personas que padezcan uno de estos trastornos puedan defender sus derechos humanos y accedan con facilidad a una atención médica y social digna (Etienne, 2018). A través del apoyo a estas personas, se logra ayudar a quienes se encuentren en su entorno, evitando convertirles en una carga familiar y gastos económicos exagerados a causa de una falta de diagnóstico.

Para lograr estos objetivos Félix Cova y otros, evidencian que la creación de programas bien elaborados son eficaces. Entre los resultados, se puede observar “prevención de la depresión, ansiedad, de los trastornos alimentarios, del abuso de sustancias, de la agresividad y problemas y trastornos de conducta, del maltrato infantil, del suicidio” (Cova et al., 2019, p. 212). Esto significa que la clave principal es la promoción de desarrollo humano y la salud mental. Para ello, a pesar del mediano tamaño de los programas establecidos para promocionar la salud mental, las consecuencias a nivel global y local son relevantes. Los resultados reflejan que los programas dirigidos a niños son más efectivos. Sin embargo, no es correcto pensar que estos programas solucionarán específicamente un trastorno en especial, ya que los factores externos afectan de modo distinto a cada individuo, generando trastornos diferentes. Por lo tanto, el fin de los programas es disminuir la incidencia de trastornos mentales (Cova et al., 2019). Dicho de otra manera, la niñez es una etapa donde el ser humano es más influenciado y apto para conocer y establecer nuevos conceptos e importancia de la salud mental.

1.4.Salud mental en Ecuador.

Ecuador es un país que se ha limitado a tratar temas de salud mental alrededor de los años, en el 2019 se declaró el primer proyecto de “Ley orgánica de salud mental” por parte de la Asamblea Nacional. En la norma se establece que en el país la salud mental es una problemática que afecta no solo la calidad de vida, sino también la productividad, ya que por cada dólar invertido en la causa existe un retorno de cuatro dólares en aumento de productividad (Asamblea Nacional, 2019).

Estadísticamente hablando, el financiamiento de la salud mental en el Ecuador corresponde el 1,2% del presupuesto total del Ministerio de Salud Pública, de los cuales tan solo un 59% permite sustentar a los pocos hospitales psiquiátricos.

Según el informe de la Organización Mundial de la Salud, desde el 2007 en Ecuador se han incrementado significativamente los servicios de salud mental, ya que gran parte de los hospitales cuentan en la actualidad con psicólogos y psiquiatras, comenzando con los centros de salud de 5 provincias. Sin embargo, no existe un sistema adecuado que controle los pacientes, las unidades ambulatorias o el internado. Esto debido principalmente a la escasez de centros y recursos: tasa de 113 por 100.000 habitantes, 12 camas por 100.000 habitantes y 8 doctores por cada 100.000 habitantes en hospitales psiquiátricos (Ministerio de Salud del Ecuador, 2008).

En consecuencia, la incapacidad de diagnóstico y tratamiento de trastornos mentales ha afectado notoriamente el desarrollo social y económico del Ecuador. El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos confirma que más del 73% de personas diagnosticadas con depresión se encuentran entre los 19 y 59 años de edad, siendo el grupo de personas que conforman la fuerza laboral en el Ecuador (INEC, 2015).

La depresión es la discapacidad mental más frecuente en el mundo; dentro del país, es considerada un tabú junto a la ansiedad, que es el trastorno más frecuente después de la depresión. Lamentablemente en los centros laborales y educativos ignoran por completo el padecimiento de estos trastornos, a pesar de las consecuencias directas en el desempeño de los ecuatorianos en distintos ámbitos (Asamblea Nacional, 2019). La falta de importancia de los ecuatorianos respecto de los trastornos ha causado cifras de prevalencia preocupantes.

En primer lugar es necesario anotar que la Organización Mundial de la Salud, posicionó a Ecuador como el quinto país con mayor prevalencia de discapacidad por depresión (OMS, 2019). En segundo lugar, la UNICEF expresó su preocupación por la tasa de suicidios adolescentes (8 a 10 suicidios por cada 100.000 adolescentes) causada por depresión y otros trastornos en el país (UNICEF, 2018). Como resultado, la UNICEF recomienda: “Ecuador debe

plantearse en su Agenda 2030 reducir esta tasa en al menos dos tercios, siendo necesario para lograr esta meta un marco de legislación sobre salud mental que garantice el bienestar de los niños, niñas y adolescentes.” (Asamblea Nacional, 2019, p.5).

Por consiguiente, las cifras por sí solas demuestran la importancia de conocer los riesgos que conlleva la ausencia de tratamiento mental a los afectados. La Asamblea Nacional del Ecuador estimula que los afectados son el 10% de la población ecuatoriana quienes padecen discapacidades mentales. Tales cifras que pasan desapercibidas diariamente, afectan directamente la productividad del Ecuador. (Asamblea Nacional, 2019).

Cabe recalcar que solo una pequeña parte de la población ecuatoriana accede a tratamientos, debido a que el costo de atención a trastornos mentales bordea un 20% de los ingresos familiares. Además, el país cuenta con un sistema de atención saturado, causado por la atención gratuita en los pocos centros médicos psiquiátricos que existen. Esta escasez de recursos y de profesionales en el área, vuelven inalcanzables los tratamientos para personas de estatus económico bajo. Legalmente, para ser atendido en uno de estos centros, se debe demostrar que las enfermedades psiquiátricas se han desarrollado notoriamente. A pesar de que varios estudios demuestran que los trastornos mentales son provocados por otras series de factores externos como pobreza, o condición de vida, o la desigualdad, como fue mencionado previamente. (Asamblea Nacional, 2019).

1.5.Prevencción de trastornos mentales.

Globalmente, se ha establecido la celebración a la salud mental, conmemorando su propio Día Mundial, cada 10 de octubre. Según Marcelo Valenciana, esta celebración tiene como objetivo la reflexión sobre los principales trastornos mentales y sus consecuencias en la salud integral. Además, es importante adquirir conciencia sobre su dimensión, a través de los

programas y propuestas de organismos que buscan mejoras en este campo. La importancia radica entonces, en que la Organización Mundial de la Salud asegura que una de cada cuatro personas generará un trastorno mental. Los diferentes trastornos pueden conflictuar la vida del afectado, generando problemas con familiares, hermanos, parejas, relaciones laborales, etc. (Valencia, 2007). En la realidad, los trastornos son mucho más frecuentes de lo que la sociedad comunica.

En conclusión, la prevención y promoción de trastornos mentales es indispensable para disminuir la tasa de trastornos mentales en el país. En este contexto, la Organización Mundial de la Salud generó estrategias para mantener una salud mental adecuada a través de diferentes propuestas.

Entre ellas, permitir el acceso a psicofármacos y atención primaria, entre ellos, tratamientos y atención comunitaria. Por otro lado, la promoción de la educación en salud mental a través la integración de comunidades, así mismo, familias y ciudadanos. Estas propuestas funcionarán a través de nuevas legislaciones y políticas. Y sobre todo, promover la investigación en tratamientos de trastornos mentales (Valencia, 2007).

Sin embargo, estas propuestas no tienen la influencia adecuada en la población a causa del escaso diagnóstico de trastornos mentales, ya que quienes los padecen no conocen de su situación. Por lo tanto, para ellos no existe la necesidad de ser internados, de medicarse, ni de obtener una atención psiquiátrica inmediata.

Para comenzar a promover la salud mental, Matías Irarrázaval y otros, aseguran que se debe reconocer el desafío que es enfrentar a una sociedad que no está acostumbrada a reconocer trastornos mentales, a pesar de que, cada vez son más frecuentes. Se vuelve importante realizar un análisis a la sociedad y su comportamiento, con el fin de reconocer los trastornos más comunes y establecer programas que permitan erradicar las principales consecuencias de estos

trastornos. Al obtener esta información, se debe crear un mensaje claro sobre la importancia de la salud mental y de los trastornos mentales, haciendo alusión a la principal consecuencia de no cuidar la salud mental, el suicidio. Aproximadamente, de 800.000 suicidios el 90% son relacionados con trastornos mentales cada año (Irrázaval, Prieto & Armijo, 2016). Por lo tanto, abordar la promoción de la salud mental desde la perspectiva de los trastornos y sus consecuencias puede ser más efectivo para llegar y concienciar a la sociedad.

La difusión de la salud mental es indispensable para el funcionamiento de la sociedad, y para lograr la expansión de este mensaje, el emisor debe ser el personal de salud, de manera que sea accesible para una gran parte de la sociedad. Esta información tendrá como objetivo prevenir e informar sobre la salud mental a los ciudadanos. En consecuencia, la sociedad tendrá la capacidad de priorizar y evitar prejuicios sobre los trastornos mentales, además, los derechos humanos serán verdaderamente respetados (Valencia, 2007).

2. Trastorno Dismórfico Corporal y Redes Sociales

2.1.¿Qué es el trastorno Dismórfico Corporal?

Se trata de un trastorno mental en específico que no recibe la preocupación pertinente por parte de la sociedad. Este es el trastorno dismórfico corporal, un trastorno silencioso que afecta a miles de personas, ya que pasa desapercibido por sus principales síntomas. Según la revista Chilena Dermatol:

“El trastorno dismórfico corporal (TDC) consiste en la preocupación excesiva y desmesurada por un defecto mínimo o imaginario en la apariencia física de un paciente, lo que le provoca un deterioro en su calidad de vida que le insta a demandar distintos tratamientos médicos o quirúrgicos. Sospechado y tratado oportunamente, puede presentar una evolución más

favorable, ya que, por el contrario, puede determinar acciones yatrogénicas y originar consecuencias médico-legales.” (Sandoval, Huidobro & Pérez, 2009, p. 244)

El TDC fue diagnosticado originalmente en 1891 por Enrico Morselli, quien describió el trastorno como un sentimiento constante y subjetivo sobre la fealdad o los defectos físicos personales que el paciente piensa que son notorios o evidenciados por los demás. Sin embargo, constantemente este aspecto físico se encuentra dentro de los rangos de lo normal. Este sentimiento no fue considerado un trastorno hasta 1980, donde su nombre cambió de Dismorfofobia a Trastorno Dismórfico Corporal (Sandoval, Huidobro & Pérez, 2009). El trastorno no ha sido percibido con la suficiente importancia que debería desde su descubrimiento, lo que tuvo como consecuencia que cientos de personas murieran, principalmente, por falta de un diagnóstico concreto que le permita ser considerado como un trastorno mental con una tasa de mortalidad relativa.

2.2.Trastorno Dismórfico Corporal en jóvenes.

El TDC, según la Revista de Psiquiatría Infanto-Juvenil es un trastorno mental recurrente en la adolescencia. Lamentablemente, la sociedad solo conoce ligeramente en lo que consiste y sus numerosas consecuencias, por lo que no se ha tomado en cuenta como un trastorno significativo y recurrente en los centros psiquiátricos de niños y adolescentes. Se asegura que, cuando el trastorno no es tratado a tiempo, el pronóstico de la enfermedad se ve afectado. Estadísticamente hablando, el TDC surge en un 60% en edades tempranas, siendo un factor influyente en la probabilidad de suicidio o comorbilidad en algún punto de la evolución de la enfermedad mental (Salavert Jiménez, Clarabuch Vicent & Trillo Garrigues, 2019).

Al tratarse de un trastorno asociado con el Trastorno Obsesivo Compulsivo (TOC), la preocupación es una característica predeterminante generada constantemente por cualquier aspecto físico del paciente. Sin embargo, la mayoría de veces, las personas que se encuentran en su entorno no lo perciben de la misma manera. Este sentimiento principal genera otros sentimientos de respuesta como miedo y vergüenza, acompañados de comportamientos compulsivos como el aislamiento, originados en esa preocupación. Estos efectos conllevan a que el adolescente no exprese lo que siente, siendo el silencio la primera causa de un diagnóstico tardío o inexistente. En consecuencia, de manera usual, los pacientes no diagnosticados en edades tempranas reciben su tratamiento en la edad adulta, acompañado de un deterioro funcional y un frecuente aislamiento social (Salavert Jiménez, Clarabuch Vicent & Trillo Garrigues, 2019).

La Revista de Psiquiatría Infanto-Juvenil, asegura que una sociedad con conocimiento de este trastorno permitirá la mejora de la evolución de la enfermedad en los adolescentes, haciendo énfasis en la facilidad con la que podría ser manejado el trastorno, bien sea con tratamientos psicológicos o bien con fármacos (Salavert Jiménez, Clarabuch Vicent & Trillo Garrigues, 2019). Estos factores permiten que la sociedad reflexione acerca del papel que le están dando al diagnóstico de trastornos mentales.

Cabe recalcar que, la preocupación por la imagen propia es uno de los factores más comunes en la adolescencia. Este sentimiento comúnmente hace referencia a la imagen corporal personal que incluye la figura propia, el tamaño y la forma del cuerpo; así mismo, la manera cómo se ve cada persona y cómo piensa que los perciben quienes se encuentran a su alrededor. La preocupación existe cuando los sentimientos influyen en esta percepción, la cual se refleja en la preocupación por lo que piensen los demás, el temor a mostrarse en público, y puede presentar por consiguiente, un sentimiento de inferioridad ante los demás. La juventud

es un factor influyente, ya que la imagen propia se desarrolla a través de la adolescencia, mediante valoraciones subjetivas y sociales del contexto cultural en donde se encuentra cada persona. Además, dentro de esta etapa es fundamental para los adolescentes ser percibidos correctamente por los demás (Salazar, 2008). Muchos adolescentes harían cualquier cosa para cumplir los estereotipos de belleza actuales, siendo de suma importancia para una salud mental estable.

Zaida Salazar asegura que, para sentirse cómodos con la imagen, los adolescentes analizan las tendencias del momento en cuanto a lo que se considera estético y mejoran su apariencia a través de aspectos como el maquillaje, la ropa, la gesticulación, el vocabulario, las expresiones faciales, el peinado e incluso la postura (Salazar, 2008), con el objetivo de seguir la moda actual y sentirse incluidos en estos nuevos movimientos estéticos. Pero lo que se encuentra en juego es principalmente la salud mental, ya que los patrones y tendencias estéticas están en constante evolución, y se vuelven cada vez más exigentes.

Sin embargo, a pesar del gran impacto que está teniendo en la actualidad el nuevo movimiento social “Body Positivity”, el cual busca la igualdad en las imágenes corporales, de manera positiva, en todos los seres humanos. Además, desafía los estereotipos de belleza establecidos por la sociedad en general, a través de tendencias y modas actuales, haciendo énfasis en la aceptación de todos los cuerpos, sin importar tamaño, color u origen (Sánchez, 2019). La cultura occidental continúa teniendo una gran influencia en estos estereotipos, siendo un cuerpo delgado, unos ojos claros y grandes, una nariz pequeña y respingada, características que se encuentran en tendencia. Ejemplificando, en redes sociales como TikTok o Instagram existen movimientos que aseguran que pesar más de 50 kilos debe considerarse “personas gordas”.

En consecuencia, existe una presión social constante en los adolescentes que se ven influenciados por estos conceptos exagerados de belleza, causando preocupaciones excesivas por aspectos específicos de su imagen como brazos, codos, papada o manos, generando un sentimiento de fealdad y propiciando así mismo, indicios del trastorno dismórfico corporal en este rango específico de edad.

2.3.Era digital.

Por otro lado, se debe recalcar la importancia de la era digital en la viralización e influencia de los estereotipos de belleza en los adolescentes.

En las últimas décadas se han vivido cambios significativos dentro de los ámbitos culturales, políticos, sociales y económicos que han permitido el surgimiento de nuevas habilidades y formas de conocimiento. Así mismo, el consumo masivo y exagerado de tecnologías actuales como dispositivos tecnológicos, internet, TV, radio, han cambiado la percepción de la sociedad. En consecuencia, los adolescentes muestran una relación más cercana con estas tecnologías, ya que estas han sido incorporadas en sus vidas diarias como herramientas fundamentales para su educación, su interacción social, diversión y vida laboral. Además, el constante consumo ha provocado la generación de nuevas exigencias y valores sociales que no se han visto antes (Díaz & Vicente, 2011).

Por un lado, existen cientos de beneficios que los jóvenes experimentan por la adaptación de estas tecnologías a sus vidas cotidianas. Por ejemplo, la nueva construcción de conocimiento, creatividad, habilidades nuevas, comunicación de 360 grados, y razonamiento. Los adolescentes no utilizan este medio para aislarse, sino más bien, para crear nuevas relaciones con personas de todo el mundo, al alcance únicamente de un click, mientras que las relaciones existentes son profundizadas, creando vínculos más cercanos e íntimos (Díaz &

Vicente, 2011). El uso moderado de redes sociales y tecnologías por adolescentes mantienen los beneficios que pueden disminuir la aparición de trastornos. A su vez, puede considerarse un medio importante para la promoción de la salud mental, con el fin de difundir la importancia de los trastornos e incrementar el diagnóstico y autodiagnóstico de los mismos.

María Díaz y Alejandro Vicente señalan que el uso excesivo de estas tecnologías en adolescentes provoca ciertos fenómenos como aislamiento, depresión o ansiedad. Usualmente, estos fenómenos son causados por el contenido perverso o violento que causa adicciones o pérdida de la privacidad. Sin embargo, estos factores no corresponden únicamente a la influencia de las redes sociales y la tecnología, más bien entran en juego ciertos factores individuales de cada persona, como son la edad, la personalidad y los factores motivacionales (Cruz, 2017). Así mismo, la constante demostración de belleza corporal, moda, cuidado del cuerpo en exhibición que se muestran en estas tecnologías, provocan que el consumidor se limite únicamente a su cuerpo y apariencia física (Díaz & Vicente, 2011). Laura Cruz, asegura que la percepción en las redes sociales se relaciona directamente con la autoestima y con la identidad de cada adolescente, al igual que el peso que tiene el entorno en donde se encuentran y la compensación social (Cruz, 2017). En consecuencia, todos estos factores dificultan la generación de vínculos significativos (Díaz & Vicente, 2011). Por otra parte, se consideran un factor relevante en la generación de trastornos la bulimia, la anorexia, el mismo TDC, u otros.

En consecuencia, la era digital llegó para establecerse, interactúa con todos los componentes de la sociedad, a través de sus beneficios y sus consecuencias. Es la protagonista en cada aspecto de nuestra vida como educación, trabajo, interacción social y entretenimiento (Cruz, 2017). Sobre todo, si la digitalización es fundamental en medio de una pandemia para tratar de continuar con el ritmo de vida normal.

2.4.Redes Sociales y autoestima.

Dentro de la digitalización, las redes sociales son las más consumidas por la sociedad, específicamente por adolescentes. En la actualidad, nadie se imagina una vida sin estas herramientas digitales: el correo electrónico, el WhatsApp, Facebook, Instagram o Twitter. A tal punto que, se aprecia una dependencia excesiva cuando se busca alejarse de aplicaciones de mensajería, navegadores o redes sociales y no se lo logra mantenerse separado por mucho tiempo. Ángela del Barrio e Isabel Ruiz Fernández, aseguran que el término para describir esta dependencia tecnológica es “obesidad digital”, pues gran parte de los adolescentes se encuentran pendientes de sus notificaciones 24 horas, 7 días a la semana, así sea por un inbox, un tweet, una reacción a una historia o una llamada. Independientemente de su ubicación, su desarrollo estudiantil, o su origen social, los adolescentes se encuentran constantemente en las redes sociales, lo cual produce sus complicaciones. Principalmente, como ya se mencionó, se modifican las formas de relacionarse y sus comportamientos. Un claro ejemplo es la ortografía, esta se adapta a lo que está en tendencia, así sean nuevos términos o modificaciones en el existente, como tq para te quiero o k para que (Barrio & Cruz, 2014).

Esta dependencia de navegación ante las distintas redes sociales se vuelve un factor importante en la generación del trastorno dismórfico corporal, porque estas redes influyen en la autoestima de gran parte de los adolescentes. Según Jossmar Delgado y Adriana Cajas, el fácil acceso a este recurso se encuentra reemplazando la necesidad de la interacción y contacto humano, siendo un factor negativo para los jóvenes que buscan crear un lugar donde puedan mostrarse con una imagen diferente y mejor, obteniendo los resultados que ellos quieren. ¿Por qué se considera negativo? Principalmente, porque los adolescentes sienten la necesidad de sentirse superiores a quienes interactúan en la red, y cuando esto no es posible la autoestima se ve afectada, generando depresión, inseguridades, y ganas de mantenerse aislados. Mientras

que, por otro lado, cuando es posible, los adolescentes comienzan a sentirse deseados e intocables (Delgado & Cajas, 2018).

Independientemente de los múltiples beneficios y consecuencias que tiene el consumo de redes sociales, los adolescentes en la actualidad se verán influenciados por ellas obligatoriamente por el factor del consumo excesivo, causado por el estilo de vida actual. Esto implica que el adolescente se encuentra en un desarrollo corporal constante, aspecto que junto a la permanente navegación en redes sociales, afectará a los cambios que viven a nivel corporal y emocional. Esto conlleva a que los adolescentes busquen a quienes se encuentren en sus mismas condiciones, y estos grupos tendrán influencia en su desarrollo, impacto que puede ser positivo y negativo. Por un lado, al tratarse de una red donde sus usuarios comparten imágenes y textos acerca de lo que viven diariamente, puede causar envidia o celos por el estilo de vida o la apariencia física. Este sentimiento puede producir una baja autoestima, haciendo que el adolescente busque la aprobación de los demás en estas plataformas, subiendo publicaciones o historias, esperando recibir Me Gusta. Cuando se consigue una cantidad suficiente de likes o comentarios positivos, los individuos se vuelven más activos en estas redes buscando más aceptación. Otro punto importante por el cual el adolescente se siente influenciado, es el estereotipo del cuerpo perfecto. Esta imagen establecida crea con frecuencia insatisfacción por la propia imagen corporal, generando distintos trastornos que afectan sus relaciones en las redes sociales (Delgado & Cajas, 2018). Por lo tanto, la promoción de la salud mental debería abordar estos temas tan influyentes en adolescentes, siendo el internet un factor inevitable en la actualidad.

Profundizando el tema de los estereotipos de belleza, la psicóloga Wendy Lang asegura que estos afectan excesivamente a los niños y adolescentes, modificando negativamente sus comportamientos, relaciones, hábitos, aceptación y autoestima. Sin embargo, las personas los

consumen desde que son pequeños a través de TV, revistas, cuentos, marcas y juguetes. Ejemplificando, las muñecas suelen tener un estereotipo específico que muestra a los niños que la piel blanca, la delgadez o el pelo rubio son aspectos físicos “correctos” (La Reforma, 2020). Gran parte de los medios han seguido este estereotipo de belleza, pero afectan a niños y adolescentes, a tal punto de crear inseguridades por algunas partes de sus cuerpos.

2.5.Dismorfia de Snapchat.

Las redes son las que más influencia tiene en la autoestima de los jóvenes, siendo las pioneras de lo que se considera bello. Por lo tanto, la Dismorfia de Snapchat es uno de los primeros trastornos correlacionados directamente con el poder de las redes sociales en la autoestima. Se trata de un trastorno en el que las personas quieren parecerse a sus selfies con filtro. Azucena Martín asegura que los complejos en las redes sociales son cada vez más fuertes, a tal punto que las personas buscan someterse a operaciones para parecerse a los mejores filtros de sus redes sociales: Instagram y Snapchat, y quienes son más afectados son los adolescentes (Martín, 2020).

En los últimos años, algunos psicólogos y cirujanos plásticos generaron este término, para referirse a quienes quieren retocar su propia imagen para seguir las tendencias en las redes sociales. Este trastorno viene relacionado con el trastorno dismórfico corporal, ya que son personas que encuentran pequeñas características físicas inexistentes y las quieren cambiar sin importar las consecuencias, forman parte del espectro del trastorno obsesivo compulsivo. Los expertos consideran que los principales causantes del problema son los filtros de Instagram y Snapchat, ya que estos generan ligeros cambios faciales en las selfies como una piel lisa, una nariz más pequeña, cambian el tamaño de los ojos y boca o incluso aumentan el maquillaje, cambiando el color de la piel. Además, algunos pacientes añaden que no se muestran en sus

redes sociales sin el uso de filtros, principalmente los que no se sienten suficientemente aceptables para mostrarse naturalmente. Otra perspectiva del problema es que algunos adolescentes ven estos filtros como una sola realidad y una sola belleza (Martín, 2020). Por lo tanto, cuando los jóvenes buscan parecerse a estos filtros, se obsesionan completamente por su apariencia, ya que su imagen propia se basa específicamente de la respuesta que tienen sus seguidores en la red social a través de likes, reacciones y comentarios.

2.6.Importancia del diagnóstico y prevención de consecuencias.

Por todo lo expuesto, se insiste en que, el diagnóstico temprano de estos trastornos es de suma importancia. Si se considera que los estereotipos de belleza en redes sociales son los causantes principales, la concientización de los mismos debe hacerse por los mismos medios. Además, es importante reflexionar y resaltar las consecuencias de una falta de diagnóstico. La Revista de Psiquiatría Infanto-Juvenil, después de un análisis al trastorno, encontró que el riesgo de suicidio por el TDC es de 6 a 45 veces mayor al promedio, siendo los más afectados los adolescentes. Además, la aparición de ideación suicida a lo largo de la evolución de la enfermedad mental es de un 80%, de los cuales el 25% termina en suicidio. Cabe recalcar que ser adolescente es un factor que incrementa las posibilidades de suicidio, al igual que la gravedad de los síntomas o la comorbilidad (Salavert Jiménez, Clarabuch Vicent & Trillo Garrigues, 2019). La promoción de la salud mental debe tomar en cuenta estos datos, a través de campañas de comunicación que permitan a los adolescentes autodiagnosticarse o conocer los síntomas de este trastorno silencioso.

3. Comunicación

Según Nisla Guardia de Viggiano, la comunicación es un proceso interpersonal que se produce a través de etapas, donde las personas se relacionan mediante elementos interactivos. Además, afirma que la comunicación es el conjunto de factores interrelacionados que dependen uno de otros, de manera que si se quita uno de los elementos, la comunicación no funcionaría (Guardia de Viggiano, 2009). De esta manera, para la comunicación es importante un emisor que cree significados y transmita señales, a su vez, un receptor que sea capaz de entenderlo.

3.1. Comunicación y Salud.

Ahora, se hablará de la influencia de la comunicación en el área de la salud. Esta tiene un papel importante en la promoción de la salud y la prevención de enfermedades tanto físicas como mentales.

Para alcanzar este propósito, cabe recalcar la importancia de la comunicación por sí misma, tiene un rol fundamental para el funcionamiento de la sociedad, la podemos observar a través de diferentes medios, espacios digitales (redes sociales, TV, teléfonos, celulares) o tradicionales (discursos, imágenes publicitarias, periódicos).

Según Georgina González, la comunicación se asemeja a medios o tecnologías masivas, lo que reduce la importancia de los temas sociales y culturales que se viven diariamente. Los discursos que hablan de estos temas por parte de funcionarios de salud, muchas veces confunden al público y se desvían de los temas de interés como información para prevenir factores de riesgos en la sociedad, tales como trastornos mentales y sus consecuencias a nivel personal y social. La autora asegura que la importancia de la salud y de mantener hábitos saludables tanto individual como colectivamente, depende de la implementación de un buen plan de comunicación para la salud (González, 2019).

Para lograr entender mejor este tema, Georgina González afirma que se debe especificar que el sistema de salud del país se divide en tres estamentos: nacional, provincial y municipal, de modo que se puedan prever los servicios a toda la población, los cuales son brindados a todos los habitantes, con independencia de su capacidad de pago su función principal es atender las necesidades básicas. Por ejemplo, estas necesidades pueden ser cumplidas a través de la provisión de medicamentos o maquinaria médica, vacunación, internación, entre otros (González, 2019). En consecuencia, la creación de campañas de comunicación es fundamental, para hacer conocer las actuales actividades que cumplen los sectores de la salud y de éstas dependerá que la sociedad conozca la importancia de la salud mental y de los trastornos mentales, considerando que el trastorno dismórfico corporal es difícil de diagnosticar, ya que contiene síntomas silenciosos.

Por otro lado, Sandra Rodríguez y otros, aseguran que la comunicación dentro de los temas de la salud ha evolucionado gradualmente. En un comienzo, este proceso de comunicación era considerado como un instrumento unidireccional de conocimientos e información que buscaba educar o persuadir. A lo largo de los años el uso de la comunicación ha cambiado estratégicamente, evolucionando con diferentes fines buscando generar interacción con el público. Además la comunicación se encuentra en una construcción social constante basada en las necesidades y características de la sociedad, a través de los distintos protagonistas de la salud como el Ministro o Secretario de Salud (Rodríguez, Cabrera & Calero, 2018). Por lo tanto, “la comunicación verdadera no es la transferencia o la transmisión del conocimiento, de un sujeto a otro, sino su coparticipación en el acto de comprender el significado” (Rodríguez, Cabrera & Calero, 2018, p. 388). Es así que la comunicación debe comprender un proceso interactivo con la sociedad, ya que las partes deben sentirse íntimamente ligadas a la promoción de su salud, conociendo formas de cuidar sus cuerpos, sus mentes y prevenir enfermedades en tiempo de crisis.

A pesar de que es evidente la importancia que tiene la comunicación en la salud, existe un desequilibrio entre los avances médicos y la promoción de estos descubrimientos al público. Los médicos se encuentran adquiriendo conocimiento de manera frecuente, especialmente sobre la promoción de la salud y la prevención de enfermedades, sin embargo, se aprecia que han experimentado dificultades para emitir estos nuevos conocimientos a la sociedad a través de una comunicación efectiva. Por lo tanto, para lograr generar respuestas por parte del público, se debe realizar un estudio de la situación y de la población, que permita determinar qué estrategias de comunicación deben ser usadas. Por ejemplo, programas planeados que permitan cambiar los comportamientos y factores externos que influyan en la conducta, con el fin de influenciar en la toma de decisiones tanto individuales como sociales en busca de una mejora en el área de la salud. El Centro de Desarrollo de las Ciencias Sociales y Humanísticas en Salud de Cuba, asegura que existen tres niveles de la comunicación que sirven para intervenir en la sociedad y prevenir enfermedades, a través de distintos actos:

En primer lugar, el Micronivel aísla al individuo, recibiendo y emitiendo información de parte de sus relaciones más cercanas, como amistades o familiares. En segundo lugar, el Mesonivel aborda la comunicación entre grupos pequeños y aislados, como grupos escolares o laborales. Y en tercer lugar, el Macronivel funciona cuando un individuo o un grupo es influenciado por una parte significativa de la sociedad como el gobierno (Rodríguez, Cabrera & Calero, 2018). Estos niveles deben ser tomados en cuenta, ya que usualmente la comunicación en esta área se produce unidireccionalmente desde el nivel más alto al más bajo. Por lo tanto, la comunicación debe dar un cambio y brindar más participación a los niveles más bajos, que es la sociedad en general.

Juan Díaz, consultor de la Organización Mundial de la Salud, afirma que para lograr el principal objetivo de la comunicación en esta área, se debe conseguir que la sociedad participe

de manera activa e informada en las decisiones a través de los diferentes medios de comunicación. Las distintas enfermedades físicas y mentales afectan gradualmente a la población, por lo que no solo el ministerio debe encargarse del problema. Más bien, las instituciones, tanto públicas como privadas, deben tomar cartas en el asunto, planificando y organizando acciones que solucionen el problema bajo diferentes ángulos. (Díaz, 2010)

Entonces, ¿Por qué es importante una comunicación participativa?

La principal razón por la cual es más funcional esta clase de comunicación, es que la sociedad tendrá la oportunidad de brindar su opinión sobre la situación de la salud y señalar nuevas iniciativas que permitirán mejorarla, se logrará que se sientan una parte importante de la estrategia y responsables por la misma. Además, al tener la participación de las instituciones y de la misma sociedad, se cubrirán los distintos ángulos de la problemática (Díaz, 2010). Juntando a los diferentes protagonistas de nuestra comunidad aseguraremos el éxito de las estrategias de comunicación, para promover la salud mental y física, lo que llevará a una disminución significativa en la tasa de trastornos mentales en el país.

3.2.Promoción de la Salud Mental.

En este segmento se tratará específicamente de la comunicación para la promoción de la salud mental.

En la actualidad, los medios de comunicación tienen un poder inigualable, ya que influyen en la percepción de la realidad en la sociedad. La “Federación de Euskadi de asociaciones de familiares y personas con enfermedad mental”, a través de una guía sobre la salud mental, busca que estos temas sean difundidos equilibradamente con el fin de que la imagen de una persona con enfermedad mental sea objetiva (FEDEAFES, 2012).

Hoy en día, los medios se encuentran generando estereotipos negativos de estas personas, creando perjuicios dentro de la sociedad. Se ha demostrado que una mala participación por parte de los medios de comunicación crea un obstáculo para la recuperación de quienes padecen enfermedades mentales. Por lo tanto, se debe crear un mensaje que genere inclusión social mediante espacios digitales de convivencia, además de que, los medios deben encargarse de mostrar un lado más personal y honesto de estas personas y de quienes los rodean. Esto permitirá que la información sobre los trastornos sea concreta, evitando cualquier clase de información discriminatoria. Para esto, la guía agrega que la comunicación mediante cualquier medio, debe evitar ciertos factores como: fotografías negativas de quienes padecen enfermedades, titulares que injustificadamente destaquen de modo negativo a la persona, asociación entre la enfermedad y los comportamientos delictivos y los términos ofensivos (FEDEAFES, 2012). Este método hará que la sociedad sea sensible sobre las distintas enfermedades mentales incluido el trastorno dismórfico corporal, al igual que se priorice el cuidado de la salud mental.

3.3. Comunicación y campañas de Salud Mental.

Los programas y estrategias de comunicación en la salud se basan en las necesidades y percepciones de la sociedad. Según la Organización Panamericana de la Salud, existen 6 etapas para el proceso de comunicación en salud. Estas consisten en un proceso circular, donde la última retroalimenta a la primera para un proceso de continua mejora (Vicente & Singleton, 2001). Para explicar a profundidad cada una de las etapas, se analizará la campaña #NoTeHagasElLoco.

La campaña fue realizada por 12 Meses en colaboración con la Confederación Salud Mental España el 10 de octubre del año 2018 en honor al Mes Mundial de la Salud Mental (12

Meses, 2018). Esta campaña es interesante, ya que contiene un valor agregado, esta no solo se enfoca en la persona enferma, sino que con bastante empatía llega a las personas que se encuentran alrededor de una persona con enfermedades mentales. Las etapas son las siguientes:

Planificación y estrategia.

El primer paso para cualquier campaña de comunicación es planificar, este paso permite evaluar la problemática y evitar errores (Vicente & Singleton, 2001). En el caso concreto, se inició analizando la información existente sobre la salud mental, la campaña utilizó el dato que señala que 1 de cada 4 personas genera por lo menos un trastorno a lo largo de su vida. El mensaje principal fue que la enfermedad mental se supera con un entorno afectivo influyente y un constante apoyo social. Además, estableció que el público objetivo es el público en general, ya que a pesar de que los distintos trastornos son susceptibles en edades específicas, la promoción de la salud mental no tiene edad. Para ello, establecieron el objetivo principal de lograr que los medios de comunicación hablen de manera sincera y sin estigmas sobre los trastornos mentales, y el sub objetivo fue dar visibilidad a la salud mental (12 Meses, 2018). Así mismo, optaron por utilizar un tono que juegue con las emociones del público, de manera que su respuesta ante la campaña sea una forma de medir el progreso logrado.

Selección de canales y materiales.

La primera etapa permite que en esta segunda fase se puedan elegir los canales de comunicación para la producción de materiales objetivos (Vicente & Singleton, 2001). La campaña buscó llegar a todo el país, por lo tanto, optó por la selección de uso de medios de comunicación masivos como gran parte de los canales de TV y redes sociales de los

involucrados. De esta manera, el equipo buscó adaptar la información obtenida para que cualquier persona, de cualquier edad, género y estatus social sea capaz de comprender y ser persuadido sobre la importancia de tratar la problemática.

Elaboración de materiales y pruebas preliminares.

Esta etapa se encarga de definir un concepto que se verá plasmado en los diferentes materiales (Vicente & Singleton, 2001). Para ello, la Fundación utilizó la empatía como mensaje principal, motivando a que todos los que se encuentren alrededor de una persona con trastornos, lo apoyen incondicionalmente, con el fin de acabar con la soledad y el aislamiento que causan estas enfermedades. El mensaje es positivo a través de un grafismo colorista de 3 tonalidades: amarillo, azul y rojo, los cuales representan las emociones básicas (SomosPacientes, 2018). Este método permite que la audiencia se identifique con los colores y las emociones que representan, facilitando a que el mensaje sea entendido y recordado.

Ejecución.

En este ciclo, la estrategia es desarrollada y presentada al público a través de las diferentes tácticas. En otras palabras, comienza la promoción y distribución de los materiales seleccionados por los canales de comunicación elegidos (Vicente & Singleton, 2001). La campaña tuvo auge en el spot institucional de Toñi Moreno, seguido por la emisión por medio de gran parte de los canales de TV del país exceptuando a Boing. Programas como “Pasapalabra”, “Amores que Duelen”, “Volverte a ver” o “Viva la Vida”, fueron los primeros en transmitir y comentar sobre la importancia de la salud mental (12 Meses, 2018). Al tratarse de un público objetivo grande, la campaña se amplió a través de las redes sociales y de la página

web de 12 Meses con contenido más específico. La campaña tuvo reacciones bastantes positivas, movimientos por la salud mental mostraron su asombro por la iniciativa. Incluso personas reconocidas que tratan con un trastorno mental, hablaron de lo incluyente y objetiva que fue, y que sintieron volver a ser parte de la sociedad nuevamente.

Evaluación de la efectividad y la eficacia.

Esta etapa es la encargada de evaluar la efectividad de la campaña y de corroborar que los objetivos planteados en la primera etapa fueron cumplidos (Vicente & Singleton, 2001). La campaña logró que se realicen talleres informativos para redactores y periodistas, con el fin de que los medios sepan como hablar sobre estos temas tan delicados y que terminen con los prejuicios sobre quienes padecen enfermedades mentales. Así mismo, el impacto de la campaña condujo a que varias personas dieran sus opiniones sobre la misma, entre ellas Isabel Cabrera, miembro del Comité Pro Salud Mental quien sufre de una enfermedad mental, aseguró que “Ya era tiempo de visibilizarlo con una gran campaña que mostrase que estamos aquí y que no somos violentos, ni tenemos menor grado de inteligencia, ni somos incapaces de trabajar, ni somos personas con las que no se puede convivir, ... Y tantas ideas erróneas que durante siglos han venido imperando e instalándose en la conciencia de la sociedad con una facilidad que asusta e indigna.” (Diversamente, s.f, p.4). Por otro lado, otro miembro del comité, Basilio García expresó: “De esta campaña espero que se cree un clima de conciencia colectiva, una cultura de la comunicación entre realidades distintas que favorezca el proceso de integración de nuestro colectivo en la sociedad” (Diversamente, s.f, p.8). Así se cumplieron los dos objetivos principales: la promoción de la salud mental priorizada y la acción de los medios que se encargaron de darle voz a quienes padecen trastornos mentales.

Retroalimentación para refinar (o no) el programa.

Gracias a las anteriores etapas, la información útil fue recopilada así como el mensaje, el público objetivo y los canales de comunicación (Vicente & Singleton, 2001). Por lo tanto, los aspectos que permitieron que la campaña funcione fue principalmente la empatía, pues permitió que quienes no padecen enfermedades mentales puedan hacer conciencia del cuidado de la salud y de la prevención de enfermedades mentales.

Así mismo, la línea gráfica básica con tres colores principales funcionó, ya que era fácil de reconocer y entender.

Por otro lado, un aspecto que permitirá que futuras campañas se desempeñen de mejor manera es la segmentación de canales de comunicación por edades. Las pautas por radio o la propaganda de TV no llegará de la misma manera a un adolescente de 15 años como a un adulto de 30. De esta manera, el contenido deberá ser segmentado, con la parte gráfica más activa en adolescentes, mientras que los adultos pueden absorber cualquier clase de información.

En consecuencia, las campañas de comunicación que se encuentran promoviendo la salud mental y previniendo los trastornos mentales deben ser priorizadas al tratar de corregir un problema que se vive como sociedad. La promoción de la salud mental estará al alcance de todos los integrantes de la sociedad, a través de las distintas herramientas de comunicación, por su parte las personas que viven diariamente con una enfermedad mental, así como el trastorno dismórfico corporal u otros, podrán sentirse parte de una sociedad inclusiva que busca tratar estos trastornos de manera no discriminatoria.

4. Campaña de Comunicación

4.1. Presentación de la campaña.

En consecuencia, la manera de promocionar la salud mental y evitar o disminuir la generación del Trastorno Dismórfico Corporal fue desarrollar una campaña de comunicación, donde su importancia se refleja en la promoción del autoestima en una sociedad que no toma el tema de la salud mental como una prioridad, buscando erradicar el problema. Así mismo, el Trastorno Dismórfico Corporal es una patología que a causa de los comunes y cotidianos que son sus síntomas es muy difícil ser diagnosticado, sobretodo a que estos se relacionan mucho con ciertos factores de la adolescencia como la inseguridad por el aspecto físico. Por el lado académico, es importante recalcar que no se han generado trabajos relacionados con este trastorno, por lo que la campaña busca ser un pilar en el desarrollo de futuras acciones a favor de la salud mental.

Por lo tanto la campaña titulada “BeYou” (Sé tu mismo) tiene como objetivo principal la promoción de la salud mental, a través de un lenguaje coloquial, con el objetivo de llegar plenamente a todos los públicos objetivos. Esta mantiene un enfoque sostenible ya que busca tratar principalmente el objetivo de desarrollo sostenible Salud y Bienestar. Este ODS es una iniciativa que busca satisfacer todas las necesidades relacionadas con la salud en la población mundial, mediante el acceso a los sistemas de salud, conformando sociedades saludables. Este objetivo forma parte del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, donde será garantizado para el 2030 (Ivette, 2020). Siendo el objetivo principal mejorar la salud mental dentro la sociedad ecuatoriana, donde este tema es considerado un cliché.

Los pilares fundamentales de esta son dos: Comunicación y Salud, siendo la comunicación el principio activo para lograr mantener el bienestar de una sociedad a través de la prevención

de enfermedades, tanto físicas como mentales. La comunicación se encarga de traducir toda la información de manera efectiva a todos los targets de la sociedad. Así mismo, permitió traducir ciertas áreas de la psicología, con el objetivo de llevar plenamente la información, en este caso del Trastorno Dismórfico Corporal, manteniendo los límites claros entre el objetivo de informar, evitando autodiagnósticos.

4.2. Metodología de Investigación Cualitativa.

Para comenzar, es importante recalcar los fundamentos teóricos que brindan sustento a la campaña de comunicación BeYou. Entrando en el contexto del área de salud mental en Ecuador, cabe recalcar lo siguiente:

1. 8 a 10 suicidios por cada 100.000 adolescentes son causados por depresión y otros trastornos en el país (UNICEF, 2018).
2. Estadísticamente hablando, el financiamiento de la salud mental en el Ecuador corresponde al 1,2% del presupuesto total del Ministerio de Salud Pública, de los cuales tan solo el 59% permite sustentar a los pocos hospitales psiquiátricos (Asamblea Nacional, 2019).

Por otro lado, la importancia del Trastorno Dismórfico Corporal trasciende a partir de su comorbilidad, ya que casi el 75% de quienes lo padecen sufren de abuso de sustancias, fobia social, Trastorno Obsesivo Compulsivo y cuadros depresivos. Así mismo, los rasgos de su personalidad cumple ciertas características como hostilidad, introversión, neuroticismo, perfeccionismo, timidez, entre otros (Cruzado, Vásquez & Huavil, 2010).

De esta manera, la manera de evitar la generación de esta clase de trastornos es promocionando la salud mental a través de una comunicación preventiva en el área de la salud. Sin embargo, muchos autores coinciden que a pesar de que la salud contiene una gran demanda

y un rol social muy importante en el desarrollo de cualquier sociedad, en Ecuador este tema es considerado un campo incierto y emergente (Veletanga, 2019).

Para planificar la campaña de comunicación, se realizó la investigación cualitativa donde se observaron dos clases de métodos: entrevistas y encuestas. Por un lado, se realizaron entrevistas a dos psicólogos clínicos que conocían acerca del Trastorno Dismórfico Corporal. La primera entrevistada fue la psicóloga María Aguilar (ANEXO A), especializada en Trastornos Alimenticios, ella pertenecía a la fundación sin fines de lucro ORGAEPSI. Primeramente, como profesional de nuestra comunidad comentó a cerca de la falta de promoción a la Salud Mental en nuestro país, aseguraba que en la actualidad las personas que solicitaban asistencia psicológica son consideradas como “locas” o “trastornadas”. Así mismo, la doctora hacía alusión a la importancia de tratar este trastorno se relaciona con la falta de productividad en la vida del individuo a causa de sus ganas de excluirse socialmente.

Por otro lado, el psicólogo clínico Wagner Villacis (ANEXO B) trabaja en la Universidad de las Américas y se especializa en la terapia familiar. Gracias a este profesional, la campaña tuvo como pilar evitar emitir información que genere autodiagnósticos en los públicos clave. Él considera que al tratarse de síntomas sumamente cotidianos en la adolescencia, como comunicadores se debe tener cuidado en transmitir la información de manera incorrecta. Además, este confirmó que la digitalización causada por la pandemia es un factor influyente en la generación del Trastorno Dismórfico Corporal en el rango de edad de 18 a 21 años, sobretodo a causa del consumo de estereotipos exagerados en las redes sociales.

En tercer lugar, se realizó una encuesta a adolescentes pertenecientes a este rango de edad con el objetivo de conocer acerca de la autenticidad, el autoestima, el consumo de redes sociales y el conocimiento del Trastorno Dismórfico Corporal. En consiguiente se obtuvo los siguientes datos:

1. El 93,3% de la muestra aseguró que su consumo de redes sociales ha aumentado a causa de la pandemia. (ANEXO C)
2. La mitad de la muestra aseguró que el consumo de redes sociales afecta su autoestima a causa de los estereotipos presentados en el medio. (ANEXO D)
3. Casi la mitad de la muestra desea parecerse físicamente a los filtros de las redes sociales. (ANEXO E)
4. Aproximadamente, el 66% de la muestra asegura que la autenticidad sería la solución para terminar con los estereotipos de belleza. (ANEXO F)
5. “La autenticidad se está perdiendo en el mundo digital”, “La autenticidad tiene un peso gigantesco en el autoestima y el amor propio”, fueron algunas de las respuestas más repetitivas en cuanto a la influencia de la autenticidad y el consumo de redes sociales. (ANEXO G)

4.3.Diseño, Planificación y Ejecución de la Campaña.

La campaña de comunicación tiene como nombre “BeYou”, su traducción al español es “Sé tu”, este tiene como objetivo promover la autenticidad en el público, buscando terminar con los estereotipos de belleza. Esta tiene como concepto, informar y prevenir el Trastorno Dismórfico Corporal, a través de la promoción de la salud mental en jóvenes, mediante los dos pilares principales mencionados anteriormente, autenticidad y amor propio. En cuanto a la propuesta gráfica, los colores usados fueron 5: verde, morado, rojo, celeste y amarillo en versión pastel (ANEXO H). Estos fueron seleccionados gracias a un focus group con nuestro target principal, adolescentes. Estos respondieron la pregunta “para ti, ¿qué colores representa una salud mental positiva?”, por lo tanto, el logotipo fue realizado basándose en esta

representación, a través de una tipografía moderna que permite llegar a cada uno de nuestros públicos de interés (ANEXO I).

Grupos de interés, vinculación e influencia	Actores	Interés de relación	Posición	Interés	Influencia
Público Objetivo	- Adolescentes de 18-21 años. -Familiares de los adolescentes	- Este rango de edad es más propenso a generar TDC -Los padres ayudan a prevenir y a diagnosticar posibles trastornos mentales	Activo Pasivo	Muy interesado	Poder
Entidades de Cooperación	- Fundación ORGAEPSI - Fundación Salud Mental Ecuador	-La Fundación ORGAEPSI brinda servicios psicológicos gratuitos a quien padezca el trastorno mental - Salud Mental Ecuador mantiene el mismo objetivo de la campaña, promover la salud mental en nuestra sociedad	Pasiva	Muy interesado	Influente
Formadores de imagen	-Medios de Comunicación -Líderes de Opinión e Influencers	-Los medios de comunicación nos permiten informar y prevenir. -Los influencers seleccionados promoverán la campaña.	Activa.	Muy interesado	Poder

A partir de la selección del concepto, públicos y aliados estratégicos de la campaña, se estableció el objetivo general y específicos de BeYou.

Objetivo general.

Ejecutar una campaña de comunicación con duración de 7 semanas, dirigida a los adolescentes de 18 a 21 años de edad, a través del uso de contenido digital y actividades interactivas en la red social Instagram.

Objetivos específicos.

- BeAuthentic (Se Auténtico): El objetivo específico mantuvo un enfoque informativo, ya que se explicó a los públicos de interés de manera coloquial sobre el Trastorno Dismórfico Corporal (concepto, síntomas, estadísticas, consecuencias). (ANEXO J)

Estrategia	Propósito	Público	Táctica	Actividades
Crear redes sociales de la campaña y publicaciones programadas.	Informar y prevenir sobre el TDC.	Adolescentes (18-21 años). Familiares.	Utilización de Instagram para la difundir el contenido creado.	-Creación de contenido, piezas digitales. - Posts de expectativa "Coming soon". - Presentación del Trastorno Dismórfico Corporal como un personaje. - Afirmaciones positivas para quienes padecen el trastorno mental. - Introducción a los "Reminders" positivos. - Recolección de la información de parte de los psicólogos aliados. - Coordinar lives en la red social.

- BeYourBetterVersion (Se tu mejor versión): El objetivo específico número dos mantuvo un enfoque emocional, ya que a través de un personaje (Tom, representante de la salud mental) (ANEXO K) se brindaron tips y hábitos para mejorar la salud mental y potenciar el amor propio. (ANEXO L)

Estrategia	Propósito	Público	Táctica	Actividades
Brindar tips y hábitos para mantener una autoestima positiva.	A través de la autenticidad, establecer que todos los cuerpos son perfectos.	Adolescentes (18-21 años).	Utilizaremos Instagram y medios digitales para difundir el contenido generado.	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación de la importancia y significado de la salud mental a través de un personaje. - Videos informativos acerca del TDC y cómo influye en la salud mental. - Gira de medios de comunicación. - Actividades interactivas con seguidores: preguntas en historias, y retos. - Live. - Presentación de alianza. - Promoción amor propio.

- ImWithYou (Estoy Contigo): El tercer objetivo mantuvo un enfoque interactivo, llegando al target de manera física y digital. Se promocionó el amor propio y la autoestima a través de actividades interactivas que permitieron generar nuevas perspectivas sobre la importancia de la salud mental.

Estrategia	Propósito	Público	Táctica	Actividades
Interactuar con el público más fiel.	Expandir la campaña a través de la interacción física y digital del contenido.	Adolescentes (18-21 años). Familiares. Psicólogos.	Crear actividades interactivas junto a los aliados estratégicos. Medir el alcance de la campaña.	- Video promocional de mensajes de amor propio al rededor de Quito. - Taller final - ¿Cómo ha cambiado tu percepción de amor propio gracias a #BeYou?

Ejecución de la campaña.

La campaña tuvo una duración de 7 semanas aproximadamente, el primer objetivo específico tuvo la duración del 18 de octubre al 7 de noviembre. El segundo objetivo específico, del 8 de noviembre al 21 de noviembre, y por último, el tercer objetivo específico del 22 de noviembre al 14 de diciembre. Alrededor de este tiempo, la cuenta de la campaña llegó a los 209 seguidores y los 36 posts, con un alcance de casi 8000 cuentas, de las cuales, se obtuvo una interacción de 262 cuentas. Así mismo, las estadísticas reflejaron que se lograron dos de los objetivos principales, primeramente, el público principal que consumía todo el contenido fue con un 54% jóvenes y adolescentes de los 18 a 24 años de edad. En segundo lugar, el 56,1% del público pertenecía a Quito, siendo partícipes en la sociedad. Otro dato interesante fue que el 62,5% del público que interactuó fueron mujeres.

Para obtener estos alcances, el primer punto fue que la campaña se manejó bajo dos líneas, por un lado, las diversas actividades interactivas con el público que permitió conocer su perspectiva sobre el amor propio, con el objetivo de medir el cambio de esta opinión a lo largo de la campaña. Así mismo, se realizaron lives, talleres, retos y preguntas en las historias. Por

otro lado, la creación y publicación de tres clases de contenido: Informativo / Educativo, Reminders y Otros.

El segundo punto fue la gestión de relaciones públicas. Esta se manejó en base las alianzas establecidas con dos fundaciones: Orgaepsi y Salud Mental Ecuador. Las alianzas fueron supremamente importantes, estas ayudaban verificando que toda la información publicada en redes sociales sean benefactoras y verídicas para los públicos de interés, también ayudaban a los seguidores que creían tener el trastorno a través de servicio psicológico totalmente gratuito. Así mismo, los medios de comunicación permitieron ampliar el alcance de la campaña, estos fueron divididos en dos. Sonorama y EQ Radio 593, al tener un público realmente amplio se pudo informar y prevenir el trastorno de forma teórica, tratando de educar sobre el tema a las personas que se encuentran alrededor del trastornado, para que sepan como tratar y como reconocer los indicios de la patología. En cambio, Radio Ponte Once y Radio Activa permitieron llegar al público objetivo, en estos medios se mantuvo un diálogo mucho más coloquial, hablando de los defectos que menos gustan a través de retos, juegos y conversatorios.

De igual manera, la organización de eventos digitales junto a las alianzas estratégicas fueron una estrategia de educomunicación que permitieron responder las dudas principales que mantenía el público sobre el trastorno, así mismo, se brindó tips para aumentar la autoestima y evitar generar el TDC. La campaña culminó con dos actividades, primeramente, la pregunta “¿Cómo ha cambiado tu perspectiva de amor propio gracias a #BeYou?”, la cual facilitó medir el alcance de la campaña, comparando con las respuestas anteriores. En segundo lugar, se empapeló los lugares donde más transcurren los jóvenes en la ciudad de Quito con mensajes de amor propio y autoestima, con el objetivo de estar con los jóvenes en las buenas y en las malas, recordándoles la importancia de promover la autenticidad, evitando el TDC.

CONCLUSIONES

La salud mental debe ser un tema de interés social, ya que es la unión positiva de los aspectos biológicos, psíquicos y espirituales. Se vuelve muy frágil porque inciden las acciones que se ejecutan a diario, de manera externa e interna. Por lo tanto, debe ser considerada como un tema a tratar por la sociedad, ya que es una prioridad para su funcionamiento coherente y estable. Sin embargo, para muchos gobiernos no es un tema importante, así es que, en nuestro país, la promoción de la salud mental ha sido limitada a través de los años. Han existido pocos programas que buscan tratar este tema como una problemática, esto se debe a que el financiamiento a esta área es del 1.2% del presupuesto total del Ministerio de Salud Pública. En consecuencia, Ecuador es uno de los países con mayor prevalencia de trastornos mentales, tal como la depresión. Así mismo, el país ha mantenido una alta tasa de suicidios adolescentes causada por depresión y otros trastornos que no han recibido la importancia adecuada.

De igual manera, el TDC es un trastorno que ha demostrado ser ignorado a causa de sus síntomas silenciosos, cabe recalcar que si el trastorno no es diagnosticado a tiempo, el pronóstico de la enfermedad se ve incrementado. La importancia de este trastorno radica en que, actualmente, vivimos en una era digitalizada que vuelve a la sociedad dependiente de las redes sociales, que establecen estándares de belleza extremos que los consumidores buscan cumplirlos, generando inseguridades en sus propios cuerpos y problemas de autoestima, por consiguiente, indicios del trastorno dismórfico corporal.

Por lo tanto, al tratarse de un tema difícil de evitar, la comunicación en la salud se vuelve trascendente. Se debe enfatizar en el mantenimiento de hábitos saludables y en que la promoción de la salud mental depende de la implementación y ejecución de planes de comunicación efectivos. Para ello, estos programas de comunicación, deben conocer cómo hablar sobre temas de salud mental. Un punto de alta relevancia es mantenerse objetivos

cuando se refiere a una persona que padece trastornos mentales, con el fin de que no bloquee su proceso de recuperación. Al mismo tiempo, es imperativo que la sociedad pueda conocer de manera sincera y sin prejuicios sobre los trastornos mentales y sus tratamientos. Para lograr cumplir todos estos objetivos, las campañas de comunicación para la promoción de la salud mental deben ser efectivas para lograr impactar y persuadir a la sociedad sobre el cuidado y la prevención de trastornos mentales.

Solucionando estos problemas, la campaña de comunicación BeYou tuvo respuestas realmente interesantes. Al concluir la campaña, se mostró una respuesta activa por parte de los adolescentes, ya que a través del contacto con la red social buscaban formas de mejorar su autoestima, lo que llevó a una promoción de la salud mental en las nuevas generaciones. Lo cual, de manera indirecta se mejorará el sistema de salud, dándole más protagonismo a este tema tan importante.

Todo esto gracias a la importancia de la comunicación en los temas de salud mental, siendo un pilar en la prevención de enfermedades tanto físicas como mentales, lo que llevará a que la salud mental deje de ser una tendencia y se vuelva una prioridad. Esto se demuestra, ya que la campaña de comunicación, teniendo una duración tan corta tuvo la capacidad de diagnosticar futuros casos de TDC, sobre todo, gracias a la gestión de relaciones públicas que estableció alianzas con el servicio psicológico profesional. Teniendo la comunicación únicamente el poder de informar, no de diagnosticar. Una vez más, la comunicación mostró ser un pilar en tratar temas sociales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS (EJEMPLO ESTILO APA)

- Carrasco, E., Polo, G., Alba, I., Fernández, L., Turrión, L., & Guerrero, M. et al. (2015). *Voluntariado en Salud Mental* (1st ed., p. 81). Madrid.
- Rosa Seminario. (2004). *Invertir en Salud Mental* (1st ed., p. 52). Suiza.
- Mazzetti, P. (2005). *Nociones de Salud Mental* (pp. 1-17). Lima: Ministerio de Salud.
- Stellman, J., & McCann, M. (1998). *Enciclopedia de salud y seguridad en el trabajo* (1st ed.). Madrid: Chantal Dufresne.
- Organización Panamericana de Salud. (2016). *Organo de difusión del Centro Colaborador en materia de Calidad y Seguridad del Paciente* (pp. 1-6). Mexico: CONAMED.
- Ministerio de Salud del Ecuador, OMS, MSD, OPS. (2008). *Informe de la Evaluación del Sistema de Salud Mental en El Ecuador utilizando el Instrumento de Evaluación para Sistemas de Salud Mental de la OMS* (p. 33). Quito.
- Etienne CF. Mental health as a component of universal health. *Rev Panam Salud Publica*. 2018;42:e140. <https://doi.org/10.26633/RPSP.2018.140>
- Cova, F., Grandón, P., Saldivia, S., Inostroza, C., & Novoa, C. (2019). **PROMOCIÓN Y PREVENCIÓN EN SALUD MENTAL: ¿ESPERANZA FUNDADA, VANA ILUSIÓN O CONTRABANDO PSICOPATOLOGIZADOR?**. In *Papeles del Psicólogo* (pp. 1-6). Concepción.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2019). *Proyecto de Ley Orgánica de Salud Mental* (p. 1-21). Quito: Vicente Taiano Basante.
- Valencia, M. (2007). *Trastornos mentales y problemas de salud mental. Día Mundial de la Salud Mental 2007*. (2nd ed., pp. 1-6).
- Irarrázaval, M., Prieto, F., & Armijo, J. (2016). **PREVENCIÓN E INTERVENCIONES TEMPRANAS EN SALUD MENTAL: UNA PERSPECTIVA INTERNACIONAL** (pp. 1-14). Santiago.
- Sandoval, M., Huidobro, I., & Perez, M. (2009). *Trastorno Dismórfico Corporal*. *Chilena Dermatol*, 3, 1-7.
- Salavert Jiménez, J., Clarabuch Vicent, A., & Trillo Garrigues, M. (2019). *Trastorno Dismórfico Corporal: revisión sistemática de un trastorno propio de la adolescencia*. *Revista De Psiquiatría Infanto-Juvenil*, 36(1), 4-19. doi: 10.31766/revpsij.v36n1a1
- Salazar, Z. (2008). **ADOLESCENCIA E IMAGEN CORPORAL EN LA ÉPOCA DE LA DELGADEZ**. *Reflexiones*, 87(2), 67-80.
- Sánchez, V. (2019). *El Body Positive: Una Representación Social del Cuerpo* (Licenciatura). Universidad del País Vasco.

- Díaz Mohedo, M^a Teresa & Vicente Bújez, Alejandro (2011). Los jóvenes como consumidores en la era digital. REIFOP, 14 (2). (Enlace web: <http://www.aufop.com> – Consultada en fecha (12-04-21):)
- Cruz, L. (2017). Adolescentes y redes sociales en la era digital (Licenciatura). Universidad de las Illes Balears.
- Barrio, Á., & Ruiz, I. (2014). Los adolescentes y el uso de las redes sociales. INFAD, 3(1), 1-7.
- Delgado, J., & Cajas, A. (2018). Influencia de las redes sociales en el autoestima adolescente (Licenciatura). Universidad Estatal de Milagro.
- Esterotipos de belleza: "Las redes sociales afectan muchísimo". (2020). Retrieved 17 April 2021, from <https://www.lareforma.com.ar/wendy-lang/esterotipos-belleza-las-redes-sociales-afectan-muchisimo-n61960>
- Martín, A. (2020). Dismorfia de Snapchat y complejos por las redes sociales. Retrieved 17 April 2021, from <https://hipertextual.com/2020/10/complejos-redes-sociales-dismorfia-snapchat>
- Guardia de Viggiano, N. (2009). Lenguaje y Comunicación. Colección Pedagógica Formación Inicial De Docentes Centroamericanos De Educación Primaria O Básica, 25(1), 2-20.
- González, G. (2019). Comunicación en salud: conceptos y herramientas. Cuaderno De Trabajo, (1), 1-20.
- Rodríguez, S., Cabrera, L., & Calero, E. (2018). La comunicación social en salud para la prevención de enfermedades en la comunidad. Humanidades Médicas, 18(2), 1-21.
- Díaz Bordenave, J. (2010). Guía de planificación participativa de estrategias de comunicación en salud. Asunción: Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, Dirección General de Promoción de la Salud.
- Cómo abordar la Salud Mental en los medios de comunicación. (2012). FEDEAFES, 1-
- Vicente, M., & Singleton, S. (2001). Manual de comunicacion social para programas de promocion de la salud de los adolescentes. Washington: OPS (Organizacion Panamericana de la Salud).
- 12 Meses. (2018). 'No te hagas el loco', nueva campaña de 12 Meses y la Confederación Salud Mental España. Retrieved 3 May 2021, from https://www.mediaset.es/12meses/campanas/notehagaselloco/salud-mental-campana_0_2640750065.html
- Somos Pacientes. (2018). 'No te hagas el loco'. Retrieved 5 May 2021, from <https://www.somospacientes.com/noticias/asociaciones/campana-para-acabar-con-el-estigma-asociado-a-los-trastornos-mentales/attachment/no-te-hagas-el-loco/>

Diversamente. NO TE HAGAS EL LOCO. Retrieved 5 May 2021, from <https://diversamente.es/no-te-hagas-el-loco/>

Ariadna Ivette, 01 de octubre, 2020 Objetivo 3. Salud y bienestar (ODS). Economipedia.com

Cruzado, Lizardo, Vásquez, Édgar, & Huavil, Jorge. (2010). Trastorno dismórfico corporal con desenlace fatal: reporte de un caso. *Anales de la Facultad de Medicina*, 71(1), 51-53. Recuperado en 19 de diciembre de 2021, de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-55832010000100010&lng=es&tlng=es.

Veletanga, J. Comunicación para la salud, una necesidad insatisfecha en Ecuador. *Práctica Familiar Rural*. 2019 julio; 4(2).

ANEXO A: MARÍA AGUILAR



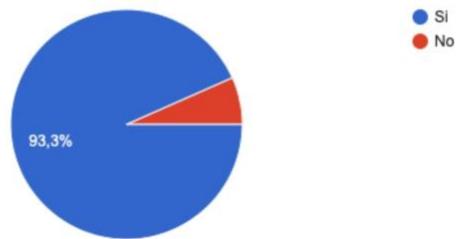
ANEXO B: WAGNER VILLACIS



ANEXO C: PANDEMIA Y CONSUMO DE REDES SOCIALES

A causa de la pandemia ¿tu consumo de redes sociales ha aumentado?

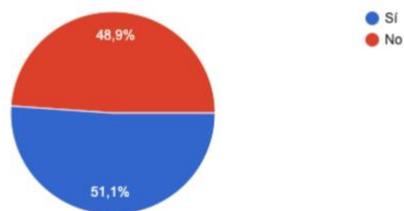
45 respuestas



ANEXO D: AUTOESTIMA Y REDES SOCIALES

Mientras consumes redes sociales, ¿tu autoestima se ha visto afectada por los estereotipos de belleza establecidos en este medio?

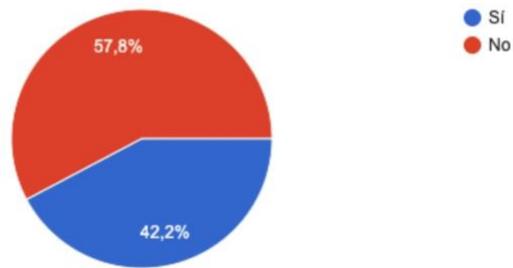
45 respuestas



ANEXO E: FILTROS

¿Alguna vez has querido parecerte en la vida real a tu filtro favorito?

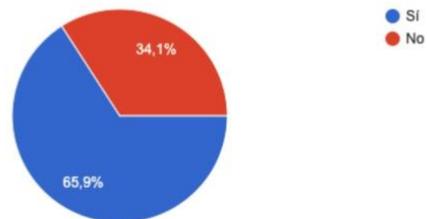
45 respuestas



ANEXO F: AUTENTICIDAD Y AUTOESTIMA

Si vivieras en una sociedad más grande y auténtica ¿Tus estereotipos de belleza cambiarían?

44 respuestas



ANEXO G: AUTENTICIDAD Y SOCIEDAD

¿Cómo te sientes sobre la influencia que tiene la sociedad y las redes sociales en la autenticidad y en la forma de mostrarse al mundo?

22 respuestas

No me gustaria que fuera tan grande esta influencia pero si cambia afecta mucho en como uno se percibe y se muestra al mundo, lo que afecta el autoestima y el amor propio al querer parecerse a estas tendencias que se comparte en las redes sociales.

Las redes sociales muestran contenido falso, entonces afecta en cierto grado

La verdad siento que es molesto porque muchas veces las críticas destructivas no ayudan porque aunque uno sienta seguridad, siempre hay el mmv que te da un comentario innecesario y que, aunque no le pidas te lo da, y te hace sentir un poco incómoda.

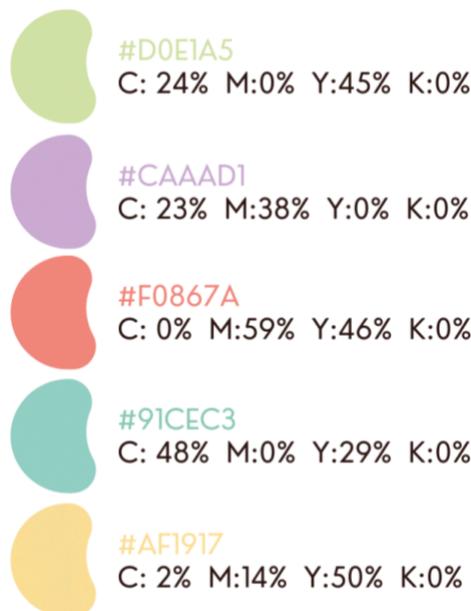
Pienso que no deberían influenciarnos

Definitivamente tiene un peso gigantesco en el autoestima y la percepción de uno mismo gracias a sus estándares falsos e imposibles de alcanzar.

Siento que solo afecta a personas que no estan satisfechas o conformes como son

Siento que hace que muestres algo que realmente no eres, o al menos no te muestras completamente y esto genera frustraciones, complejos, etc.

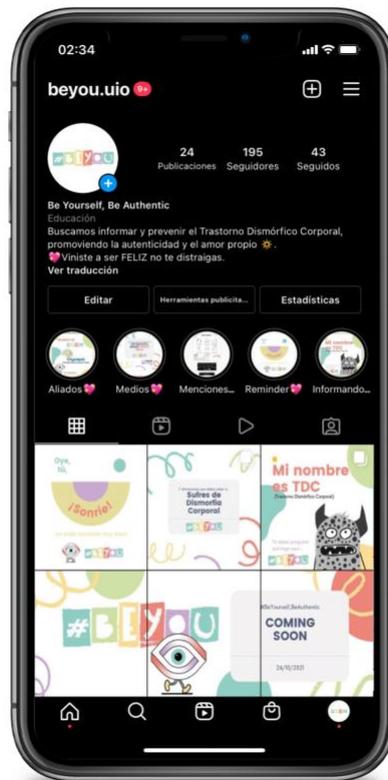
ANEXO H: PALETA DE COLOR



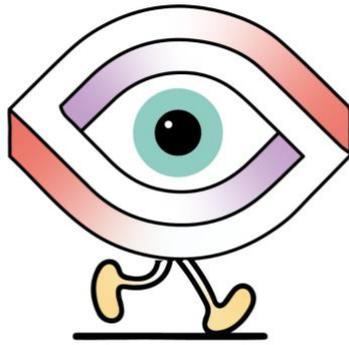
ANEXO I: LOGOTIPO



ANEXO J: OBJETIVO ESPECÍFICO 1



ANEXO K: TOM



ANEXO L: OBJETIVO ESPECÍFICO 1

