



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

TÍTULO DEL PROYECTO FINAL:

Sistematización de experiencia de la creación de una plataforma de información sobre salud mental en el contexto de pandemia de covid-19.

Subtítulo:

Sistematización de la experiencia de una estrategia digital de comunicación informativa durante la co-creación de una plataforma sobre salud mental en el contexto de pandemia de COVID-19.

Para optar al grado de:

Licenciatura en Artes Escénicas

Elaborado por:

María Alejandra Jaramillo López

Guías del Proyecto

José Miguel Campi Portaluppi

Mercy Narea Arellano

GUAYAQUIL, ECUADOR

Junio, 2022



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, María Alejandra Jaramillo López, autor del trabajo de titulación “Sistematización de experiencia de la creación de una plataforma de información sobre salud mental en el contexto de pandemia de covid-19”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exonero a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

Alejandra Jaramillo

MARÍA ALEJANDRA JARAMILLO LÓPEZ

CI: 0803021856

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, María Alejandra Jaramillo López, en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Sistematización de experiencia de la creación de una plataforma de información sobre salud mental en el contexto de pandemia de COVID-19”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



MARÍA ALEJANDRA JARAMILLO LÓPEZ

CI: 0803021856

Resumen

El presente documento muestra el proceso de sistematización de la experiencia individual, llevada a cabo por una de las integrantes de un equipo interdisciplinario de la Universidad Casa Grande en los marcos de la pandemia, para el desarrollo de un proyecto de aplicación profesional sobre la temática de salud mental. El objetivo de esta sistematización, consiste en “Exponer aciertos y desaciertos sobre la experiencia del proyecto Ha-bla-blá en el contexto de la pandemia en la salud mental de las personas” principalmente en la ciudad de Guayaquil. Ya que persigue: dar a conocer síntomas de alerta temprana en materia de salud mental; informar sobre espacios y profesionales a quienes acuden en caso de necesitar ayuda; y contrarrestar el estigma en torno al tema de salud mental.

Las principales acciones llevadas a cabo para darle cumplimiento del objetivo, son definir una estrategia de comunicación digital, por medio de contenidos informativos/educativos en las redes sociales como Instagram y sitio web, donde se logre mostrar y compartir videos testimoniales de personas que han experimentado situaciones emocionales. Con el fin de complementar, por medio de la plataforma digital, experiencias enriquecedoras para el usuario logrando estar informados para acudir por ayuda profesional temprana en post de que pueda afectarse la salud mental.

Es por ello que, se crea la plataforma digital Ha-bla-blá, por medio de un Sitio Web y en una cuenta en Instagram, donde se postea información acerca de la salud mental en contexto del COVID 19, por medio de live, videos y fotografías; con el fin, de que el usuario que se sienta identificado con la publicación compartida y que busque ayuda de manera temprana.

La planificación de contenidos compartidos, se determinó en un tiempo estimado de 5 semanas, en el cual se establecieron el público objetivo entre 15 y 35 años, los temas por compartir, los especialistas que impartirán las charlas, el tiempo determinado en el que realizan los posts, entre otros. De la misma manera, se evidenció el alcance de cada una de los temas planteados mediante los números de las métricas que demostraron la aceptación del público objeto.

Consideraciones Éticas

El presente trabajo de investigación contribuye a la sistematización de la creación de una plataforma digital informativa en contexto del COVID-19, con el fin de evidenciar y compartir experiencias de vida en las redes sociales. Mediante videos y entrevistas dan a

conocer que en algún momento han experimentado problemas de salud mental y durante el desarrollo los involucrados autorizan la publicación de los testimonios respetando la propiedad intelectual de personas ya sean mediáticas o poco conocidas.

Con el fin de evitar riesgos potenciales en cuanto al perjuicio emocional de las personas que exponen su experiencia sobre los problemas de salud mental en contexto del COVID 19, se les informa de manera verbal sobre los temas que se van a tratar y de la exposición que puedan tener y antes de dar el consentimiento informado voluntario se debe asegurar que los participantes hayan comprendido toda la información brindada.

Asimismo, se realizaron reuniones por medio de la plataforma Zoom con los participantes que aceptaron la autorización verbal y el consentimiento informado voluntario sobre sus derechos, riesgos y beneficios que garanticen la participación libre y voluntaria de los involucrados.

Palabras clave: Salud mental, pandemia, estigma social, comunicación digital, estrategia de comunicación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Pág.		
	Resumen	3
	Consideraciones Éticas	3
	Antecedentes y contexto de la Experiencia.	8
	Hipótesis de Mejora	12
	Reconstrucción Histórica de la Experiencia	16
	Selección de la plataforma de interacción social a usar y del público objetivo.	17
	Desarrollar la identidad de marca.	18
	Estrategia de comunicación.	21
	Creación de la plataforma de comunicación.	21
	Acciones de la estrategia de comunicación. (Instagram –Web)	22
	Planificación de contenidos.	26
	Análisis e interpretación crítica de la experiencia individual	30
	Establecer el perfil en Instagram y en el sitio web.	31
	Planificación de contenido.	33
	Contenidos compartidos y su alcance.	38
	Evaluaciones	40
	Conclusiones	41
	Recomendaciones	42
	Referencias Bibliográficas.	44
	Anexos.	49

ÍNDICE DE FIGURAS

Pág.

Figura 1: Síntomas relacionados a la depresión.	11
Figura 2: Identidad de la Marca Ha-bla-blá.	19
Figura 3: Nombre de la Marca.	20
Figura 4: Tipografía de la Marca Ha-bla-blá.	20
Figura 5: Paleta de Colores de la Marca Ha-bla-blá.	21
Figura 6: Post de contenidos de Redes Sociales.	26
Figura 7: Cronograma de trabajo inicial.	27
Figura 8: Cronograma de trabajo final.	27
Figura 9: Perfil de Instagram.	32
Figura 10: Perfil del Sitio Web.	32
Figura 11: Perfil del Website Oficial.	33
Figura 12: Guía de profesionales PDF y ONLINE.	35
Figura 13: Inicio.	36
Figura 14: Blog.	36
Figura 15: Acerca de nosotros.	37
Figura 16: Contáctanos.	37
Figura 17: Guía de Profesionales.	38
Figura 18: Equipo.	38
Figura 19: Firma de Petición.	39

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: Enfermedades causadas por el COVID 19.	10
Tabla 2: Stakeholders entrevistados y temáticas a tratar.	16
Tabla 3: Temas abordados en las publicaciones.	25
Tabla 4: Resumen de resultados del proyecto julio-agosto 2021.	28
Tabla 5: Videos en IGTV de transmisiones en vivo con profesionales en salud mental.	28
Tabla 6: Transmisiones en vivo con profesionales en salud mental.	29
Tabla 7: Videos testimoniales posteados.	30
Tabla 8: Temas tratados por videos y fotografías.	38
Tabla 9: Temas tratados por live.	39
Tabla 10: Estigmas de la salud mental testimonio.	39

Antecedentes y contexto de la Experiencia.

La Organización Mundial de la Salud (OMS), expresa en el artículo “*Determinantes de la salud Mental*”, que en materia de salud mental son muchos los atenuantes que hacen proliferar este tipo de padecimientos como trastornos de ansiedad y depresión, siendo el aislamiento uno de los agravantes más frecuentes en los diferentes trastornos. En la actualidad, en el mundo entero se encuentra alarmado sobre las secuelas y consecuencias que ha ocasionado.

En Ecuador, así como en el resto del mundo, la pandemia del COVID 19, ha ocasionado problemas de salud física y emocional que con el pasar del tiempo afectan directamente a la salud mental de las personas sin importar las edades. A pesar de esto, no se ha tratado con frecuencia y rigor esta temática, ya que con frecuencia se evidencia que la ola de eventos que ha tenido el país ha hecho de este tema una necesidad creciente.

Las medidas adoptadas por las restricciones incluyeron con el cierre de fronteras, cuarentena, distanciamiento social entre otras, han demostrado su eficacia en la reducción de la transmisión del virus y han sido adoptadas por la mayoría de países. Sin embargo, con el pasar del tiempo trajeron un impacto negativo en la salud mental de los habitantes en cada lugar del mundo. (Lozano, 2020)

Según estudios realizados por González & Labad, (2020), demuestran que, debido a las restricciones mencionadas anteriormente se ha incrementado la tasa de ansiedad, por este motivo las varias personas han presentado síntomas afectivos y psicóticos relacionados con los tratamientos farmacológicos de la infección. Y si se agrega la carga emocional o el estrés de situaciones derivadas de la pandemia como el miedo al contagio, la pérdida del empleo o del sustento familiar, entre otras circunstancias, se puede estar en presencia de patrones psicológicos difíciles de superar de manera independiente.

Según estudios realizados por (Kang, Bing, & Hu, 2020), en la lucha contra la pandemia del Coronavirus (COVID-19), existen estadísticas que demuestran que, desde sus inicios, el personal de salud experimentó problemas de salud mental como estrés, ansiedad, síntomas depresivos, insomnio, negación, ira y temor. Estos datos se complementan con el estudio realizado por (Huang, Han, & Luo, 2020), presidente de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Tainan, donde observó que la tasa de ansiedad del personal de salud fue del 23,04%, mayor en mujeres que en hombres; y, mayor entre las enfermeras que entre los médicos.

Asimismo, en la población general de China se observó un 53,8% de impacto psicológico moderado a severo; un 16,5% de síntomas depresivos, un 28,8% de síntomas ansiosos y un 8,1% de estrés, todos entre moderados y severos. La pandemia plantea el desafío de cuidar tanto la salud mental del personal del área médica como la de la población en general. Así, el uso de instrumentos breves de detección de problemas de salud mental, validados en nuestra población, sería de mucha utilidad para los retos de salud pública que afronta el mundo de manera general. (Lozano, 2020)

Según (Katz, Lazcano, & Madrigal, 2017), en términos epidemiológicos, la salud mental contribuye con la carga global de las enfermedades alrededor de 12%, representa hasta 28% de los años vividos con discapacidad y constituye una de las tres principales causas de mortalidad, considerando el suicidio, entre las personas de 15 a 35 años. Esta investigación se enfoca en el estudio de este segmento de la población (de 15 a 35 años), aunque los beneficiarios del proyecto serían toda la población en sí.

Observando más específicamente en el contexto del Ecuador, un estudio realizado a finales del 2020 y publicado en el 2021 por un grupo de autores (Pazmiño , Alvear, Saltos, & Pazmiño, 2021), enfocados en el personal de salud y el impacto de la pandemia por COVID 19 en el personal médico arrojaron las siguientes cifras que, de 1028 personas encuestadas entre médicos (54,18%), enfermeras (33,94%), laboratoristas (2,82%), paramédicos (2,62%), psicólogos (5,05%) y terapeutas respiratorios (1,36%) se dio como resultado que:

Tabla 1: Enfermedades causadas por el COVID 19.

ENFERMEDADES	PORCENTAJES
Síntomas de depresión	27,3%
Síntomas de ansiedad	39,2%
Insomnio	16,3%
síntomas de TEPT (Trastorno de Estrés Postraumático)	43,8%

Fuente: (Pazmiño , Alvear, Saltos, & Pazmiño, 2021)

Es necesario mencionar, que los síntomas van de moderados a graves. Los factores asociados más relevantes son: trabajar en Guayas (la provincia más afectada) (OR (Odds Ratio/Razón de Probabilidades) = 2,18 para síntomas depresivos y OR = 2,59 para síntomas de TEPT); ser médico posgradista (OR = 1,52 para síntomas depresivos y OR = 1,57 para insomnio), percepción de no contar con el equipo de protección adecuado (OR = 1,71 para

síntomas de depresión y $OR = 1,57$ para síntomas de ansiedad) y ser mujer ($OR = 1,39$ para ansiedad). (Pazmiño , Alvear, Saltos, & Pazmiño, 2021)

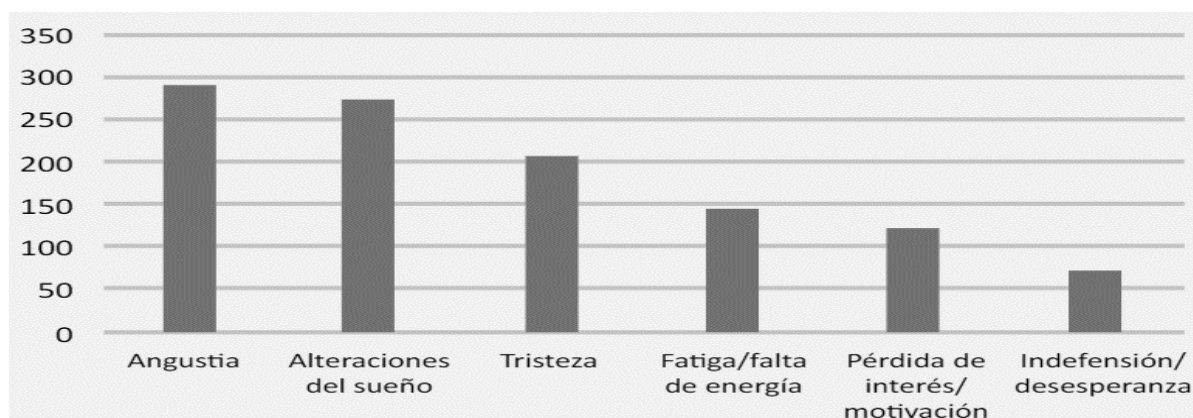
Estas cifras muestran el impacto significativo que tuvo para el personal médico el vivir esta experiencia, que no solo afectó en esta medida a este estrato de la población, sino que fue algo que se evidenció en toda la población ecuatoriana. (Pazmiño , Alvear, Saltos, & Pazmiño, 2021)

A raíz de estas problemáticas, los profesionales de la salud mental del Ecuador elaboraron protocolos de atención Teleasistida de Salud Mental en línea. A partir de esta iniciativa se han desarrollado estudios con la finalidad de determinar los principales síntomas que se relacionan con trastornos de depresión, ansiedad, síndrome de Burnout y síndrome del cuidador en el contexto de la pandemia de COVID-19 en Ecuador, información que sirve como referente para la presente sistematización. (Valcárcel , Santiesteban, & Abad, 2021)

En Ecuador, el Ministerio de Salud Pública atendió a 231 mil personas con problemas de salud mental durante la emergencia sanitaria; es por ello, que varias instituciones ofrecen el servicio de atención psicológica a través de plataformas virtuales. El Instituto de Neurociencias de la Junta de Beneficencia en Guayaquil, creó una aplicación “AnimaEc” la cual sirvió como una herramienta de contención emocional. A través de esta plataforma durante abril y mayo de 2020 atendieron a 258 usuarios, en su mayoría fueron mujeres. (Junta de Beneficencia , 2020)

Los usuarios de los servicios de “AnimaEc” presentaron sentimientos de impotencia, sensación de pérdida de control, inestabilidad en relación a la salud y la situación económica, junto con problemáticas en las relaciones familiares a raíz de la cuarentena. Un dato que preocupa a las autoridades de Guayaquil según las estadísticas reflejadas en el Sistema Integrado de Seguridad, ECU 911, durante el 2020 se registraron 139 suicidios. (Junta de Beneficencia , 2020)

En el 2021, de enero a junio, se atendieron 194 emergencias referentes al tema, lo cual significa un incremento del 37% respecto al año anterior. Mientras que las publicadas en agosto del 2021 por la Revista Ecuatoriana de Ciencia, Tecnología e Innovación en Salud Pública, muestran datos sobre los principales síntomas que se relacionan con trastornos de depresión y ansiedad en tiempos de pandemia. (Valcárcel , Santiesteban, & Abad, 2021)

Figura 1: Síntomas relacionados a la depresión.

Fuente: (Valcárcel , Santiesteban, & Abad, 2021)

Todo este contexto tanto desde el punto de vista mundial como en el Ecuador, se informa a la población con herramientas, de manera independiente y anónima, que ayude a identificar qué persona sin importar la edad se encuentran ante una situación de salud mental; y, hacerles saber que existen canales alternativos para pedir ayuda. Es por ello, que en el presente trabajo de investigación se persigue por medio de estrategias digitales de comunicación informar a toda la población ecuatoriana sobre información que ayude a calmar los síntomas del riesgo mental del individuo.

Por su parte Guayaquil, no queda exenta de la lucha por la salud mental de sus ciudadanos, acogiendo y aplicando los proyectos que son derivados del gobierno central a través de las plataformas virtuales que desarrolla el gobierno para los tiempos de pandemia, por su parte la Unidad de Salud Emocional de la Municipalidad de Guayaquil también ha realizado acciones de brindar consultas online, para quien lo requiera en los marcos de la pandemia, con el fin de preservar la integridad física y emocional de los ciudadanos.

Todo este contexto no está alejado de la Universidad Casa Grande, ya que, durante este período de pandemia, logró coordinar junto con la Fundación de Damas Voluntarias y REDIMA (Red de Dispensarios Médicos) acciones de ayuda mediante charlas y atención médica y dotar a los estudiantes de asistencia psicosocial con una red de apoyo para la salud emocional. Es necesario acotar, que las organizaciones son sin fines de lucro y agrupa a 29 dispensarios en las provincias de Guayas y Santa Elena.

Ecuador cuenta con una población aproximada de 17.77 millones de habitantes, según (Clay, 2021), en un estudio realizado sobre el consumo del internet determinó que durante la pandemia del COVID 19 el uso del internet ha aumentado de manera significativa ya sea para uso educativo virtual, teletrabajo o el consumo activo de las redes sociales para distraer al usuario; es necesario mencionar, que una de las redes sociales más utilizada es el Instagram.

En el estudio se concluye que uno de los países latinoamericanos con mayores consecuencias por el COVID 19 es el Ecuador, debido a varias restricciones. Es por ello, que el consumo de las redes sociales como WhatsApp, Facebook, Instagram y Twitter se hizo concurrente entre las personas que necesitan distraerse en algún momento del día. Tanto el Facebook como el Instagram son aplicaciones que tienen como función principal ayudar a los usuarios a compartir información ya sea por medio de fotos o por historias contadas a través de un video. (Del Alcazar , 2022)

La red social Instagram, es una aplicación que tiene como función principal compartir con otros usuarios información a través de fotos y videos, con finalidad de intercambiar historias emotivas que destaquen el contenido inspirador sin necesidad de invertir en infraestructuras o en costos elevados en la elaboración de los videos informativos. Sin embargo, el público consumidor de esta red social cada vez se vuelve más exigente en la elaboración del contenido que se muestra. (El Comercio, 2021)

La plataforma Instagram, en Ecuador se encuentra en tercer lugar dentro del Ranking Redes Sociales Ecuador 2015 (Del Alcazar , 2022); mientras, que entre las edades que van desde 15 a 24 años y de 25 a 34 años ocupa el primer lugar, debido a que según la encuesta 6 de cada 10 personas prefieren ver videos e imágenes en sus celulares que en la televisión. De la misma manera según los datos obtenidos son mujeres las que más utilizan esta red social.

Hipótesis de Mejora

Este PAP, el proyecto comenzó con el desarrollo del Árbol de problemas (Ver Anexo 1), en el que se mencionan los problemas mediatos e inmediatos de la causa estructural, para partir de la problemática percibida y de la investigación documental y de campo, con el fin de definirlos en el marco de actuación y las actividades a realizar.

El problema central de este estudio, y por ende el centro del árbol expuesto en el anexo 1, es que, *las personas no buscan ayuda a tiempo en cuanto a síntomas de salud mental en Guayaquil*. Entre las causas de este problema se encuentra dos fundamentalmente: la primera, es que las personas no buscan ayuda a tiempo; y en la segunda, se identifica que los individuos no le dan importancia a la salud mental por enfocarse en la salud física.

Se considera fundamental estos aspectos para tener en cuenta que, el punto de partida comunicacional es el desconocimiento, tanto de los síntomas de alerta para saber que existe un problema de salud mental, como la del personal que se debe buscar para que sea tratada dicha afección. En ese sentido, se identifica también como causa inmediata el miedo a ser etiquetado como persona enferma.

Ahonda en este problema el desconocimiento de lo que significa salud mental; siendo, un factor específico que podría aprovecharse, con el propósito de dedicar a las diferentes estrategias de comunicación un espacio para informar a la población de otras problemáticas en torno a la salud mental. Del lado de los usuarios, se puede añadir como causa crítica inmediata, la baja presencia en medios digitales de los recursos disponibles para acceder a estos servicios y a la información, que puede ser fruto de que las organizaciones públicas no se concentran en estos temas. De todo esto, se extrae que la causa estructural crítica radica en que, la salud mental no se considera como una prioridad ni para la población ni para el gobierno del Ecuador.

Uno de los efectos de las causas críticas es que *las personas no buscan ayuda a tiempo en cuanto a síntomas de salud mental*, se identifican cuatro efectos inmediatos: el primero, se refiere al incremento del número de personas con trastornos de salud mental en el contexto de la pandemia, lo que dificulta la readaptación a la nueva normalidad. El segundo, no visualiza la verdadera magnitud de esta problemática en la sociedad ecuatoriana; el tercero, es el incremento de problemas y conflictos en los círculos internos; y, el cuarto, es el producto de la falta de conocimiento sobre los síntomas de un problema emocional que debe ser atendido a tiempo.

De todo lo expuesto anteriormente, debido a las capacidades combinadas de los miembros del grupo de trabajo interdisciplinario, se logra abordar la problemática inicial y las circunstancias externas. Este PAP, podría colaborar particularmente en las causas críticas inmediatas y de la no búsqueda de ayuda a tiempo con relación a su salud mental por parte de las personas; mediante, el proceso de elaboración de estrategias digitales de comunicación para que la sean desarrolladas. Logrando obtener mayor accesibilidad e información referente a los síntomas de alerta sobre un problema de salud mental.

Según (Camacho, Cámara, & Cascante, 2020), por más de tres décadas, la aplicación del Enfoque de Marco Lógico (EML), ha sido una herramienta metodológica que ha contribuido en la planificación y gestión de muchos proyectos de desarrollo. En este caso, se observa que la principal causa estructural de “La no búsqueda de ayuda a tiempo referente a la salud mental en presencia de síntomas”, es que esta disciplina está estereotipada y constituye un tabú en Ecuador.

Por ello, al pasar el trabajo a la matriz de marco lógico (Ver Anexo 2), se concluye que la finalidad del proyecto es, contribuir a la disminución de casos de suicidios producto de problemas de salud mental no tratados, surgidos en el contexto de la pandemia; para ello, se

establece el propósito de la matriz, seleccionando aquel que ataca directamente al problema central del árbol: *que las personas busquen ayuda temprana para tratar temas de salud mental.*

En este contexto, se toma, la decisión de generar una nueva estrategia de comunicación digital e informativa, que permita conocer los síntomas de alerta temprana en materia de salud mental. Por medio del aumento de la presencia digital de la información en las redes sociales y el conocimiento sobre los síntomas de alerta temprana se contribuye directamente a reducir las causas críticas inmediatas y a generar interacciones entre los pacientes y los especialistas de la salud mental.

En cuanto a los resultados, son conocidos los síntomas de alerta temprana en materia de salud mental. Este primer componente tiene como objetivo, educar sobre síntomas de alerta temprana en salud mental. Para esto, se desarrolló una estrategia de comunicación digital informativa a través de una plataforma compuesta por un perfil en Instagram y un sitio web, dando la medida de impacto según las métricas de las redes sociales, donde indican, el alcance de cada live, de cada post. (Ver anexo 3).

Una vez identificadas las formas y espacios para obtener información y soporte, se desarrolla el segundo componente, que busca que las personas conozcan dónde, cómo y cuándo recibir ayuda. Para lograrlo, se elaboró una guía con información de profesionales e instituciones, tanto pagas como gratuitas, en el tema de salud mental.

Dicho conocimiento es evidente en las visitas que ha tenido la guía de contactos a través de la página y del link referenciado en el perfil de Instagram, además de que la tabla muestra la cantidad de profesionales y espacios públicos y privados, que se identificaron a través del proyecto objeto de estudio.

Reducido el estigma y miedo de relacionar la salud mental con enfermedad. El tercer componente, persigue contrarrestar el estigma desde el compartir comunitario de experiencias. Donde la estrategia consistió en compartir videos testimoniales de personas mediáticas y no mediáticas, tanto en el perfil de Instagram como en el sitio web, con el fin de encontrar la identificación y empatía de las personas que estén pasando por un problema de salud mental. Y en un intento de llevar el proyecto a instancias mayores, se ha impulsado la recolección de firmas electrónicas para elevar el debate sobre salud mental a la Asamblea Nacional y así, visibilizar el problema para corregirlo.

Asimismo, se realizan entrevistas a diferentes stakeholders (partes interesadas) (Ver anexo 4), para conocer las acciones que se desarrollan alrededor de la problemática de salud mental, antes y después de la pandemia. Los diferentes especialistas, brindaron una visión amplia de cómo la pandemia influyó en diferentes grupos etarios, ya sea por el empeoramiento de un cuadro anterior o por la aparición de síntomas. Dichas partes se muestran de manera específica en la siguiente tabla.

Tabla 2: Stakeholders entrevistados y temáticas a tratar.

PERSONALIDAD	ORGANIZACIÓN A LA QUE PERTENECE	TEMÁTICA A TRATAR
Jorge Guerra	Oficial a cargo del programa de protección de UNICEF-Ecuador	Gestión global de esta ONG y estrategias específicas para Latinoamérica
Nadya Donoso	Directora de Comunicación de CEPAM Guayaquil	Los efectos de la pandemia en la problemática de las mujeres y su salud mental
Psic. Cecilia Viteri	Iniciativa privada de horticultura Mi Semilla	Prevención en temas de salud mental

Fuente: Elaboración propia, 2021

De acuerdo a las opiniones que dieron cada uno de los especialistas entrevistados en las diferentes preguntas sobre los temas a tratar en la tabla anterior se realiza un resumen de las respuestas en cuanto a la importancia, a las acciones a que desarrollan en cada institución. ver anexo

De acuerdo a la misión y objetivo de cada institución con relación a la salud mental de los trabajadores en contexto de la pandemia Covid-19, la mayoría de los entrevistados coinciden en que es necesario recibir terapias de personas especializadas en el área de la salud mental; mientras que la directora de CEPAN, decidió que sus empleados necesitaban trabajar menos horas al día sabiendo que de esta forma lograrían cuidar la salud integral de sus colaboradores.

Por otra parte, la Psicóloga Clínica Cecilia Viteri menciona que, por medio de la terapia de horticultura, se aporta a la salud física haciendo que los nutrientes que ingresan en

el cuerpo logren ayudar a los pacientes que presentan trastornos mentales y que es necesario tener contacto con la naturaleza

Asimismo, se hace referencia de cómo influyó la pandemia en la labor y actividades que realizan cada uno de los empleados y en las consecuencias que resultaron por la pandemia, en varias de las respuestas, siendo la más repetitiva el teletrabajo y específicamente el del director de UNICEF Jorge Guerra, informa que se vio en la necesidad de suspender muchas actividades que realizan en la empresa como consecuencia de que cambiaron las prioridades para cada uno de sus colaboradores.

Mientras que la Psicóloga Clínica Cecilia Viteri menciona que por medio de un grupo de trabajo en facebook de diferentes países, se conozca sobre la horticultura para ayudar en los trastorno de la salud mental en contexto de la pandemia. Mientras que Nadia Donoso realiza Campaña Causa Salud / Aborto Terapéutico y expresa que hay que tomar en cuenta que las mujeres en general, en un estrato social bajo, consideran que la “salud mental” es un lujo. CEPAM cree que es más efectivo y pedagógico hablar de una salud integral

En cuanto a las acciones específicas que están desarrollando en pos de la salud mental, Jorge Guerra, Oficial a cargo del programa de protección de UNICEF-Ecuador, la institución realiza campañas estratégicas digitales sobre la salud mental donde explica qué causa, los efectos que se producen, el personal de apoyo y los beneficio de buscar ayuda de manera temprana.

De acuerdo a lo expuesto por Nadia Donoso, los medios de comunicación en la actualidad son pieza importante para trabajar en temas de la salud mental, debido a que por miedo a ser juzgado evitan ir a un psicólogo presencialmente. La Dra., afirma que las redes sociales son métodos eficaces para enseñar sobre los estigmas relacionados a buscar ayuda de manera temprana.

Reconstrucción Histórica de la Experiencia

Para establecer la reconstrucción histórica de la experiencia individual llevada a cabo, es necesario realizar una síntesis del proyecto que permita establecer y ejecutar las estrategias de comunicación, se describe cómo a partir de la experiencia personal del autor de la estrategia de comunicación digital, se tributa al logro del objetivo integrador del Proyecto multidisciplinario, en el cual se decidió crear una plataforma digital para construir comunidad, brindar apoyo y generar empatía frente a la problemática de salud mental.

La experiencia parte de un grupo de pasos que se fueron necesarios para ejecutar la estrategia de comunicación digital, donde se define el qué se hizo y cómo se hizo de acuerdo

a esta metodología de actuación para este tipo de resultados con el fin de crear identidad con los usuarios que constituyen el público objetivo.

Para desarrollar el proyecto de investigación enfocando en el marco lógico se recopila información sobre los síntomas de alerta temprana por medio de datos estadísticos existentes sobre salud mental en contexto de la pandemia del COVID-19; de la misma manera, se identifican las formas de obtener información de especialista sobre los síntomas a través de entrevistas y revisión bibliográfica para reducir el estigma de relacionarlo con una enfermedad.

La metodología de la investigación es de carácter exploratorio, ya que, por medio de estrategias de comunicación, interacción, posteo, entrevistas y desarrollo de video se informa sobre las alertas de los síntomas de salud mental. Asimismo, se hace uso del enfoque mixto, debido a que en el cualitativo se realizan entrevistas y análisis bibliográficos; y, el cuantitativo permiten conocer los resultados de la recolección y análisis de los informes de las entrevistas y las métricas.

Dentro de los pasos que se abordaron y que figuran en el proyecto multidisciplinario se encuentran desarrollar cada uno de los indicadores donde se debe establecer la identidad de la marca, definir los contenidos a tratar en las redes sociales y realizar la planificación de cada uno.

Selección de la plataforma de interacción social a usar y del público objetivo.

Paso 1: Establecer público objetivo.

Para poder cumplir con las expectativas del proyecto y las estrategias de comunicación digital en materia de salud mental, al público que está dirigido esta investigación y de acuerdo al alcance se limita a la población de Guayaquil; debido a que, desde el punto de vista estadístico, la selección fue no probabilística tanto para la selección de las figuras participantes en los lives, como la delimitación de la población objetiva.

De manera individual, se propone en el ámbito de la comunicación, informar a los hombres y mujeres de entre 15 a 35 años de la ciudad de Guayaquil sobre la salud mental y su importancia para la atención temprana, Debido a los datos recopilados el rango de edades en que se evidenció síntomas de salud mental en contexto de la pandemia y según el Ranking de Redes Sociales son las que más prefieren ver videos e imágenes en sus celulares para mantenerse más informados.

A medida que se comienza la labor de contactar y mostrar el alcance del proyecto Ha-bla-blá, se evidencia una empatía profunda, tanto por parte de las personas mediáticas que

participaron como por parte de las no mediáticas de bajo perfil que quisieron compartir su experiencia con el público.

Dentro del proyecto se evidencia un trabajo, creativo y solidario; motivo por el cual no se limitó estadísticamente la selección de las figuras participantes y se hizo que los participantes compartan públicamente las historias o experiencias vividas debido al impacto social que habían tenido por medio de las redes sociales con todo el mundo

Desarrollar la identidad de marca.

En la actualidad, crear una marca digital no es solo publicar fotos y videos, sino que corresponde a presentar espacios educativos e informativos con el fin de generar más alcance fortaleciendo las relaciones, mostrando las experiencias de personas involucradas en un tema específico. Para establecer la identidad de una marca personal digital se debe establecer el nombre, logotipo, tipografía y la paleta de colores que se va utilizar para que la marca sea reconocida. De la misma manera se realiza la generación de nombres conectados a dicha personalidad y las características visuales de la marca Ha-bla-blá.

Las características de una marca digital deben tener coherencia con relación a lo que se desea exponer, la creatividad y originalidad del nombre de la marca determinará el público al que estará dirigido. Sin embargo, es necesario establecer que los componentes que integran el desarrollo de la marca estén dirigidos a todo público que necesite algún tipo de información.

Crear una marca tiene la finalidad de apostar por un nombre en la plataforma, generar apoyo y brindar empatía a los usuarios que se sienten identificados con algún post que se publique. Según Alex Aldas consultor de marca “Elegir un nombre adecuado es una de las funciones más importantes del marketing y constituye, sin duda, una pieza clave en el proceso de definición de una estrategia de posicionamiento”.

Es por ello, que la marca Ha-bla-blá, es un neologismo que combina el verbo Hablar con la expresión blabla, que al unir estas dos palabras hacen referencia al gesto de hablar y la necesidad de comunicarse para ser escuchados, sin importar el problema en que se encuentran ya sea físico o emocional. La finalidad del nombre Ha-bla-blá es inducir al usuario a no quedarse callados a expresar lo que está sintiendo sin necesidad de ser juzgado.

Una vez establecido el nombre Ha-bla-blá, es necesario determinar el eslogan de la marca con el fin de saber el mensaje corto de lo que quiere informar; es por ello, que se vio la necesidad de enfocarlo a las personas que puedan estar atravesando por problemas de salud mental para que se sientan identificado y puedan buscar ayuda temprana.

Quedando definido ¡La salud Mental Importa!. En cuanto al logotipo de la marca, después de varios diseños quedó determinado el siguiente:

Figura 2: Identidad de la Marca Ha-bla-blá.



Fuente: Equipo de trabajo del proyecto multidisciplinario Ha-bla-blá, 2021

Figura 3: Nombre de la Marca.



Fuente: Equipo de trabajo del proyecto multidisciplinario Ha-bla-blá, 2021

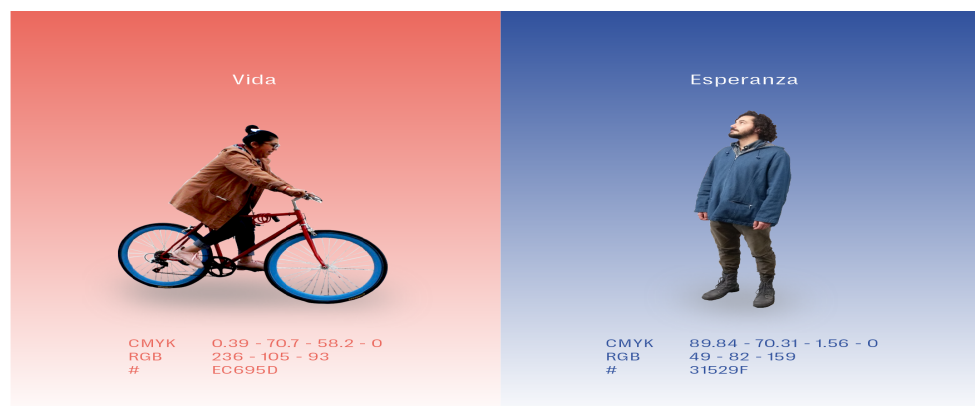
Figura 4: Tipografía de la Marca Ha-bla-blá.



Fuente: Equipo de trabajo del proyecto multidisciplinario Ha-bla-blá, 2021

Para la identidad de la marca, se diseñaron varios formatos que alternan entre los dos colores elegidos por códigos para generar variedad en las comunicaciones; y, diferenciar los pilares de comunicación en redes sociales como contenidos informativos y educativos sobre la depresión y ansiedad. La imagen debía ser poco intrusiva y darle paso al contenido para el uso de las redes sociales. La estrategia principal fue el uso de la plataforma Canvas donde se realizan los diseños y compartirlos en las redes sociales.

Figura 5: Paleta de Colores de la Marca Ha-bla-blá.



Fuente: Equipo de trabajo del proyecto multidisciplinario Ha-bla-blá, 2021

Paso 2: Selección y creación de la red social más óptima para el caso de estudio.

En este paso se valora la opinión de los asesores del proyecto y de la realidad actual en materia de redes sociales, ¿cuáles son las más usadas?, ¿qué uso particular son los más prominentes en cada una de ellas?, ¿dónde se puede compartir mejor este tipo de contenidos?, estas son algunas de las interrogantes que se tuvieron en cuenta para la selección de la red social que se utilizará en el proyecto.

A partir de dicho análisis se concluye que, hoy en día Instagram es una de las redes sociales que maneja mejor este tipo de contenidos y debido a las características que posee se determina que es la más idónea para utilizarla en la estrategia de comunicación; cabe mencionar, que dentro de los múltiples beneficios se encuentra: que es ilimitada, formativa, creativa, gratuita, tiene transparencia en los contenidos, existe interacción con amigos y comunidades.

Por otra parte, se da uso a la web como recurso de interacción, ya que hoy en día, es considerada un indicador de seriedad en el mundo digital; además, sirve como referencia de una marca debido a que de manera continua el usuario está informado de los contenidos o productos que ofrece una empresa. Dentro del caso de estudio, sirve como referencia directa en la socialización de información relacionada a la accesibilidad a profesionales que se dedican al cuidado de la salud mental.

La creación de la cuenta de la red social seleccionada quedó establecida en la plataforma de Instagram que actualmente cuenta con 41 publicaciones y 31.1 mil seguidores. En cuanto a la página web, la dirección electrónica es www.hablabla.ec.

Estrategia de comunicación.**Creación de la plataforma de comunicación.**

El proceso para elegir la plataforma de comunicación se realizó en base a las características de cada red social siendo Instagram y un sitio web los más óptimos para ser utilizados debido a las características y a su fácil manejo de utilización. Dentro de las características principales por la que se eligió fue porque son ilimitadas, gratuitas, recreativas, informativas, interactivas y formativas.

Una vez determinadas las plataformas se procede a establecer el público objeto a la que va a estar dirigida cada una de la información que será publicada sobre la salud mental y su importancia para la atención temprana, se propone en el ámbito de la comunicación, informar a los hombres y mujeres de entre 15 a 35 años de la ciudad de Guayaquil. Debido a

que, según estudios por el Ranking de Redes Sociales en Ecuador, ese rango de edades es el más consumido en la red social (Del Alcazar , 2022) y de que son los más afectados en cuanto la depresión y ansiedad en contexto del COVID 19. (González & Labad, 2020)

Para la creación de la red social Instagram y la página web se siguieron varios pasos donde se consideran la identidad de la marca, los contenidos que se van a publicar, la planificación de contenido y cual es las estrategias de comunicación.

Acciones de la estrategia de comunicación. (Instagram –Web)

El 14 de junio, por medio de la página de Instagram Ha-bla-blá, se publicó un video que alcanzó más de 6.000 likes y 22.000 seguidores en aproximadamente 24 horas. La inesperada respuesta de los usuarios, que se sumaron a la red en este tiempo récord, tomó al equipo de trabajo por sorpresa, sin las herramientas necesarias para dar las respuestas adecuadas a la cantidad de mensajes que llegaban solicitando distintos tipos de ayuda. Con la guía de tutores, se decidió hacer privada la cuenta para analizar todo, buscar asesoría profesional y mejorar la estrategia.

Con relación al problema suscitado en cuanto a la aceptación de los usuarios y debido a las múltiples dudas se consideró necesario realizar consultas a profesionales en el área de la salud mental y así mismo a otros docentes de la Universidad Casa Grande, para obtener la dirección correcta de las acciones a tomar en cuanto al tipo de información que se debería publicar en las redes sociales,

La finalidad de obtener información, no solo por parte de los tutores y de los profesionales de la materia; sino, también de los docentes de la universidad, para saber de qué manera proceder a responder los comentarios de manera oportuna sin dejar ningún tipo de dudas en los usuarios.

Por lo antes descrito, se enfatiza en comunicar que Ha-bla-blá es una plataforma de información, especificando en la biografía del perfil, que tiene como descripción “Plataforma de información sobre salud mental: Datos útiles que permiten buscar ayuda a tiempo”; además, cuenta con el link para acceder a la página web donde se encuentran las guías de información de los profesionales.

Otras de las acciones de la estrategia de comunicación digital, está acompañada del desarrollo de un sitio web, con el fin de darle acceso de forma sistemática las 24 horas del día a los usuarios sobre la información disponible en la guía, el equipo de ayuda, así como otros temas de interés con respecto a la salud mental. La interfaz del sitio web está enfocada de manera amigable en 4 apartados, con el fin de no complicar la experiencia de interacción al

usuario, que viene en búsqueda de información sobre un tema que afecta las emociones y por ende la información debe estar a la mano y fácil acceso.

El sitio www.hablable.ec se publicó el 13 de julio en la plataforma de páginas web, Wix. En el primero y en el segundo apartado se encuentran la información y las guías de los profesionales de salud mental en Pdf y online. En el tercer apartado se encuentra el website oficial y por último se encuentra la petición de firma donde se explica que esta iniciativa surge de un PAP de la Unidad de Profesionalizantes de la Universidad Casa Grande y se invita a los distintos profesionales de salud mental a sumarse a la guía, que puede ser visualizada y descargada desde el sitio web.

Cabe mencionar, que la petición de firmas se encuentra en pausa debido a que aún no alcanza el número límite de 1000 firmas para que logre ser tendencia en la plataforma de información; hasta el momento, el número de peticiones es más del 50% llegando a recaudar 517 firmas.

Es necesario mencionar que en el apartado de Website oficial, consta de siete espacios de interacción en la barra menú, uno destinado a describir la iniciativa de Ha-bla-blá de manera general y de los espacios de interacción con los usuarios que se denota como la sesión e inicio. Otro espacio es el Blog, donde se publican contenidos referentes a temáticas abordadas de forma dinámica y sintética por múltiples especialistas. El espacio “Acerca de”, describe la iniciativa de manera breve dando la opción de registrarse para formar parte de la comunidad de apoyo que se puede formar a través de la plataforma.

El espacio “Contáctanos”, permite acceder a la información del usuario con el fin de interactuar con el equipo del proyecto, obtener información y ayudar a enriquecer la plataforma, con el fin de ir evolucionando y brindando el material cada vez más preciso. Otro aspecto tratado y reflejado en la barra de menú, es la “Guía de Profesionales”, se detallan las guías de profesionales que se desenvuelven en este campo y las organizaciones que atienden estas temáticas, los precios que maneja cada uno de los profesionales y la información personal como: perfil, dirección, número de contacto, redes sociales y precios. (Ver Anexo 5) y (Ver Anexo 6)

Otra de las pestañas de la web incluye “Equipo”, conformado principalmente por los líderes fundamentales del proyecto integrador, quienes constituyen la imagen de la plataforma; tanto, desde su posición como futuros profesionales relacionados con la temática objeto de estudio y otros casos de figuras mediáticas, que impulsan la confiabilidad de la plataforma como una vía segura para interactuar.

La última pestaña es la de “Login”, en la cual se puede registrar en la plataforma el usuario, incluyendo los datos mínimos, para decidir formar parte de la comunidad y tener mayor acceso a la información que se comparte, así mismo tienen la opción de acceder directamente al perfil de Instagram con el fin de optimizar recursos y mejorar la accesibilidad de los usuarios a la información que circula tanto en forma de post, como en contenidos publicados en la web, ya sean lives, blogs, etc...

Se encuentra habilitada la red social del proyecto en Instagram con el usuario @hablaba.ec desde el 12 de julio, cuenta con una cantidad de 33 mil seguidores, en la que se ofrece servicios de charlas, testimoniales, tips e información educativa. De acuerdo con *Linktree*.

La estrategia de comunicación se realiza a través de medios digitales, específicamente en la red social Instagram. Se creó la cuenta de @hablaba.ec que está dirigida a usuarios en general, pero con mayor inclinación a hombres y mujeres entre 15 y 35 años, sin importar cual sea su ocupación (estudiantes de bachillerato, tercer nivel, emprendedores, trabajadores dependientes, o amas de casa). Se detalla que es este público a quien va dirigido; ya que, son quienes más utilizan este tipo de plataformas y también por los resultados que arrojaron las investigaciones del apartado “antecedentes y contexto de la experiencia”.

Se realizaron publicaciones con información sobre los pilares (educativo, informativo y persuasivo) para realizar las estrategias de comunicación (creación de la plataforma, planificación de contenido para compartir y el alcance), que fueron previamente consultados con el equipo de guías profesionales que colaboraron de manera gratuita con este proyecto. En un inicio se explica de manera sencilla a través de una de las primeras publicaciones en Instagram cuál es el concepto de Salud en general de acuerdo a la OMS. Luego, de manera gradual se plantea cada tema de acuerdo a lo que los especialistas desde sus áreas consideraban lo más relevante a tratar tomando en cuenta lo que demandaba mayor atención en sus consultas.

Asimismo, se les da importancia a todos los comentarios del primer Reel que se publicó con información de la cuenta y los temas a tratar, ya que la audiencia de manera natural expresó los contenidos de los temas que querían que se aborden. Así, se llegó a tratar temas como las situaciones que se asocian con la mala salud mental, la ansiedad, la depresión, el duelo, el lenguaje que se usa para comunicarnos, entre otros, que fueron avalados por estos especialistas. También se llegó a la audiencia a través de transmisiones en vivo con diferentes profesionales invitados, que se sumaron como apoyo a la plataforma.

Tabla 3: Temas abordados en las publicaciones.

Post	Avalado por:	Fecha de publicación 2021	Alcance
Concepto de salud.	OMS	5 de julio	17117
Situaciones asociadas a la mala salud mental.	OMS	7 de julio	23654
Síntomas de ansiedad.	Dra. Paula Vernimmen	9 de julio	47983
Síntomas de depresión.	Dra. Paula Vernimmen	11 de julio	14866
Hábitos para mantener el equilibrio físico, mental y espiritual.	Psic. Raysa Piedrahita	14 de julio	28018
El poder del Lenguaje	Mstg. Coach Maru Loor	16 de julio	9789
El Duelo	Psic. Jineth Solano	27 de julio	23544
Cómo sobrellevar el duelo	Psic. Jineth Solano	2 de agosto	14873

Fuente: Proyecto del equipo multidisciplinario, 2021.

De igual manera, se contó con la participación extra de personajes mediáticos como los actores Erika Vélez y Alex Vizuite quienes fueron invitados a compartir un mensaje desde su propia vivencia relacionada a la salud mental; ambos, aseguraron haber atravesado por episodios de ansiedad. También, fue invitada a una transmisión en vivo Úrsula Strenge psicóloga clínica y magister en terapia familiar sistémica, quien goza de la credibilidad y aceptación del público ecuatoriano, para hablar desde su experiencia sobre el tema mindfulness.

Así mismo, se compartió el video testimonial de una persona no mediática (Gino Chiang de 30 años) que se atrevió a contar su experiencia haciendo terapia psicológica. Al mismo tiempo, en el que a través de interacciones con nuestra comunidad se invitó a la descarga de nuestra guía de ayuda profesional que tuvo una buena respuesta de la audiencia. Sumando cada acción, se logró crear la plataforma, planificar y compartir el contenido sobre la salud mental para llegar al público con un mensaje principal sobre lo importante que es buscar ayuda profesional a tiempo.

Es necesario que la frecuencia en que se hagan los post sea de forma directa o de manera instantánea brindando información que ayude a que los seguidores se sientan identificados con lo publicado. Cabe resaltar que los pilares (educativo, informativo y persuasivo), constituyen los ejes fundamentales de la comunicación en el desarrollo del

proyecto, se pueden encontrar: Noticias por medio de fotos o videos, guías de profesionales, testimonios, stories y lives.

Figura 6: Post de contenidos de Redes Sociales.



Fuente: Proyecto del equipo multidisciplinario, 2021.

Planificación de contenidos.

La planificación de los contenidos en Instagram y en el sitio Web, se deben realizar en función de cuatro pilares (educativo, informativo, persuasivo y de sensibilidad); es decir, que por medio de consejos, textos y videos testimonios de personas que hayan sufrido de algún síntoma en cuanto a la salud mental invitan a las personas a buscar ayuda profesional de manera temprana.

Figura 7: Cronograma de trabajo inicial.

MAYO	JUNIO				JULIO			
10 DÍAS PRE-PRODUCCIÓN	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 5	SEM 6	SEM 7	SEM 8
V21 - D30	L31 - D6	L7 - D13	L14 - D20	L21 - D27	L28 - D4	L5 - D11	L12 - D18	L19 - D25
						J8 - PREGRADO		
PREPARACIÓN	EXPECTATIVA	LANZAMIENTO			MANTENIMIENTO			
<ul style="list-style-type: none"> Mapeo de stakeholders para información a postear y nutrir base de datos para la guía. Creación e implementación de página web y perfil de IG. Diseño e implementación de TEST exploratorio (qué saben de salud mental, síntomas de alerta temprana más comunes y reacciones más frecuentes). Organización de contenidos a modo de escala: salud integral – salud mental – síntomas – prevención. Desarrollo de cronograma con presupuesto de posts orgánicos y con pauta. 	<ul style="list-style-type: none"> Post diario en I.G. con información sobre salud (integral, mental, síntomas de temprana alerta, prevención). Publicaciones en web que amplían la información de I.G. Videos informativos con profesionales en Psicología, Psiquiatría, Neurología y Sociología sobre el impacto de la salud mental en todos los aspectos de la vida diaria. IGTV y ampliación en web. Historias en I.G. informando sobre la existencia de la web. Test exploratorio colgado en web. 	<ul style="list-style-type: none"> Alojamiento de guía informativa en formato PDF en la web. Envío semanal de encuesta a quienes descargaron la guía (utilidad, mejoras). Envío semanal de encuesta a profesionales que aparecen en guía (resultados, usos). Posts promocionando la descarga de la guía (visita a la web). 3 posteos semanales en IGTV con testimonios de personas mediáticas sobre salud mental. Información ampliada en web. Historias de I.G. invitando a las personas a compartir sus experiencias sobre el tema. Inicio de pauta en I.G. 			<ul style="list-style-type: none"> Se mantienen 3 posteos semanales. Se incluyen videos de testimonios de personas con problemas de salud mental y sus familiares/amigos. Entrevista a personas que hayan compartido su testimonio (dos semanas después del post). Posteo de videos con fragmentos de entrevistas. Información más ampliada en web. Pauta en I.G. Desarrollo de audio de 1min para TikTok basado en historias de los videos (plataforma complementaria). Monitoreo diario de redes. Informes semanales con distintas métricas. Acercamiento a ONG con resultados del proyecto para asegurar la sostenibilidad de la iniciativa. Recolección de 10.000 firmas. Presentar propuesta a Defensoría del Pueblo para que emita criterio y eleve solicitud de revisión de Proyecto de Ley Orgánica de Salud Mental a AN. 			

Fuente: Elaboración propia, 2021

Cabe señalar, que la planificación de contenidos inicialmente se estableció en un plazo determinado por ocho semanas; sin embargo, debido al video introductorio los seguidores aumentaron a 22 mil en menos de 24 horas obligando a reducir el tiempo de proyección a 5 semanas.

Figura 8: Cronograma de trabajo final.

JULIO				AGOSTO
SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 5
L5 - D11	L12 - D18	L19 - D25	L26 - D1	L2 - D8
	MI14 - PREGRADO			
<ul style="list-style-type: none"> Posteos con información sobre salud mental, pasando un día y con aval de profesionales. LIVE semanal (domingo). Monitoreo diario de redes. 	<ul style="list-style-type: none"> Se mantienen posteos informativos, pasando un día. Alojamiento de guía profesionales en la web, con posts e historias promocionándola. Publicación del sitio web, con información más ampliada. Monitoreo diario de redes. LIVE semanal (domingo). Petición en change.org para la recolección de firmas en apoyo a la visibilidad de la salud mental. 	<ul style="list-style-type: none"> Se mantienen posteos informativos, pasando un día. Posteo de 3 videos testimoniales de personas con problemas de salud mental y sus familiares/amigos. 2 LIVES semanales. Historias promocionando tanto la guía de profesionales como los artículos de interés en el sitio web. Pauta en I.G. de videos testimoniales. Monitoreo diario de redes. Informes semanales con distintas métricas. Historias promocionando la petición de firmas para visibilizar la salud mental. 	<ul style="list-style-type: none"> Se mantienen posteos informativos, pasando un día. Posteo de 3 videos testimoniales de personas con problemas de salud mental y sus familiares/amigos. 2 LIVES semanales. Historias promocionando tanto la guía de profesionales como los artículos de interés en el sitio web. Pauta en I.G. de videos testimoniales. Entrevista a personas que hayan compartido su testimonio (una semana después del post). Posteo de videos con fragmentos de entrevistas. Información más ampliada en web. Desarrollo de audio de 1min para TikTok basado en historias de los videos (plataforma complementaria). Monitoreo diario de redes. Informes semanales con distintas métricas. Historias promocionando la petición de firmas para visibilizar la salud mental. Acercamiento a ONG con resultados del proyecto para asegurar la sostenibilidad de la iniciativa. 	<ul style="list-style-type: none"> Se mantienen posteos informativos, pasando un día. Posteo de 3 videos testimoniales de personas con problemas de salud mental y sus familiares/amigos. 2 LIVES semanales. Historias promocionando tanto la guía de profesionales como los artículos de interés en el sitio web. Pauta en I.G. de videos testimoniales. Entrevista a personas que hayan compartido su testimonio (una semana después del post). Posteo de videos con fragmentos de entrevistas. Información más ampliada en web. Uso y promoción de audio de 1min para TikTok basado en historias de los videos (plataforma complementaria). Monitoreo diario de redes. Informes semanales con distintas métricas. Historias promocionando la petición de firmas para visibilizar la salud mental. Acercamiento a ONG con resultados del proyecto para asegurar la sostenibilidad de la iniciativa.

Fuente: Elaboración propia, 2021

El primer posteo se realizó el 14 de junio del 2021, donde se publicó un video con información sobre la cuenta y alcanzó más de 6.000 likes y 31.100 seguidores en

aproximadamente 24 horas. Dentro de los aciertos se determinó, el aumento de 22000 seguidores y alcance obtenido, además de los comentarios favorables con relación a la iniciativa. Es necesario acotar, que antes de lanzar el video promocional Alejandra Jaramillo detalla el contenido informativo de la cuenta se contaba con 9100 seguidores

Conjuntamente con la respuesta de la audiencia a los primeros posts, los tutores del proyecto y especialistas en el área de la salud mental, se establecieron las temáticas más demandadas a nivel nacional, el tipo de interacción que se debe establecer y el medio por donde sería publicado la información ya sea a través de un live, post, reel, etc...

Es necesario acotar que, a pesar de haber obtenido buena aceptación por parte de los usuarios, se presentaron desaciertos y errores en el enfoque de la comunicación inicial como el tipo de cuenta y la redacción de lo que se pretendía con la iniciativa Ha-bla-blá, lo que repercutió en un mal manejo de respuesta a los 254 comentarios sobre las inquietudes de los usuarios que interactuaron.

Los resultados de la aplicación de la estrategia de comunicación durante las 5 semanas del proyecto se ven reflejados en la siguiente tabla:

Tabla 4: Resumen de resultados del proyecto julio-agosto 2021.

FECHAS	SEMANA	POST INFORMATIVO	TRANSMISIÓN EN VIVO	CUENTA CON VIDEO IGTV	SEGUIDORES GANADOS
05-11 Julio	1	4	1	1	3433
12-18 Julio	2	3	1	1	2648
19-25 Julio	3	2	1	1	1205
26-01 Agosto	4	2	1	0	2131
02-08 Agosto	5	1	1	1	1622
Totales	5	12	5	4	11039

Fuente: Métricas de Instagram. (2021)

La participación de profesionales en la generación de los contenidos es de mucha ayuda, ya que, durante las cinco semanas, se han realizado cinco transmisiones en vivo, de las que solo quedan evidenciados 4 videos realizados en la plataforma IGTV. En la Tabla anterior, se observan las métricas de los videos en IGTV que se comparten después del Live.

Se puede observar que el posteo sobre los síntomas de la ansiedad ha sido el que más alcance ha logrado. Y de acuerdo con la investigación y el monitoreo en la cuenta, la ansiedad es uno de los problemas de salud mental más comunes. Debido a la acogida de este tema, la semana siguiente se trató el tema de la “Ansiedad en Pandemia” en el Live con la Psic. Cecilia Viteri.

Las métricas dan la evidencia de los contenidos que interesan a los usuarios y ayudan a la planificación de contenidos posteriores, existen otros factores a tener en cuenta, como coincidencia con otros eventos, los días en que se realizan los posteos etc..., pero para los efectos iniciales de esta estrategia, se valoraron las métricas de Instagram. Estas métricas indican que la Psic. Cecilia Viteri tuvo buena acogida por los usuarios; por esta razón, se la invitó para colaborar en otro Live posterior.

Tabla 5: Videos en IGTV de transmisiones en vivo con profesionales en salud mental.

INVITADO	FECHA	LIKES	COMENTARIOS	REPRODUCCIONES	ALCANCE
Dra. Paula Vernimmen	11 /07	188	12	3809	8925
Psic. Cecilia Viteri	18/07	3480	153	201705	514798
Máster Coach Maru Loor	22/07	1908	55	15844	23981
Psic. Juan Felipe Calderón	5/08	6152	148	178144	405550

Fuente: Métricas de Instagram. (2021)

En la siguiente tabla, se puede observar la interacción durante las transmisiones en vivo. El alcance es bastante similar; sin embargo, los dos Lives con menos espectadores simultáneos no tenían un interlocutor mediático. Alejandra Jaramillo fue la entrevistadora en los Lives con más espectadores simultáneos, más comentarios y más veces compartidos.

Tabla 6: Transmisiones en vivo con profesionales en salud mental.

Invitado	Alcance	Máximo de espectadores simultáneos	Comentarios	Número de veces compartido
----------	---------	------------------------------------	-------------	----------------------------

Dra. Paula Vernimmen	1452	150	61	8
Psic. Cecilia Viteri	1648	216	418	63
Máster Coach Maru Loor	1990	277	616	22
Psic. Jineth Solano	1714	78	138	4
Psic. Juan Felipe Calderón	1480	264	400	22

Fuente: Métricas de Instagram, 2021.

Esta información, además de las métricas mencionadas anteriormente, muestra que los usuarios prefieren caras conocidas ya que sienten mayor clima de confianza. Hay una buena interacción con el contenido pero las participaciones de personas mediáticas, gente con la que se identifican y que sienten cercana, los conecta, personas que son reconocidas ya sea a nivel local como nacional, eso despierta interés en el mensaje que tienen para decir, y de alguna manera capta la atención del usuario, aprovechando la imagen pública de la figura mediática se logra conectar con más usuarios que puedan estar necesitando la información que se brinda en la iniciativa objeto de estudio.

Tabla 7: Videos testimoniales posteados.

Testimonio	Reproducciones	Likes	Comentarios	Compartido	Guardado	Interacciones
Erika Vélez	45110	6217	57	273	406	3483
Gino Chiang	6652	649	19	20	14	177
Alex Vizquete	349465	8550	115	791	363	482

Fuente: Métricas de Instagram, 2021.

Análisis e interpretación crítica de la experiencia individual.

Partiendo de todos los componentes del marco lógico, que consisten en dar a conocer síntomas de alerta temprana en materia de salud mental, informar sobre espacios y profesionales a quienes acudir en caso de necesitar ayuda y contrarrestar el estigma en torno

al tema de salud mental, se le pretende dar cumplimiento con el uso de una metodología con enfoque mixto donde se consideran los datos cualitativos y cuantitativos.

Con el fin de lograr, de cierta manera, evaluar el impacto de la herramienta propuesta en la sociedad objeto de estudio, desde el punto de vista metodológico y cumpliendo con las necesidades que se persigue en el proyecto interdisciplinario.

Para dar a conocer a la comunidad una plataforma informativa en la temática de salud mental, se establecen un conjunto de pasos que constituyen la metodología para recopilar la información, analizarla y decidir, cuál es la estrategia a seguir de manera más óptima. Cabe destacar, que impulsar el uso de la plataforma Ha-bla-blá en la población se encuentra en el marco de la estrategia de comunicación digital en cuanto a la sistematización individual.

La metodología utilizada está compuesta de un grupo de fases de las cuales se deslindan un conjunto de requerimientos, basados en las recomendaciones obtenidas por profesionales en la rama de la temática objetivo de estudio y en los tutores del proyecto.

Establecer el perfil en Instagram y en el sitio web.

El perfil, tanto del sitio web y de la cuenta en Instagram, se crea de acuerdo a la investigación realizada, donde se determina que la red social Instagram era la mejor herramienta de información para llegar al grupo objetivo determinado en el proyecto. Es decir, que la cuenta es el mejor canal para comunicar los diferentes mensajes que Ha-bla-blá tiene para los guayaquileños. En la red social Instagram, el perfil está compuesto por la biografía, reel, video y la sección de etiquetados.

Figura 9: Perfil de Instagram.



Fuente: Elaboración propia, 2021

Mientras que para acceder al sitio web también se ingresa por medio del www.hablabla.ec que está anexado en la biografía de la cuenta de Instagram, donde se

encuentran cuatros apartados que ayudan a estar más informados sobre la salud mental. A continuación, se enumeran cada uno:

1. Guía gratuita de profesionales de salud mental. (PDF DESCARGABLE)
2. Guía gratuita de profesionales de salud mental. (ONLINE)
3. HA-BLA-BLÁ Website oficial.
4. ¡Firma para que se considere a la salud mental como POLÍTICA DE SALUD PÚBLICA!

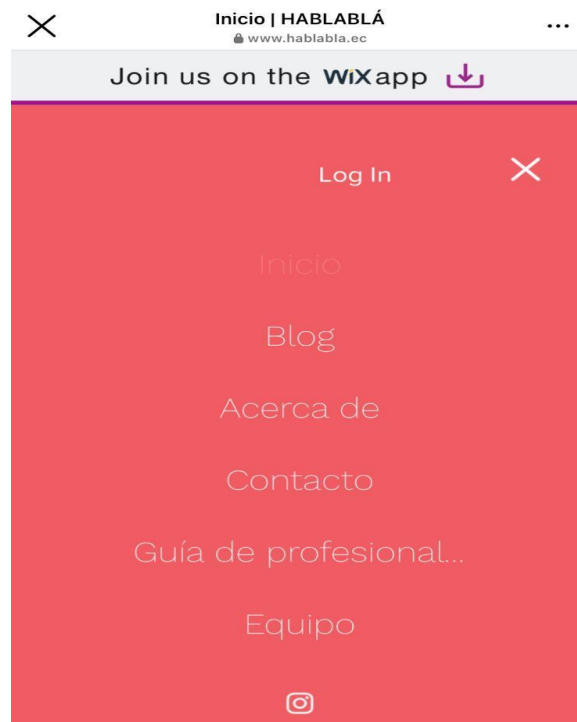
Figura 10: Perfil del Sitio Web.



Fuente: Elaboración propia, 2021

Es necesario mencionar que en el apartado Website oficial también se despliega un perfil de 5 pestañas con más información detallada de la cuenta Ha-bla-blá.

Figura 11: Perfil del Website Oficial.



Fuente: Elaboración propia, 2021

Planificación de contenido.

La planificación final de contenido se concretó en cinco semanas, donde quedó establecido los parámetros a seguir para compartir información a los usuarios en tiempos determinados. Con la finalidad de no tener ningún inconveniente con los tiempos y horarios disponibles de los especialistas en cuanto a la salud mental en contexto del COVID 19 y durante la selección del contenido de la plataforma.

A continuación, se detallan algunos de los aspectos que se consideraron durante la planificación de contenido:

1. Selección de los profesionales en cuanto a la enfermedad de la salud mental.
2. Selección de personas mediáticas y no mediáticas para compartir testimonios.
3. Videos testimoniales de personas con problemas de salud mental
4. Fotografías con mensajes alusivos a la enfermedad de salud mental
5. Posteo pasando un día
6. Monitoreo a diario de las redes
7. Posteo con fragmentos de entrevistas
8. Live semanal (domingos)

9. Transmisiones en vivos dando charlas de información

Ya establecido y programado el calendario de contenido se procede a desarrollar cada uno de lo establecido en el calendario de actividades de contenido, esto se realiza de manera organizada que cumpla con todas las expectativas de los usuarios con la finalidad que a lo largo de las semanas queden pendientes con la información que se pretenda publicar en los próximos días.

La estrategia de comunicación es uno de los puntos más importantes a desarrollarse puesto que el diversificar la información de manera estratégica logrará que la audiencia prefiera consumir la información publicada; es importante, saber el contenido y los temas que se impartirán y a quien va a ser dirigido. Es necesario mencionar que el contenido se realizará por medios de vídeos, fotografías y live.

Todos los temas que se traten con cada uno de los profesionales y la información que se publican están asociadas directamente a las enfermedades de salud mental que se desarrollan en contexto del COVID 19, y su vez permita que los usuarios que se sientan identificado y que experimenten algún episodio de ansiedad, depresión entre otros síntomas no dude en expresar lo que está sintiendo si miedo a ser juzgado.

En cuanto a la estrategia de comunicación del sitio web se estableció que estará compuesta por contenido informativo dependiendo de cada acción estratégica; es decir que, en cuanto a la Guía de profesionales de salud mental, se realiza de manera gratuita por medio de un archivo descargable en formato en PDF. Mientras que el segundo apartado la guía de profesionales es ONLINE.

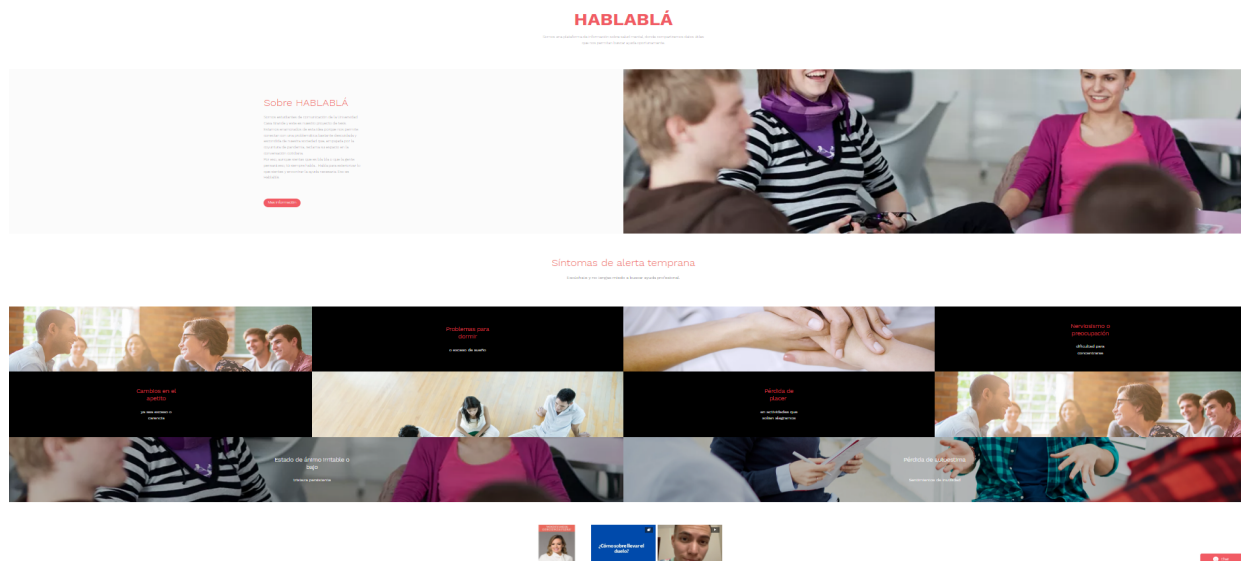
Figura 12: Guía de profesionales PDF y ONLINE.

The figure displays two versions of a mental health professional guide. On the left is a PDF document titled "GUÍA DE INSTITUCIONES DE SALUD MENTAL" with a red header and blue background. It lists contact information for USEM (Unidad de Salud Emocional Municipal) in Guayaquil, including specialists like Gino Escobar Tobar, César Rosales Mazzini, and Sandra Altamirano. On the right is a screenshot of the online version of the guide, titled "Guía de Profesionales en Salud Mental", which is updated as of July 2021. The online version features a grid layout with icons for Institution, Specialists, Services, Direction, and Contact page.

Fuente: Elaboración propia, 2021

El perfil del apartado Website oficial cuenta con 5 pestañas que están constituidas con información sobre el contenido claro de los temas relacionados a la salud mental como la ansiedad, depresión, buscar ayuda temprana, entre otros. Cada una cuenta con información específica de lo que se necesita saber; es decir, que en Inicio se encuentra toda la información sobre el objetivo de la página Ha-bla-blá.

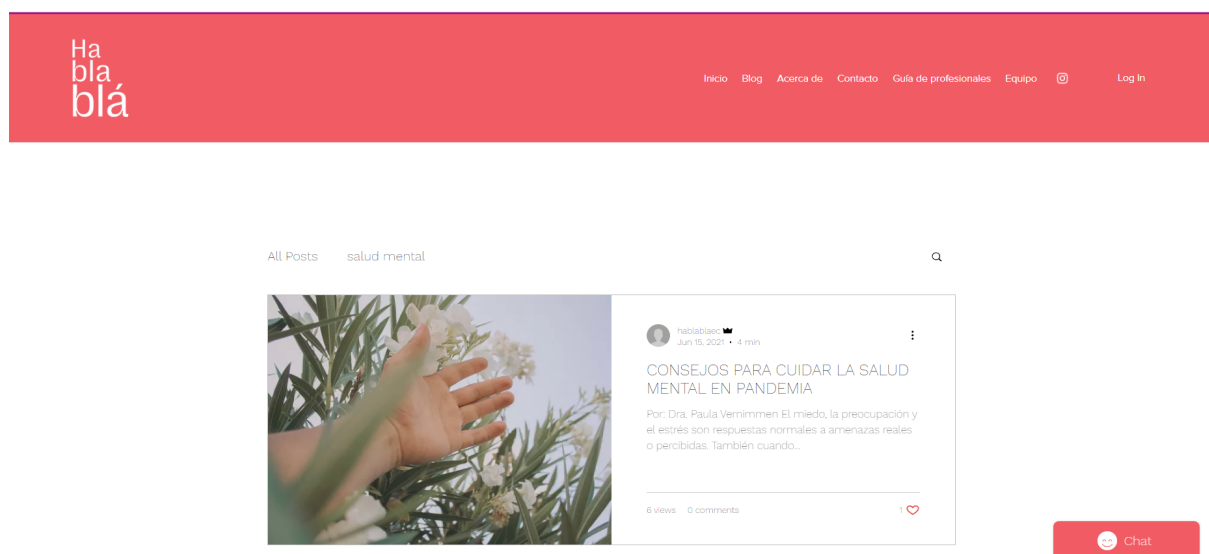
Figura 13: Inicio.



Fuente: Elaboración propia, 2021

En la pestaña siguiente se encuentra “Blog”, que es una interfaz donde se encuentra información sobre consejos para cuidar la salud mental.

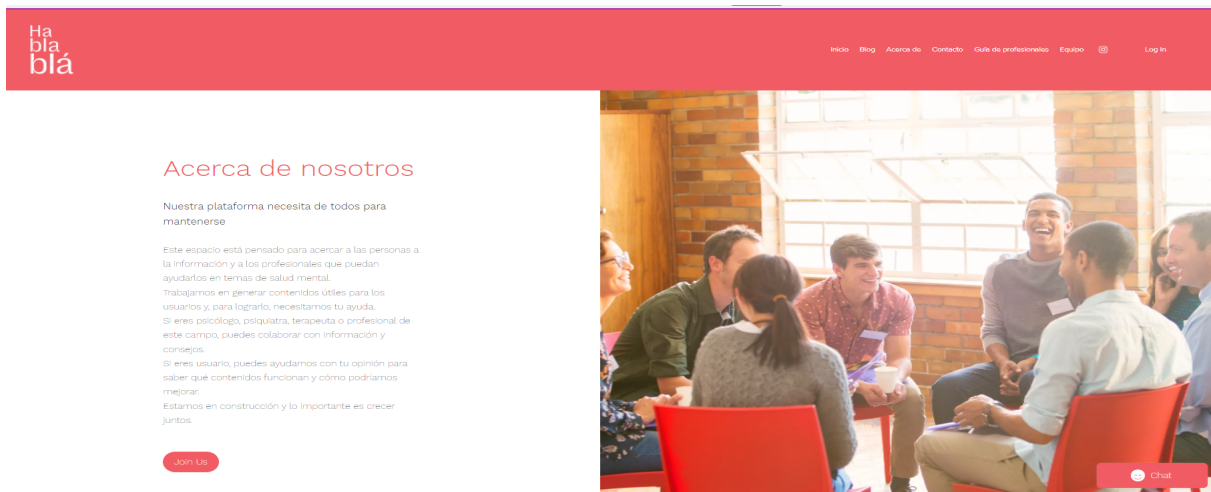
Figura 14: Blog.



Fuente: Elaboración propia, 2021

La pestaña “Acerca de nosotros”, cuenta con información de cómo se realizó la iniciativa de crear una cuenta informativa y educativa sobre la salud mental en contexto del COVID 19.

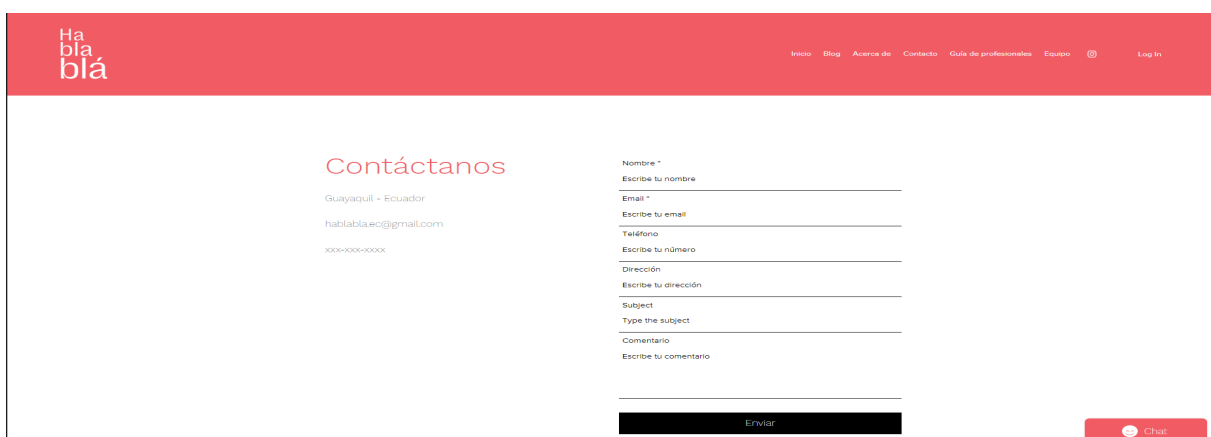
Figura 15: Acerca de nosotros.



Fuente: Elaboración propia, 2021

Asimismo, la pestaña de “Contáctanos”, sirve para realizar el registro de los usuarios que quieran inscribirse y accedan a que les llegue información sobre la cuenta y sobre los temas que se publican.

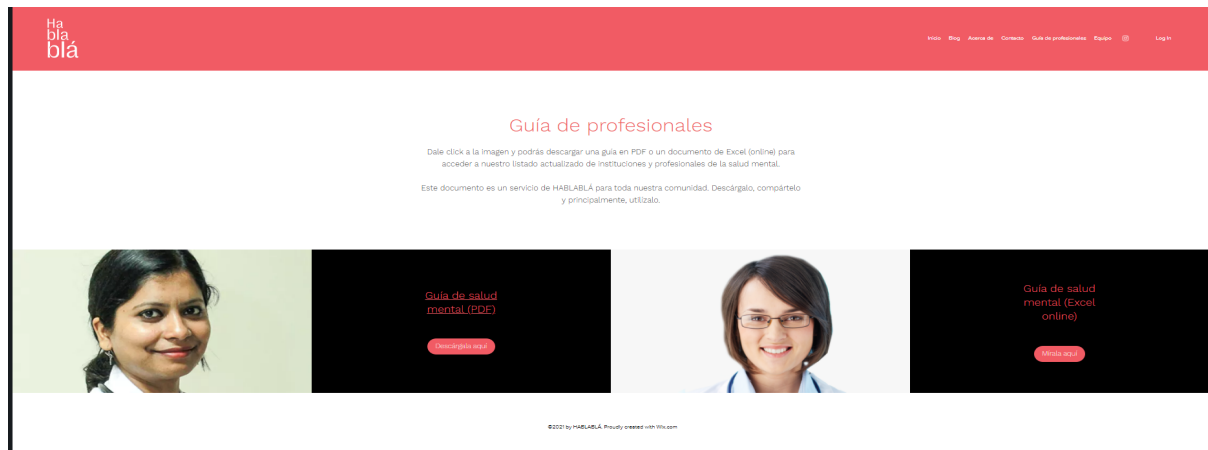
Figura 16: Contáctanos.



Fuente: Elaboración propia, 2021

Uno de los interfaces es la “Guía de profesionales”, donde se muestra el perfil, las características y las especialidades de cada uno de ellos: así como la dirección, correo, teléfono y el usuario de la cuenta de Instagram.

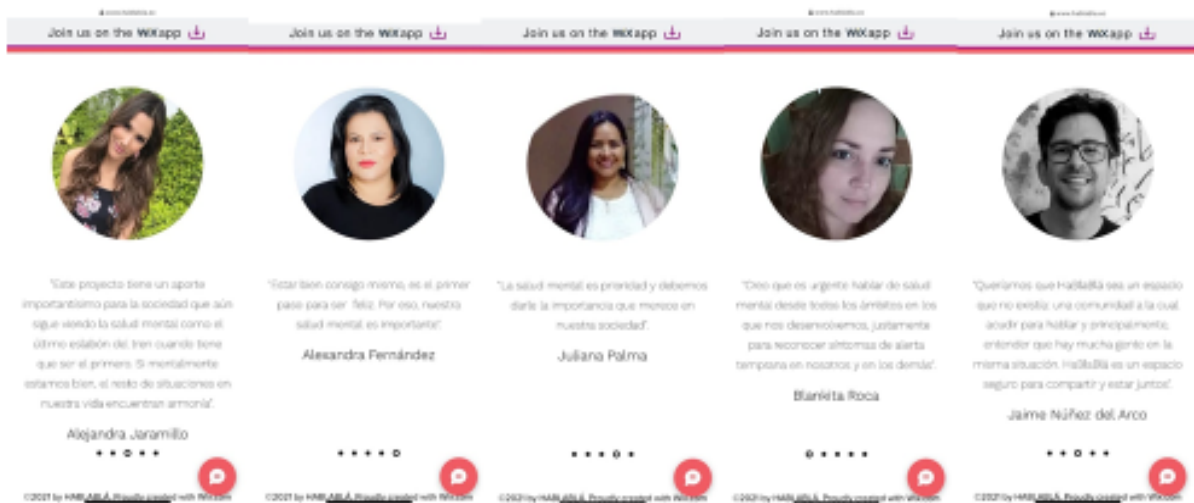
Figura 17: Guía de Profesionales.



Fuente: Elaboración propia, 2021

Y, por último, se encuentra “Equipo”, es donde se encuentran los nombres y características de cada uno de los integrantes que colaboraron para la creación de la cuenta y de los contenidos que serán compartidos en el transcurso del tiempo. Es necesario mencionar, que en esta sección cada uno de los integrantes deja un mensaje enriquecedor sobre la importancia de buscar ayuda temprana sobre los problemas de la salud mental en contexto del COVID 19.

Figura 18: Equipo.



Fuente: Elaboración propia, 2021

El último apartado del sitio web anexo en la biografía es la ¡Firma para que se considere a la salud mental como POLÍTICA DE SALUD PÚBLICA! El fin de realizar esta estrategia de comunicación es lograr reconocer la salud mental como prioridad en políticas de la salud pública.

Figura 19: Firma de Petición.



Fuente: Elaboración propia, 2021

Contenidos compartidos y su alcance.

Tabla 8: Temas tratados por videos y fotografías.

TEMAS	LIKE	COMENTARIOS	ALCANCE	RENVIADOS	LINK
¿Qué es el duelo?	1196	29	24529	188	Ver Anexo 9
¿Cómo sobrellevar el duelo?	669	12	16478	68	Ver Anexo 10
10 hábitos para mantener el equilibrio físico mental y espiritual	2938	23	28582	800	Ver Anexo 11
Síntomas de depresión.	793	27	15210	81	Ver Anexo 12
Síntomas de ansiedad.	5617	304	48168	1258	Ver Anexo 13
Situaciones que se asocian con la mala salud mental	1626	53	23932	241	Ver Anexo 14
Hábitos para mantener el equilibrio físico mental y espiritual	2938	23	28582	800	Ver Anexo 15

Fuente: Elaboración propia, 2021

Tabla 9: Temas tratados por live.

TEMA	ESPECIALISTA	REPRODUCCIONES	ALCANCE
Salud mental en pandemia	Dra. Paula Vernimmen	4132	9495
Salud mental	Psicóloga clínica Cecilia Viteri	204 mil	517206

Poder del lenguaje	Coach Maru Loor	16.9 mil	25192
Depresión	Psicólogo clínico Juan Calderón	213 mil	442666
Aprender a vivir con la ansiedad	Psicóloga Cecilia Viteri	3115	6786
Mindfulness conciencia plena	Psicóloga Úrsula Strengch	157 mil.	384291

Fuente: Elaboración propia, 2021

Tabla 10: Estigmas de la salud mental testimonio.

NOMBRE	REPRODUCCIONES	COMENTARIOS	ALCANCE	LINK
Gino Chiang	7820	20	17023	<u>Ver anexo 16</u>
Alex Vizuite	357157	118	503995	<u>Ver anexo 17</u>
Erika Vélez	47571	58		<u>Ver anexo 18</u>

Fuente: Elaboración propia, 2021

Temas tratados en Website Oficial:

- Los efectos de la pandemia en la problemática de las mujeres y su salud mental.
- Efectos de la pandemia en el consumo de sustancias y salud mental.
- Prevención en temas de salud mental.
- Problemas de salud mental más comunes en contexto de pandemia, además de sus causas y efectos.

Evaluaciones

Las redes sociales en la actualidad son estructuras desarrolladas en internet que se usan para conectarse con personas creando relación entre un individuo y otro, por medio de una plataforma ya sea Twitter, Facebook, Tik Tok, Instagram entre otros. De la misma manera sirve para compartir conocimientos, opiniones y pensamientos mediante videos o imágenes, logrando intercambiar información entre un usuario y otro.

Dentro del proyecto se tomó como estrategia de comunicación digital la red social Instagram, debido a las características que posee para crear una cuenta informativa y educativa que permita comunicar a la comunidad sobre los problemas que acarrea el COVID 19 en cuanto a la salud mental.

Esta ayuda se brindó mediante herramientas comunicacionales de apoyo que ayuden al individuo a buscar asistencia de profesionales entendidos en la materia de la salud mental. Es por ello, que la plataforma Ha-bla-blá cuenta con profesionales y contenido informativo que ayude a reconocer los síntomas de alerta temprana en individuos que puedan estar sufriendo de depresión o ansiedad por problemas en contexto del COVID 19.

Desde el punto de vista de lograr el cronograma propuesto de ocho semanas, fue difícil acoplar las necesidades como equipo de trabajo con la de los partner participantes, sobre todo aquellos que son mediáticos y que su tiempo era limitado para poder desarrollar los live como se habían planificado. Por eso las estadísticas establecidas en un inicio se hizo complicado llevarla a cabo, pero esto no mitigó el resultado de la experiencia.

A pesar de que se cerró la planificación con 5 semanas de trabajo en la estrategia de comunicación, el impacto fue significativo y el trabajo realizado muy enriquecedor sobre todo para la autora de este documento, ya que la temática en sí no es un tema común para abordar en las redes y se hizo imperativo buscar la manera de transferir información, sin ser invasivos con los usuarios.

Otros de los aspectos que se considera como visión crítica, es el enfocar el estudio y análisis a las personas de un rango de edad en particular y el área geográfica específica del país. Aunque esto se hizo con el objetivo de identificar un segmento de la población donde se tiene mayor acceso como equipo; y, por otra parte, basado en las principales estadísticas que se revelan de las personas que cometen suicidio, cuyo resultado arribó que son las personas entre ese rango de edad (15-35 años), los que han sido más propensos a cometer este tipo de manifestaciones de una conducta mental inestable, sobre todo en la provincia Guayas.

Por último, se realizó el lanzamiento de la propuesta de la estrategia de comunicación, el tema de querer hacer las acciones en tiempo, pero sin tener la preparación inicial de afrontar la responsabilidad con el público meta hizo que se comenzará con una cuenta pública de Instagram y luego se pasará a una cuenta privada, porque el número de comentarios y consultas que comenzaron a surgir, no responden al conocimiento de los miembros de nuestro equipo.

Motivo por el cual se buscó asesoría de los tutores y especialistas en la temática, para poder brindar respuestas oportunas a los usuarios; por otra parte, no se había establecido o transmitido correctamente el mensaje de que la plataforma Ha-bla-blá, no era una asesoría online sino que era una plataforma informativa sobre la temática en cuestión y donde se podía hacer contacto con los especialistas al respecto, tema que al identificar lo restablecieron y dejaron con mayor claridad expuesto en el perfil de Instagram así como en la página web.

Toda esta experiencia en torno a la comunicación deja un aprendizaje donde se evidencia que la comunicación es sumamente importante, no solo para informar con claridad lo que se quiere; sino también para señalar con autoridad lo que no se es. La comunicación no fue clara en un inicio y por ello, muchos usuarios aún piensan que se ofrece consulta psicológica. No debe haber acciones sin objetivos claros que las sustenten.

En cuanto a la aceptación de los seguidores de la página Ha-bla-blá y de acuerdo a los comentarios recibidos en cada uno de los post, fotos y video, se evidenció que existe la necesidad de hablar abiertamente sobre los temas relacionados a la salud mental sin que se convierta en un tabú o un estigma hacia la persona que busca ayuda de manera temprana.

Conclusiones

Como conclusión general del proyecto estudiado, se crea la plataforma digital Ha-bla-blá, por medio de un Sitio Web y de Instagram, donde se publica información sobre la salud mental en contexto del COVID 19, mediante live, videos y fotografías; con el fin, de

que el usuario que se sienta identificado con alguna publicación compartida que ha escuchado o visto con el fin de buscar ayuda de manera temprana.

De la misma manera se concluye, que el aumento exponencial de los seguidores en la cuenta de Instagram Ha-bla-blá, hace evidenciar de la necesidad de abordar temáticas sobre la salud mental en contexto del COVID 19, usando herramientas digitales; para que, de cierta forma cuidar la privacidad y así mismo lograr mayor alcance de la comunidad que requiere este tipo de asesoría profesional.

De acuerdo al criterio de los especialistas entrevistados y de la revisión bibliográfica realizada en el presente documento, se concluye que la temática en cuanto a la salud mental a nivel de sociedad está muy estigmatizada ya que, las personas se limitan de hablar abiertamente lo que dificulta buscar ayuda por miedos a ser juzgados o etiquetados como enfermos.

Se concluye que Ha-bla-blá es una buena estrategia de comunicación digital, que facilita la interacción con el público objetivo (entre 15 a 35 años de Guayaquil), ya que de acuerdo a las métricas de los contenidos compartidos demuestran la inmersión y aceptación de la plataforma.

A través de una metodología de investigación mixta, donde se revisaron datos estadísticos y se hicieron entrevistas a profundidad a distintos públicos, se concluye que a través de una estrategia de comunicación digital se debe informar a las personas en temas de salud mental para que busquen ayuda profesional temprana.

Recomendaciones

Extender la comunicación de la plataforma Ha-bla-blá, para el análisis de otros contextos no solo en el ámbito nacional; sino también internacional, dotando al mundo de una herramienta informativa que sirva como guía a las personas con síntomas de problemas en su salud mental en contexto del COVID 19.

Aumentar las estrategias de comunicación digital, con el fin de lograr un mayor alcance e impacto en la población objeto de estudio, usando como estrategias digitales, las redes sociales (Instagram y sitio Web) a las cuales se tienen acceso hoy en día para explotar al máximo la inmersión de la plataforma Ha-bla-blá al entorno.

Establecer la planificación de contenido organizado, desde el diagnóstico de la temática, su aceptación en el medio, los principales speaker que impulsan las redes sociales; así como, todo un grupo de pasos, para minimizar el número de percances que la realidad puede establecer.

Buscar con tiempo, asesoría de profesionales con experiencia en cada rama del saber que puede influir en los resultados de la estrategia de comunicación digital. De la misma manera, no lanzar una campaña o una estrategia de comunicación digital, sin haber revisado, los pros y los contras de cada acción que se lleve a cabo.

Es importante, siempre que se aborde un tema en las redes sociales, establecer metas y criterios claros y fiables, para no desinformar a los usuarios, ya que es responsabilidad de quien facilita la información, valorar su veracidad y usar fuentes fidedignas para exponer contenido que tienen alto alcance.

Referencias Bibliográficas.

- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 3. 47-356.
- Acevedo, A., & Franco, N. V. (2012). Aplicación de DStretch-ImageJ a imágenes digitales del arte rupestre de patagonia (argentina). *Comechingonia Virtual*, 6(2), 152-175.
- Adell, J., & Bellver, C. (2010). La internet como telaraña: El world-wide web. *Métodos De Información*, 2(3), 25-32.
- AL_Dwairi, K. M. O., Faba-Pérez, C., & Vargas-Quesada, B. (2010). Indicadores webmétricos de carácter formal para evaluar el posicionamiento de las universidades: El caso de los países árabes. *Investigación Bibliotecológica*, 24(52), 145-171.
- Aldás, A. (2011, 05/12/2011). El poder del nombre. Message posted to <https://foroalfa.org/articulos/pdf/el-poder-del-nombre.pdf>
- Argo, J. J., Popa, M., & Smith, M. C. (2010). The sound of brands. *Journal of Marketing*, 74(4), 97-109.
- Azeemi, S. T. Y., & Raza, M. (2005). A critical analysis of chromotherapy and its scientific evolution. *Evidence-Based Complementary and Alternative Medicine*, 2(4), 481-488.
- Badli, T. S. T., & Dzulkifli, M. A. (2013). The effect of humour and mood on memory recall. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 97, 252-257.
- Brunetti, A., & Gargoloff, P. (2020). Impacto de la pandemia por COVID-19 en la salud mental, con especial foco en personas con trastornos mentales severos y persistentes. *Question/Cuestión*, 1(mayo), e278. <https://doi.org/10.24215/16696581e278>
- Camacho, H., Cámara, L., & Cascante, R. (8 de agosto de 2020). *El Enfoque del marco lógico: 10 casos prácticos*. Obtenido de Google:

https://www.olacefs.com/wp-content/uploads/2020/07/DOC_27_8_2020_Enfoque_Marco_Logico_EML_10_casos.pdf

Cherry, K. (2018). Color psychology: Does it affect how you feel? VeryWell Mind, 24

El Universo. (2021). 37% más de suicidios se registraron en Ecuador en lo que va del año 2021. Retrieved 08/31, 2021, from <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/37-mas-de-suicidios-se-registraron-en-ecuator-en-lo-que-va-del-ano-2021-nota/>

Clay, A. (2021). *Estadísticas de la situación digital de Ecuador en el 2020-2021*. Obtenido de marketing digital en ecuador 2020: <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-ecuador-en-el-2020-2021/>

Del Alcazar , J. (2022). *ESTADÍSTICAS USUARIOS INSTAGRAM ECUADOR*. Obtenido de Marketing, Noticias: <https://blog.formaciongerencial.com/estadisticas-instagram-ecuador/>

El Comercio. (21 de agosto de 2021). *¿Cuáles son las redes sociales preferidas por los ecuatorianos?* Obtenido de Google: <https://www.elcomercio.com/tendencias/redes-sociales-preferidas-ecuador-tecnologia.html>

Erazo, E. E. P., Velásquez, M. J. A., Chávez, I. G. S., & Pullas, D. E. P. (2021). Factores relacionados con efectos adversos psiquiátricos en personal de salud durante la pandemia de COVID-19 en Ecuador. *Revista Colombiana De Psiquiatría*,

Felps, P. (2017). Así se comporta tu cerebro cuando ríes. Retrieved 08/31, 2021, from <http://espanol.livehappy.com/ciencia/asi-se-comporta-tu-cerebro-cuando-ries>

Fernández Iñurritegui, L., & Herrera Fernández, E. (2018). Primer congreso de diseño gráfico. marcas gráficas de identidad corporativa. 2016 donostia-san sebastián. libro de actas Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko

Gómez Francia, M. A., & Ruiz Llontop, M. I. (2015). Dimensiones del síndrome de burnout en personal asistencial de salud de un hospital de Chiclayo, 2014.

- González , A., & Labad, J. (2020). Salud mental en tiempos de la COVID: reflexiones tras el estado. *ELSEVIER*, 3.
- Grau, X. (2021). Una mirada al interior del ‘naming’. *Harvard Deusto Business Review*, (307), 14-19.
- Hernández Rodríguez, José. (2020). Impacto de la COVID-19 sobre la salud mental de las personas. *Medicentro Electrónica*, 24(3), 578-594. Epub 01 de julio de 2020. Recuperado en 05 de mayo de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30432020000300578&lng=es&tlng=es.
- Huang, J., Han, M., & Luo, T. (2020). Encuesta de salud mental del personal médico en un hospital de enfermedades infecciosas de tercer nivel para COVID-19. *Departamento de Manejo de Infecciones, Hospital Popular NO.2 de la ciudad de Fuyang, Fuyang 236015, China.*, 38.
- Johnson, R. L., Slate, S. R., Teevan, A. R., & Juhasz, B. J. (2019). The processing of blend words in naming and sentence reading. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 72(4), 847-857.
- Junta de Beneficencia . (25 de Mayo de 2020). *App AnimaEc registró incremento de llamadas para atención psicológica por el Covid-19*. Obtenido de google: <https://www.juntadebeneficencia.org.ec/prensa/boletines-de-prensa/3588-app-animaec-registro-incremento-de-llamadas-para-atencion-psicologica-por-el-covid-19>
- Kang, L., Bing, X. Y., & Hu, S. (2020). La salud mental de los trabajadores médicos en Wuhan, China, que se enfrentan al nuevo coronavirus de 2019. *Psiquiatría Lancet*, 14.
- Katz, G., Lazcano, E., & Madrigal, E. (2017). La salud mental en el ámbito poblacional: la utopía de la psiquiatría social en países de bajos ingresos. *SciELO Analytics*.
- Lazarsfeld, P., & Merton, R. (1977). Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada. *La Comunicación De Masas*,
- López, M., Laviana, M., Fernández, L., López, A., Rodríguez, A. M., & Aparicio, A. (2008). La lucha contra el estigma y la discriminación en salud mental: Una estrategia compleja basada en la información disponible. *Revista De La Asociación Española De Neuropsiquiatría*, 28(1), 48-83.

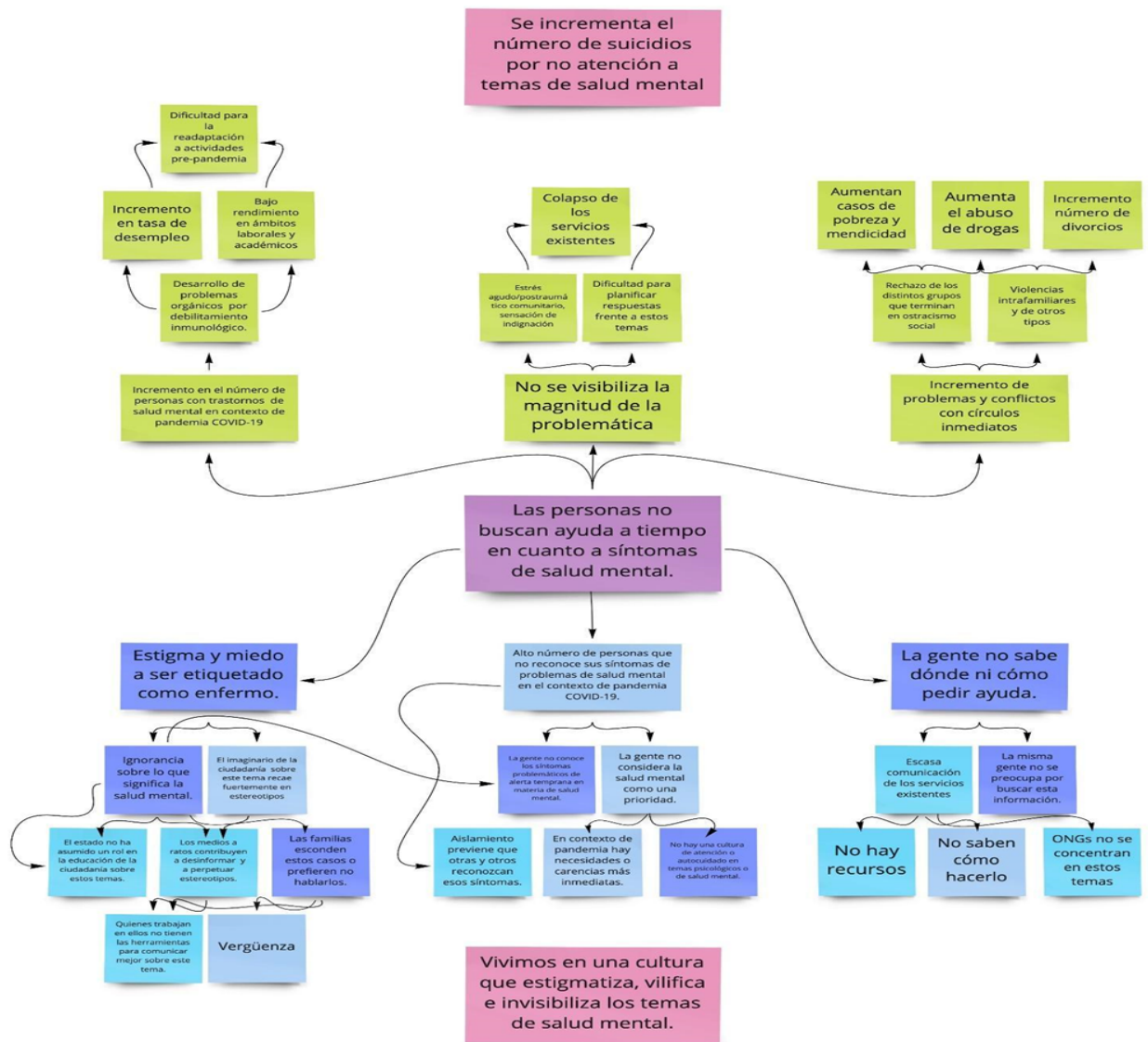
- Lozano, A. (2020). Impacto de la epidemia del Coronavirus (COVID-19) en la salud mental del personal de salud y en la población general de China. *Revista de Neuro-Psiquiatría*.
- Ministerio de Salud Pública. (2020). La salud mental es un derecho. ¡Di lo que piensas! Retrieved 08/31, 2021, from <https://www.salud.gob.ec/la-salud-mental-es-un-derecho-di-lo-que-piensas/>
- Pazmiño , E., Alvear, M., Saltos, I., & Pazmiño, D. (2021). Factores relacionados con efectos adversos psiquiátricos en personal de salud durante la pandemia de COVID-19 en Ecuador. *National Library of Medicine*.
- Pepe, E. (2010). Clasificación tipográfica. Retrieved 08/31, 2021, from <https://tiposformales.com/2010/09/04/clasificacion-tipografica/>
- Qiu, J., Shen, B., Zhao, M., Wang, Z., Xie, B., & Xu, Y. (2020). A nationwide survey of psychological distress among chinese people in the COVID-19 epidemic: Implications and policy recommendations. *General Psychiatry*, 33(2), e100213-2020-100213. eCollection 2020. doi:10.1136/gpsych-2020-100213 [doi]
- Robson, D. (2014). ¿Por qué nos atrae tanto el rojo? Retrieved 09/01, 2021, from https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/09/140905_vert_fut_ciencia_color_rojo_h
- Rodríguez, J., Davoli, Z., & Pérez, R. (2006). Guía práctica de salud mental en situación de desastres. Serie Manuales y Guías Sobre Desastres; 7,
- Tomasi, S. (2020). Historia de las pandemias mundiales y la economía. Argentina: Magaten. Recuperado De <Http://www.Magatem.Com.ar/HISTORIA-DE-LAS-PANDEMIAS-MUNDIALES-Y-LA-ECONOMIA.Pdf>.
- Valcárcel , C., Santiesteban, Y., & Abad, M. (2021). Salud mental y pandemia de COVID-19 en Ecuador. *INSPIPILIP Revista Ecuatoriana de Ciencia, Tecnología e Innovación en Salud Pública*, 7.

Índice de Anexos.

	Pág.
Anexo 1: Árbol de Problemas.	48
Anexo 2: Matriz de Marco Lógico.	49
Anexo 3: Métricas de los Lives en Instagram.	50
Anexo 4: Stakeholder. Guía de preguntas	53
Anexo 5: Desarrollar la identidad de marca.	54
Anexo 6: Contenidos de Redes Sociales.	55
Anexo 7: Cronograma de trabajo Inicial.	56
Anexo 8: Cronograma de trabajo Final.	57
Anexo 9: Organizaciones que brindan servicio de asistencia sobre salud mental en Guayaquil. 59	
Anexo 10: Especialistas y profesionales en salud mental en Guayaquil.	60
Anexo 11: Guía de profesionales en Salud Mental (Profesionales Independientes)	62
Anexo 12: Guía de profesionales en Salud Mental (Instituciones)	70
Anexo 13: ¿Qué es el duelo?	77
Anexo 14: ¿Cómo sobrellevar el duelo?	78
Anexo 15: 10 hábitos para mantener el equilibrio físico mental y espiritual.	79
Anexo 16: Síntomas de depresión.	80
Anexo 17: Síntomas de ansiedad.	81
Anexo 18: Situaciones que se asocian con la mala salud mental.	82
Anexo 19: Hábitos para mantener el equilibrio físico mental y espiritual.	83
Anexo 20: Estigmas de la salud mental testimonio Gino Chiang.	84
Anexo 21: Estigmas de la salud mental testimonio Alex Vizúete.	85
Anexo 22: Estigmas de la salud mental testimonio Alex Vizúete.	86



Anexos.

Anexo 1: Árbol de Problemas.



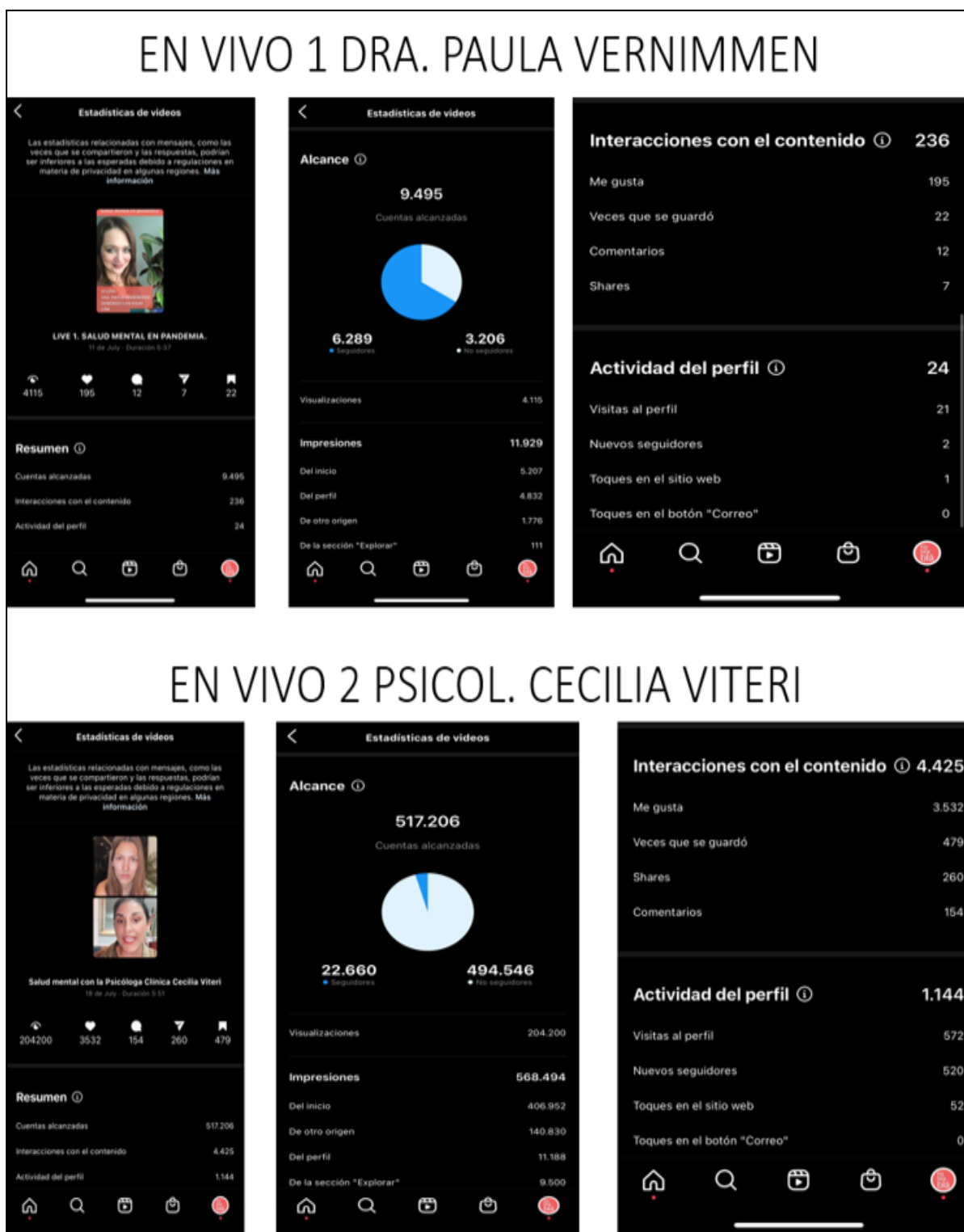
Fuente: Elaboración propia, 2021

Anexo 2: Matriz de Marco Lógico.

			
	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
FINALIDAD Contribuir con la disminución de suicidios producto de problemas de salud mental no tratados, surgidos en contexto de pandemia COVID-19.			Si hubiera una Ley Orgánica de Salud Mental, el estado destinaría más recursos públicos para tratar el tema y habría más capacidad de respuesta.
PROPÓSITO Las personas buscan ayuda temprana para tratar temas de salud mental.			Si los medios de comunicación no contribuyeran a desinformar y perpetuar estereotipos, habría menos estigma social para aquellos con problemas de salud mental y menos ignorancia.
COMPONENTES Conocidos los síntomas de alerta temprana en materia de salud mental.	Estrategia de comunicación digital informativa (IMPACTO 6.000 personas aproximadamente) INTERACCIÓN en plataforma Instagram -posts informativos- (3.000 seguidores, engagement del 2%) INTERACCIÓN en página web (30% de visitantes recurrentes) TEST -pop up en web- (conocer qué saben de salud mental, determinar los síntomas de alerta temprana más comunes de los visitantes y sus reacciones al respecto) TEST -presentado a modo de concurso en I.G.- para medir los conocimientos adquiridos basados en la información de nuestra estrategia (a la cuarta semana de proyecto).	Monitoreo diario de redes Análisis diario de métricas Informe semanal: Instagram/Facebook Google Analytics Tests: Comparación de resultados.	
Identificados formas y espacios para obtener información y soporte.	Guía en formato PDF con la información necesaria en torno a la salud mental (300 descargas aprox.) ENCUESTA sobre la guía para usuarios (conocer opiniones y utilidad) ENCUESTA sobre la guía para profesionales participantes (conocer resultados).	Envío semanal de encuestas Píxel de Facebook (número de descargas) Encuestas. Tabulación.	
Reducido el estigma y miedo de relacionar salud mental con enfermedad.	INTERACCIÓN en plataforma Instagram: posteos testimoniales de personas mediáticas Posteo de videos testimoniales de personas comunes (personas con síntomas de alerta temprana, con trastornos diagnosticados y familiares/amigos) Desarrollo de 1 audio de 1min basado en los testimonios de IG para ser usado en TikTok como plataforma complementaria ENTREVISTA a personas que hayan compartido su testimonio. Videos a postearse RECOLECCIÓN de 10.000 firmas electrónicas para gestionar con la Defensoría del Pueblo, la solicitud a la AN de revisar el Proyecto de Ley Orgánica de Salud Mental.	Monitoreo diario de redes Análisis diario de métricas: Informe semanal Entrevistas (dos semanas después de postear video testimonial) Instagram / Facebook Google Analytics TikTok (número de veces que se utilizó el audio) Entrevistas (opiniones, sentimientos) Número de firmas obtenidas.	

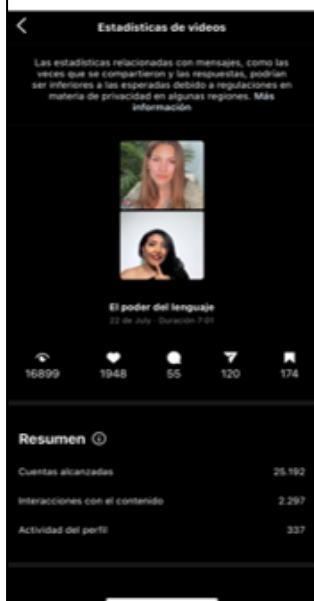
Fuente: Elaboración propia, 2021

Anexo 3: Métricas de los Lives en Instagram.

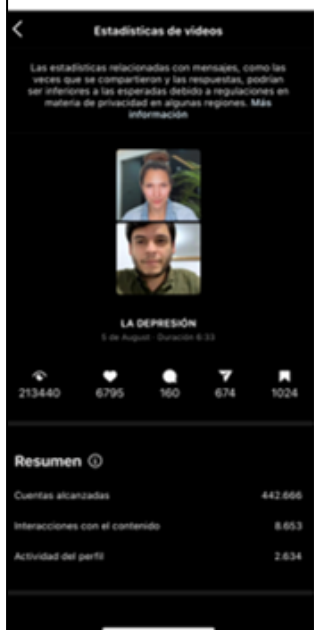


Fuente: Elaboración propia, 2021

EN VIVO 3 MASTER COACH MARIUXI LOOR

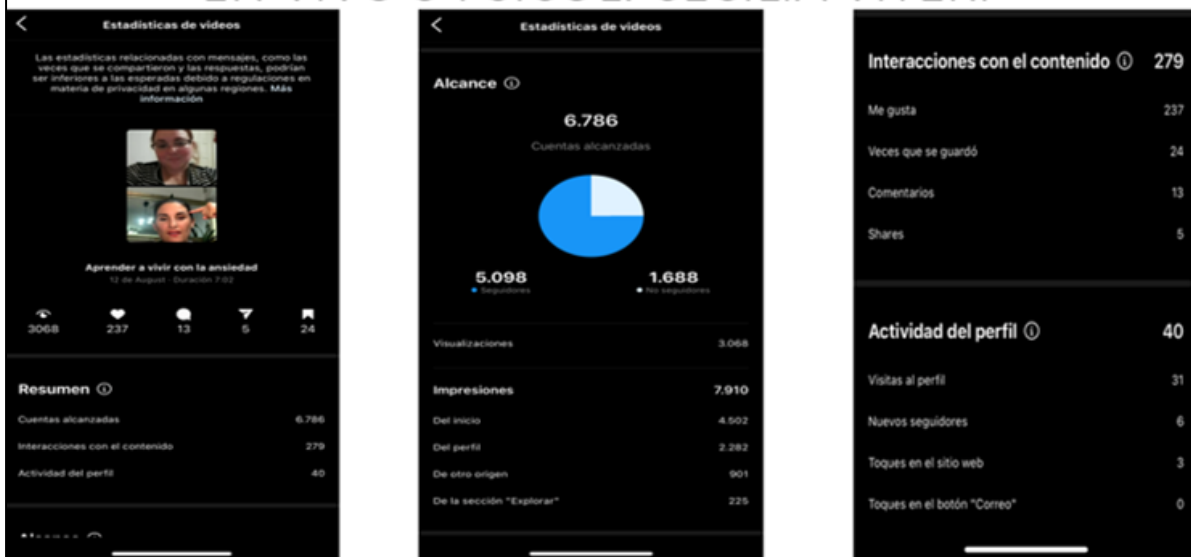


EN VIVO 4 PSICOL. JUAN FELIPE CALDERÓN

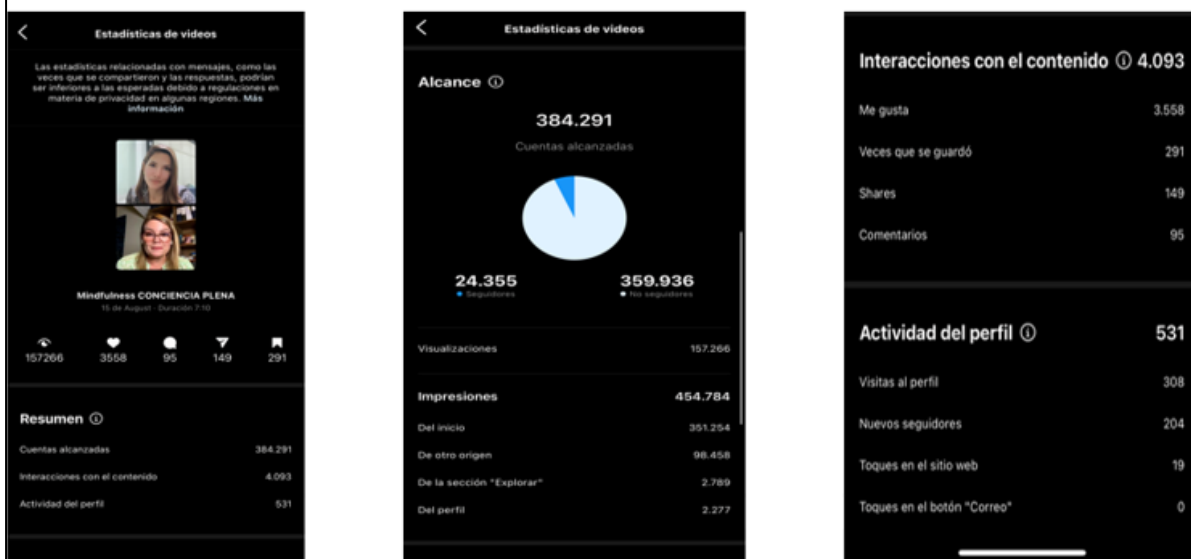


Fuente: Elaboración propia, 2021

EN VIVO 5 PSICOL. CECILIA VITERI



EN VIVO 6 PSICOL. URSULA STRENGE



Fuente: Elaboración propia, 2021

Anexo 4: Stakeholder. Guía de preguntas

Objetivo: Identificar las acciones de distintas organizaciones en torno a la salud mental durante la pandemia en Guayaquil.

Gobierno, ONG's, empresa privada o iniciativas ciudadanas particulares.

1. ¿Cuál es el objetivo o misión de la institución? / ¿Cuál es tu objetivo con esta actividad?
(Veremos si las acciones están encaminadas a prevenir o a trabajar sobre signos o enfermedades ya diagnosticadas)
2. ¿Cómo influyó la pandemia en la labor que realiza? ¿Hay actividades que surgen específicamente por la pandemia?
(Se conocerá si la pandemia aumentó número de usuarios/beneficiarios, o si tuvieron que innovar debido al contexto)
3. ¿Con qué personas trabajan? ¿Cambió el grupo debido a la pandemia?
(Tendremos descripción demográfica de los usuarios/beneficiarios y conoceremos si hubo cambios en el número de usuarios/beneficiarios)
4. ¿Qué acciones específicas están desarrollando en pos de la salud mental?
(Tendremos información del rango de acción – educativo, terapéutico, lúdico)
5. ¿Cuáles son los beneficios de estas actividades en la vida de los participantes?
(Efectos que hayan observado, consulta de estadísticas)
6. ¿Con qué recursos cuentan para el desarrollo de estas actividades?
(Fuente de financiamiento, donaciones de implementos, etc.)
7. ¿De qué otras maneras creen que se debería trabajar en este frente de la salud mental?
¿Cómo puede colaborar un ciudadano común?

Identificar las acciones de distintas organizaciones en torno a la salud mental durante la pandemia en Guayaquil.

ENTREVISTA A PSICÓLOGA CLÍNICA CECILIA VITERI

1. ¿Cuál es el objetivo o misión de la institución? ¿Cuál es tu objetivo con esta actividad?

Pese a todo lo que trajo la pandemia, también trajo oportunidades como volver a visualizar la horticultura, está aporta en la salud física ya que te alimentas mejor y a través de la horticultura se da la oportunidad para ayudar a pacientes con trastornos mentales (bipolaridad, esquizofrenia etc) necesitan tener contacto con la naturaleza y en el caso de la horticultura como terapia y ver el fruto de su trabajo en sus manos los llena de satisfacción y alegría.

2. ¿Cómo influyó la pandemia en la labor que realiza? ¿Hay actividades que surgen específicamente por la pandemia?

La pandemia suspendió muchas actividades, ya que cambiaron las prioridades, y el quedarnos en casa hizo que las personas pusieran atención en otras cosas y empiezan a visualizar los huertos y esto resultó muy beneficioso para mantenerse ocupados y distraídos en una actividad diferente a la que estaban acostumbrados.

3. ¿Cuál es la edad del grupo con el que trabajas?

Trabajamos con adultos o adolescentes de alto riesgo, en la pandemia no pudimos hacer terapias grupales como antes, nos dimos cuenta que todos somos vulnerables a la enfermedad mental ya que se vio mucha desesperación, depresión, estrés, ansiedad, pánico.

4. ¿Qué acciones específicas están desarrollando en pos de la salud mental?

Que se conozca nuestro trabajo, tenemos un grupo de facebook de diferentes países, traer literatura para respaldar el trabajo que hacemos.

5. ¿Cuáles son los beneficios de estas actividades en la vida de los participantes?

Los beneficios son múltiples, en lo físico estar activos, en lo mental ejercita la memoria cognitiva, genera aspiraciones, estar bien anímicamente, y en lo social anima a otros, vienen familiares y amigos y se motivan al ver lo que tu estas haciendo.

6. ¿Con qué recursos cuentan para el desarrollo de estas actividades?

Los pacientes siguen haciendo la actividad de regar el huerto, ya que el trabajo está suspendido por la pandemia y en un futuro se retoma y mi trabajo se llama Mi Semilla y creo

ha germinado y tienen muchos años para seguir creciendo y no podemos olvidar que la horticultura es una actividad educativa.

7. ¿De qué otras maneras creen que se debería trabajar en este frente de la salud mental?
¿Cómo puede colaborar un ciudadano común?

Los medios de comunicación son la clave para poderlo lograr, se tiene muchas barreras con las personas que tienen enfermedades mentales, evitan ir al psicólogo por miedo a ser juzgados, tenemos que reconocernos como seres humanos con cualidades y defectos, es la esencia lo que los mantiene de pie, el querer ser mejores cada día, y busquemos ayuda cuando la necesitemos.

ENTREVISTA AL DR. SANTIAGO RIVAS

1. ¿Cuál es el objetivo o misión de la institución? ¿Cuál es tu objetivo con esta actividad?

Llegar a un máximo de personas que hayan tenido trastorno de depresión durante el tiempo de pandemia

2. ¿Cómo influyó la pandemia en la labor que realiza? ¿Hay actividades que surgen específicamente por la pandemia?

Influyó de manera negativa debido a la presión y el estrés que ejercía el confinamiento y al no relacionarse con otras personas.

3. ¿Cuál es la edad del grupo con el que trabajas?

Trabajamos con adultos o adolescentes entre 14 a 40 años

4. ¿Qué acciones específicas están desarrollando en pos de la salud mental?

Realizar charlas motivacionales empleado las redes sociales

5. ¿Cuáles son los beneficios de estas actividades en la vida de los participantes?

Existen varios beneficios, principalmente lograr interactuar con personas que están pasando por problemas en cuanto a la salud mental.

6. ¿Con qué recursos cuentan para el desarrollo de estas actividades?

Con acceso a dar charlas en cualquier momento del día debido a la exposición de videos en las plataformas

7. ¿De qué otras maneras creen que se debería trabajar en este frente de la salud mental?
¿Cómo puede colaborar un ciudadano común?

Por medio de la difusión de los contenidos en las redes sociales a los familiares y amigos.

ENTREVISTA A NADYA DONOSO

¿Qué es salud mental y cuál es su importancia?

En CEPAM hablamos de salud integral: social, física y mental. Si uno de estos tres elementos falla, entonces te desequilibras. Las mujeres tenemos el papel histórico, que se nos ha impuesto, del “cuidado”. Este papel, en el cual las mujeres tenemos que cuidar hijos y hogar, nos ha obligado a estar en casa (desde teletrabajar, hasta cocinar y cuidar a los niños) y hay cierta inequidad y presión.

Como organización, en CEPAM se decidió trabajar menos horas al día, y de esta forma cuidar la salud integral de nuestras colaboradoras. Aplicamos cierta “sobriedad” con apoyos para cubrir la responsabilidad de otra si tiene que salir del trabajo, no se descuenta el sueldo si surge alguna urgencia, etc.

Adicionalmente, hacemos sesiones grupales de conversación.

Creemos que la salud mental reconoce transversalidades: nuestro tiempo libre no existe únicamente para nosotras, sino para diversas personas, espacios y responsabilidades.

¿Qué grupo de mujeres (por edad, estrato, etc) ha sido más susceptible a afectaciones en la salud mental debido a la pandemia desde la experiencia de CEPAM?

Vendedoras informales, de nivel bajo. Se hizo una encuesta desde CEPAM y estas mujeres, que no tienen seguro social, prestaciones, analfabetas digitales (que según las estadísticas, el porcentaje de analfabetismo digital es más alto que en los hombres) aumentaban su presión para aprender a la fuerza, hacer las tareas de sus hijos desde un teléfono, etc.

Adicionalmente, estuvieron confinadas con su agresor. Esta encuesta se hizo entre junio y agosto de 2020.

¿Cuáles han sido los efectos a corto y mediano plazo de las mujeres atendidas por CEPAM que han vivido el confinamiento?

Convivir con tu agresor.

La violencia no es solo física sino también mental (desmentir, gaslighting, etc.) y estas vivencias empiezan a manifestarse también físicamente: insomnio, estado de cansancio generalizado, ataques de ansiedad.

Psicológicamente, afectación en la autoestima y en su seguridad (no valgo nada, nadie me va a querer, etc)

Esto se observa también en los hijos e hijas (la afectación se expande).

¿Está CEPAM realizando acciones concretas (campañas, etc.) en torno a la salud mental durante la pandemia?

Campaña Causa Salud / Aborto Terapéutico (ahí se explica que la salud es física, mental y social)

Hay que tomar en cuenta que las mujeres en general, en un estrato social bajo, consideran que la “salud mental” es un lujo. CEPAM cree que es más efectivo y pedagógico hablar de una salud integral.

CEPAM brinda apoyo psicológico gratuito, pero hay que tener en consideración que lo hacen únicamente si eres víctima de violencia.

Anexo 5: Organizaciones que brindan servicio de asistencia sobre salud mental en Guayaquil.

LUGAR	ATENCIÓN	DIRECCIÓN
Unidad Salud Emocional Municipal (USEM)	Brinda acompañamiento a personas con problemas de depresión y conductas de riesgo.	Hospital Bicentenario (Pedro Pablo Gómez y 6 de marzo) Mail: usembicentenario@gmail.com
Centro Polifuncional ZUMAR	Brinda atención integral con programas y servicios mediante gestión compartida institucional comunitaria con la comunidad de Bastión Popular y sectores aledaños. Además, brinda apoyo psicológico a través de la fundación CEPAM.	Bastión Popular Teléfono: 0963225207 Mail: wa.link/9dwvwx Instagram: @zumargye
Hospital General - Guasmo Sur - Ministerio de Salud Pública – Zona 8	Ofrece servicios de consulta externa tales como: Psicología, Psiquiatría, entre otros.	Avenida Cacique Tomalá., y Callejón Eloy Alfaro, Calle 58 S-E (SUR) Teléfono: 043803600
APROFE (Asociación pro bienestar de la familia ecuatoriana)	Ofrece servicios médicos que promueven la planificación familiar. Servicios médicos tales como: psicología, entre otros.	Letamendi 602 y Noguchi Teléfono: 2400095 / 1700 APROFE (277633) Mail: info@aprofe.org.ec Instagram: @aprofesalud
FUNDASEN (Fundación de Damas del Honorable Cuerpo Consular)	Servicios en los ámbitos de salud y asistencia social en psicología y psiquiatría	Alborada 5ta. Etapa, Mz.IX Sl. 1 Teléfono: 0989824199 Mail: info@fundasen.com.ec Instagram: @fundasene
Instituto de Neurociencias de Junta de Beneficencia de Guayaquil	Ofrecen consultas neurológicas, psiquiatría, pedagógicas, terapia de lenguaje, terapia de parejas, entre otros.	Av. Pedro Menéndez Gilbert Teléfono: 1700-462 462 o al 0989889167 Mail: lilinch@jbggye.org.ec

PIAC (Servicios de Psicoterapia Integral y Análisis Conductual Contextual)	Ofrece psicoterapia psicológica, evaluaciones, cursos y talleres.	clínica Kennedy Samborondón Teléfono: 04 2838708 Mail: info@piac.com.ec Instagram: @PiacEcuador
--	---	--

Fuente: Proyecto del equipo multidisciplinario, 2021.

Anexo 6: Especialistas y profesionales en salud mental en Guayaquil.

PROFESIONALES	PROFESIONES	DIRECCIÓN
Andrés Álvarez	Programación neurolingüística, Terapias vía online, Sesiones individuales y de pareja. Tratamiento de adicciones	Teléfono: 099 741 1090 Mail: psicoenfoquedigital@gmail.com Instagram: @psicoenfoque_digital
Cecilia Chávez	Terapia de Pareja Orientación Familiar Coaching Personal.	Av. Pedro J. Valverde Álvarez, Guayaquil Teléfono: 098 693 0734 Mail; cecilia@chavezbowen.com Instagram: @cchavezbowen
Johana Duche	Experta en los tratamientos de los problemas y patologías que requieren de una especialista en Psicología. Su atención se centra en depresión, estrés, problemas familiares y de pareja, duelo, problemas de adicciones y terapias a niños y adolescentes.	Primavera 1 mz e 2 v7, Durán Teléfono: Mail: johanna_duche79@hotmail.com Instagram: ps.cl Johanna duche inca

Paola Pineda	<p>La psicoterapia implica sesiones individuales entre un terapeuta y un paciente en un ambiente seguro, cómodo y confidencial. En la sesión inicial, trabajamos juntos para determinar qué dificultades estás teniendo, cómo impactan negativamente en tu vida y cómo podemos superar estos desafíos de la mejor manera. Juntos, determinamos el camino terapéutico adecuado, establecemos objetivos específicos y un plan de trabajo para alcanzar las metas.</p>	<p>Torres del Mall, Piso 4, Oficina 425 Primavera 1 mz e 2 v7, Durán Teléfono: 093 991 8269 Mail: johanna_duche79@hotmail.com Instagram: psi.paolapineda</p>
Magali Merchán	<p>Psicóloga Clínica graduada en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Tengo formación y experiencia en atención en psicología perinatal, evaluación y acompañamiento psicológica a niños, adolescentes, adultos y adultos mayores; evaluación psicopedagógica acompañamiento vocacional para la selección de estudios y elaboración de proyecto de vida.</p>	<p>Coronel 2207 y Cañar. Consultorio 207; Torre Médica Alcívar No. 4 Teléfono: 0959254476 Mail: mrmbarros62@hotmail.com</p>
Gina Fabre	<p>Terapias psicológicas individuales: adultos, jóvenes, adolescentes. Terapia para parejas (casados o novios). Talleres para mejorar autoestima, inteligencia emocional y desarrollo personal en general. Capacitación para empresas y público en general en temas de motivación, violencia intrafamiliar, prevención adicciones.</p>	<p>Urdesa Central, Primera y Jiguas, Guayaquil Teléfono: 099 871 8802 Mail: psicologa.guayaquil@gmail.com Instagram: psicologaginafabre</p>

Fuente: Proyecto del equipo multidisciplinario, 2021.

Anexo 7: Guía de profesionales en Salud Mental (Profesionales Independientes)

Nombre	Apellido	Especialidad	Perfil	Dirección	Correo	Ciudad	Celular	Precio	Instagram	Facebook
Andrés	Álvarez	Psicólogo Clínico-Servicio en salud mental y programación neurolingüística	Programación neurolingüística, Terapias vía online, Sesiones individuales y de pareja. Tratamiento de adicciones		psicoenfocadoigital@gmail.com	Guayaquil	099 741 1090	*	@psicoenfocadoigital	psicoenfocadoigital
Cecilia	Chávez Bowen	Terapia de Pareja, Orientación Familiar y Coaching Personal	Terapia de Pareja Orientación Familiar Coaching Personal. Consultas Presenciales y Online. Atención: Lun-Sáb previa cita.	Av. Pedro J. Valverde Álvarez, Guayaquil	cecilia@chavezbowen.com	Guayaquil	098 693 0734	**	@cchavezbowen	Psic.CeciliaChavezBowen

Johana	Duche	Psicología Infantil, adolescente y tercera edad	Experta en los tratamientos de los problemas y patologías que requieren de una especialista en Psicología. Su atención se centra en depresión, estrés, problemas familiares y de pareja, duelo, problemas de adicciones y terapias a niños y adolescentes.	Primavera 1 mz e 2 v7, Durán	johana_duche79@hotmail.com	Guayaquil	098 730 6997	**	ps.el.johana.duche@inca	
---------------	--------------	---	--	------------------------------	----------------------------	-----------	--------------	----	--	--

Paola	Pineda Medina	Atención Psicológica líder del sector	La psicoterapia implica sesiones individuales entre un terapeuta y un paciente en un ambiente seguro, cómodo y confidencial. En la sesión inicial, trabajamos juntos para determinar qué dificultades estás teniendo, cómo impactan negativamente en tu vida y cómo podemos superar estos	Torres del Mall, Piso 4, Oficina 425	paola.pineda.medina@gmail.com	Guayaquil	093 991 8269	**	<u>psi.paolapineda</u>	<u>psi.pineda</u>
--------------	----------------------	---------------------------------------	---	--------------------------------------	-------------------------------	-----------	--------------	----	------------------------	-------------------

			desafíos de la mejor manera. Juntos, determinamos el camino terapéutico adecuado, establecemos objetivos específicos y un plan de trabajo para alcanzar las metas.						
Gina	Fabre	Psicología y Desarrollo Personal	Terapias psicológicas individuales: adultos, jóvenes, adolescentes. Terapia para parejas (casados o novios). Talleres para mejorar autoestima, inteligencia	Urdesa Central, Primera y Jiguas, Guayaquil	psicologa.guayaquil@gmail.com	Guayaquil	099 871 8802	**	<u>psicologaginafabre</u>

			emocional y desarrollo personal en general. Capacitación para empresas y público en general en temas de motivación, violencia intrafamiliar, prevención adicciones							
Carolina	Roldán			Guayaquil	roldanangelacarolina@gmail.com	Guayaquil	098 869 9793	**	<u>@roldans123</u>	
Maite	Zambra no Baquerizo	Psicóloga General, especializada en psicología clínica con orientación Cognitivo Conductual	Psicóloga general, con maestría en Psicoanálisis y educación. De orientación Cognitivo Conductual con certificación nivel inicial	Km. 10.5 vía Samborondón	maite.zambrano.ec@gmail.com	Samborondón	099 403 4506	**	<u>@psic.maitezambra no</u>	<u>maite.zambrano.ec</u>

			en Terapia Racional Emotivo Conductual (TREC/TCC) otorgada por el Albert Ellis Institute.							
Jorge	Tello Pérez	Psicólogo Clínico	Consejero matrimonial y familiar, trastorno de conducta, escolares, emocionales, sexuales, stress, depresión, psicólogo clínico.	Alejo Lascano 224 y Ximena, Guayaquil	llamamientobendito@hotmail.com	Guayaquil	099 592 8334 04 2860354 04 2302997	***		@jorgetelloperez
Lorena	Castillo Chávez	Psicología Holística- Hatha Yoga- Meditación	El haber trabajado a puerta cerrada, durante más de 15 años experimentando	Cdla. 9 de Octubre calle 2da. #503 y ave. 4ta., Guayaquil	lorenacastillochavez@gmail.com	Guayaquil	099 058 3426	***	@Shantiyogaec	Lorena Castillo Chávez Psicóloga Holística

			<p>crecimiento personal y conocimiento de las necesidades de los individuos, nos convocó en el año 2012 a la apertura de SHANTI, cuerpo, mente y espíritu. Ahora, después de 7 años de trabajar puertas abiertas, en un centro armonizado por el amor, la salud, alegría y compasión, nos reafirmamos en las labores</p>							
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

			de transmitir conocimientos , refrescar y ampliar los nuestros para mejorar la práctica de una vida esperanzada en el bienestar y progreso mental, espiritual y físico individual y comunitario.							
Isaac	Villacreses	Psicólogo Clínico	Psicología	Kennedy norte	vishaaq.idvh@gmail.com	Guayaquil	098 920 5268	***	<u>vishaaq</u>	<u>PsClinico</u>
Gino	Escobar Tobar	Psicología y Terapeuta	Presidente Vitalicio de la Asociación Ecuatoriana de Psicólogos	Puerto Santana	ginokevi@yahoo.com	Guayaquil	099 957 2563	****		
Luigi	Sáenz de Viteri Soto	Psicología General	Terapia cognitivo-conductual, con énfasis en	Consultorio Virtual	<u>psicologoluiggisdv@gmail.com</u>	Guayaquil	9936668 23	**	@psicologo.luigi	

			atención a adolescentes y adultos.							
Magali del Rosario	Merchán Barros	Psicóloga Clínica	Psicóloga Clínica graduada en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Tengo formación y experiencia en atención en psicología perinatal, evaluación y acompañamiento psicológica a niños, adolescentes, adultos y adultos mayores; evaluación psicopedagógica	Coronel 2207 y Cañar. Consultorio Médica Alcívar No. 4	mrmbarros62@hotmail.com		959254476	*		

			acompañamiento vocacional para la selección de estudios y elaboración de proyecto de vida							
--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--

Anexo 8: Guía de profesionales en Salud Mental (Instituciones)

Institución	Especialistas	Servicios	Dirección	Correo o página web	Ciudad	Contacto	Precio	Instagram	Facebook
USEM (Unidad de Salud Emocional Municipal)	Gino Escobar Tobar Psic. Clínico. César Rosales Mazzini. Psic. Clínico. Sandra Altamirano. Psic. Clínico. Mónica Terán	Atención Psicológica a familias y a personas con ideación suicida u otras necesidades.	Pedro Pablo Gómez y Seis de Marzo	usembicentenario@gmail.com	Guayaquil		GRATUITO		
Centro Polifuncional ZUMAR	Municipalidad de Guayaquil	Salud emocional, atención psicológica, individual, familiar, comunitaria	Bastión Popular	wa.link/9dwvvyx	Guayaquil	963225207	GRATUITO		@zumargye - Organización gubernamental
Hospital Municipal Bicentenario	Municipalidad de Guayaquil	Psicología, Terapia Física y Emocional. Desintoxicación de drogas	Pedro Pablo Gomez Tama &, Guayaquil 090314	www.guayaquil.gob.ec	Guayaquil	(04) 259-4800	GRATUITO		

de Guayaquil									
Hospital General Universitario de Guayaquil	Ministerio de Salud Pública Zona 8	Salud Mental, Psicología y Psicopedagogía.	Parroquia: Tarqui. Dirección: Urdenor 1 MZ 103 Guayaquil 090513, Guayaquil 090513		Guayaquil	(04) <u>215-0009</u>	GRATUIT O		
Hospital de Especialidad es Abel Gilbert Pontón	Ministerio de Salud Pública Zona 8	Salud Mental	Parroquia Febres Cordero. Dirección: Calle 29 Y Galápagos	https://geosalud.msp.gob.ec/	Guayaquil	04 2865728	GRATUIT O		
Hospital General Guasmo Sur	Ministerio de Salud Pública Zona 8	Psicología, Psiquiatría, Neurología,	Parroquia Ximena. Avenida Cacique Tomala., y Callejón Eloy Alfaro, Calle 58 S-E, Guayaquil 090112		Guayaquil	(04) 380-3600 o llamar al 171	GRATUIT O		

<p>Hospital del IESS Los Ceibos</p>	<p>Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)</p>	<p>Salud Mental</p>	<p>Av. del Bombero, Guayaquil 090615</p>	<p>https://www.htmc.gob.ec/</p>	<p>Guayaquil</p>	<p>(04) 380-5130</p> <p>1. <u>Ingresar a la página oficial del IESS o hacer click en el siguiente enlace:</u> https://www.iesg.gob.ec/Afiliado/DependienteCónyugeoConvivienteDependienteHijoMenorDe18añosDeEdad</p> <p>2. <u>Bajar hasta el apartado</u></p>	<p>GRATUIT O</p>		
--	---	---------------------	--	--	------------------	--	----------------------	--	--

						<u>“Agendami ento de Citas Médicas”.</u>			
Hospital de Especialidad es Teodoro Maldonado Carbo	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) Abierto las 24 horas los 7 días de la semana	Salud Mental, Neurología,	Guayaquil, Av. 25 de Julio y Av. Ernesto Albán Mosquera, junto al Mall del Sur		Guayaquil	(04) 243-0475	GRATUIT O		
Centro de Salud Tipo B #3	Ministerio de Salud Pública CZ8	Salud mental	Parroquia: Ximena. Dirección: Quito y Francisco Segura.	https://geosalud.msp.gob.ec/	Guayaquil	04 2449583 o directament e al 171	GRATUIT O		
Centro de Salud Tipo C Cisnes II	Ministerio de Salud Pública	Salud Mental (Itinerante), y estimulación temprana.	Parroquia: Febres Cordero. Dirección: 2° Pasaje 22, Guayaquil 090407	https://geosalud.msp.gob.ec/	Guayaquil	099 221 9539 o directament e al 171	GRATUIT O		
Centro de Salud Tipo B #8	Ministerio de Salud Pública Zona 8	Salud mental(itinerante), Psico-rehabilitación (itinerante)	Parroquia: Febres Cordero. Dirección: Av. 39 SO, Guayaquil 090414	https://geosalud.msp.gob.ec/	Guayaquil	04 2449583	GRATUIT O		
Centro de Salud Tipo B Huerfanitos	Ministerio de Salud Pública Zona 8	Salud mental (itinerante)	LA I, ENTRE LA 16 Y 17 AVA.	https://geosalud.msp.gob.ec/	Guayaquil	09 7871704	GRATUIT O		

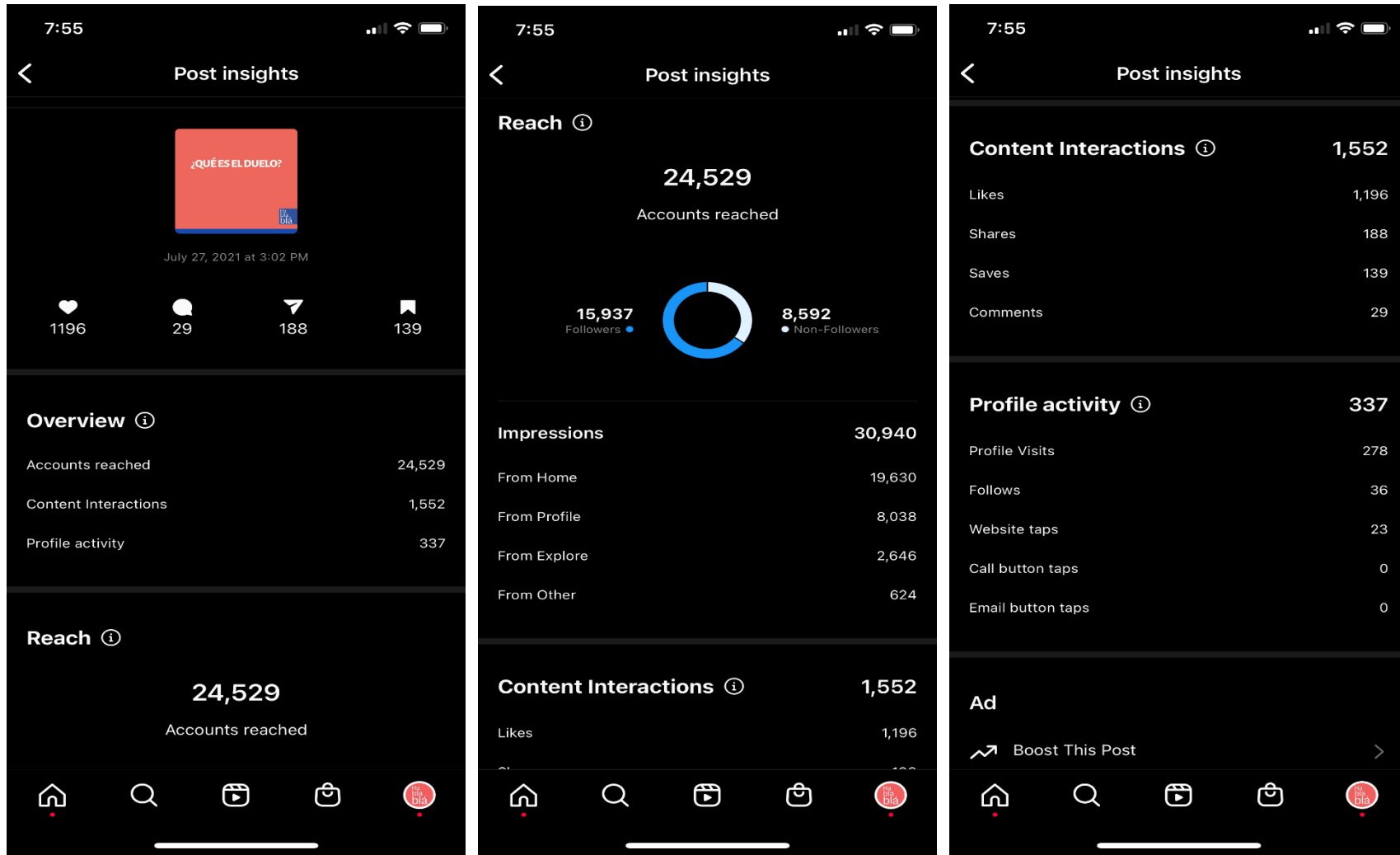
Centro de Salud Tipo C Santiago de Guayaquil	Ministerio de Salud Pública Zona 8	Salud Mental (itinerante),	Parroquia: Febres Cordero. Dirección: La 43ava. y la 44	https://geosalud.msp.gob.ec/	Guayaquil	04 2663183	GRATUIT O		
Centro de Salud Tipo B 28 de Febrero	Ministerio de Salud Pública Zona 8	Salud mental	Parroquia: Febres Cordero. Dirección: 3er. Callejón P. y la 23ava.	https://geosalud.msp.gob.ec/	Guayaquil	09 9328079	GRATUIT O		
Centro de Salud Tipo A Luchadores del Norte	Ministerio de Salud Pública Zona 8	Salud Mental (itinerante)	Parroquia Tarqui. Dirección: Cooperativa Luchadores del Norte	https://geosalud.msp.gob.ec/	Guayaquil	09 1312452	GRATUIT O		
Centro de Salud Tipo A 29 de Abril	Ministerio de Salud Pública Zona 8	Psico-rehabilitación, terapia ocupacional, terapia de lenguaje y estimulación temprano de manera itinerante.	<u>Parroquia Tarqui.</u> <u>Dirección:</u> cooperativa mz 23 sl, E 11, Quito	https://geosalud.msp.gob.ec/	Guayaquil	<u>(04)</u> <u>225-7373</u> <u>09 8471882</u>	GRATUIT O		
Centro de Salud Tipo A Mariuxi Febres Cordero	Ministerio de Salud Pública Zona 8	Salud mental	Parroquia: Ximena. Precoop. M. Febres Cordero-Guasmó Sur.	https://geosalud.msp.gob.ec/	Guayaquil	09 2675932	GRATUIT O		

Centro de Salud Tipo B Flor de Bastión 1	Ministerio de Salud Pública Zona 8	Salud Mental, Psico-rehabilitación.	Parroquia Tarqui: Coop. Flor de Bastión	https://geosalud.msp.gob.ec/	Guayaquil	08 4923381	GRATUIT O		
Centro de Salud Tipo B Flor de Bastión 3	Ministerio de Salud Pública Zona 8	Salud Mental y psicorehabilitación	Parroquia Tarqui. Dirección: Paraíso de la Flor, bloque #3 MZ. 276	https://geosalud.msp.gob.ec/	Guayaquil	09 1840494	GRATUIT O		
Centro de Salud Tarifa	Ministerio de Salud Pública Zona 8	Salud mental (itinerante)	Samborondón: Calle 9 de Octubre y García Moreno.	https://geosalud.msp.gob.ec/	Samborondón	08 9766069	GRATUIT O		
Instituto de Neurociencias	Junta de Beneficencia de Guayaquil	Salud Mental Integral: Psicología, Psiquiatría, Ansiedad, Depresión, Unidad de Conductas Adictivas, Psicodiagnóstico y Psicometría, Epilepsias (salud neurológica), Terapias, Déficit de atención, Estimulación Temprana, trastornos de aprendizaje y terapia de lenguaje.	Av. Pedro Menéndez Gilbert	llinch@ibgye.org.ec	Guayaquil	1700-462 462 o al 098988916 7	*		

APROFE	Asociación Pro Bienestar de la Familia Ecuatoriana	Psicología	Letamendi 602 y Noguchi Guayaquil - Ecuador	info@aprofe.org.ec	Guayaquil	1700 APROFE(2 77633) 099089779 8	*		
FUNDASEN	Fundación de Asistencia Social Enlace (Arquidiócesis de Guayaquil)	Psicología	Alborada 5ta. Etapa, Mz.IX Sl. 1	http://www.fundasen.com.ec/ (593 4) 223 1224 info@fundasen.com.ec	Guayaquil	(04) 223-1224	*	@fundasen ec	
Centro Médico Sur	FUNDACIÓN DE DAMAS DEL HONORABLE CUERPO CONSULAR	Psicología y Psiquiatría	Av. Domingo Comín y Calle F	http://www.fundaciondamashcc.org.ec/especialidades/	Guayaquil	2443545 2581931 2581886	*		
CENTRO MEDICO NORTE	FUNDACIÓN DE DAMAS DEL HONORABLE CUERPO CONSULAR	Psicología y Psiquiatría	Mapasingue Este Av. Primera Mz. 79 Solar # 8	http://www.fundaciondamashcc.org.ec/especialidades/	Guayaquil	2004099 2003436 2004265	*		
CENTRO MEDICO DURAN	FUNDACIÓN DE DAMAS DEL HONORABLE CUERPO CONSULAR	Psicología y Psiquiatría	Av. Jaime Nebot Velasco Ciudadela 12 de Noviembre MZ G Solares 9 y 10	http://www.fundaciondamashcc.org.ec/especialidades/	Durán	4600738 461-9295 098112715 9	*		
PIAC (Servicios de Psicoterapia Integral y Análisis Conductual Contextual)	Carmen Ojeda Oquendo Dr. Sergio Paz Wactson Psic. Ronny Macías García Psiquitr. Carmen Parra Palma Psp. Lourdes Velez Gordon	Psicoterapia Integral y Análisis Conductual Contextual	Dirección: clicnica Kennedy Samborondón	info@piac.com.ec	Samborondón	04 2838708 098 338 3279	****	piacecuador	@PiacEcuador

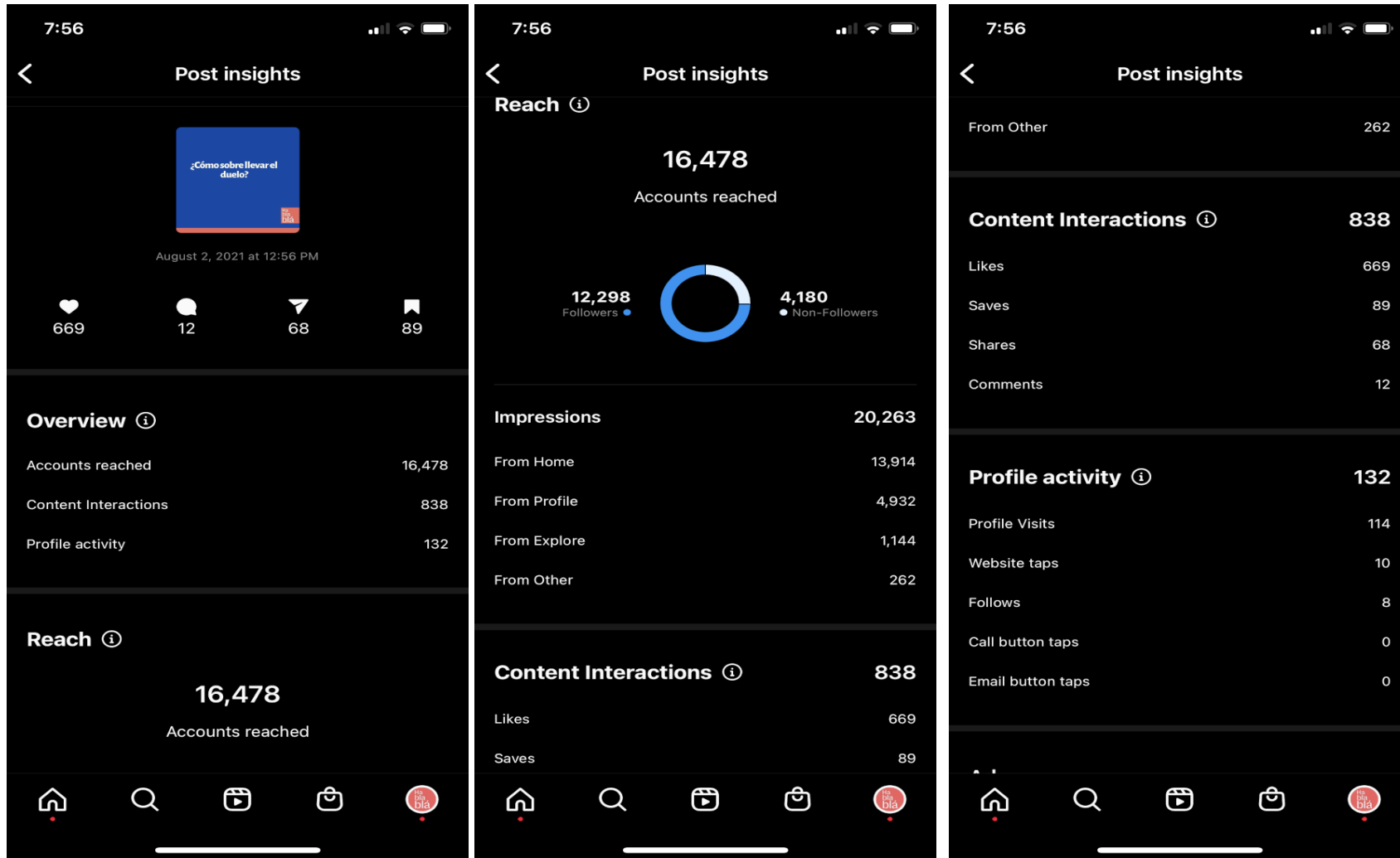
Fuente: Elaboración propia, 2021

Anexo 9: ¿Qué es el duelo?



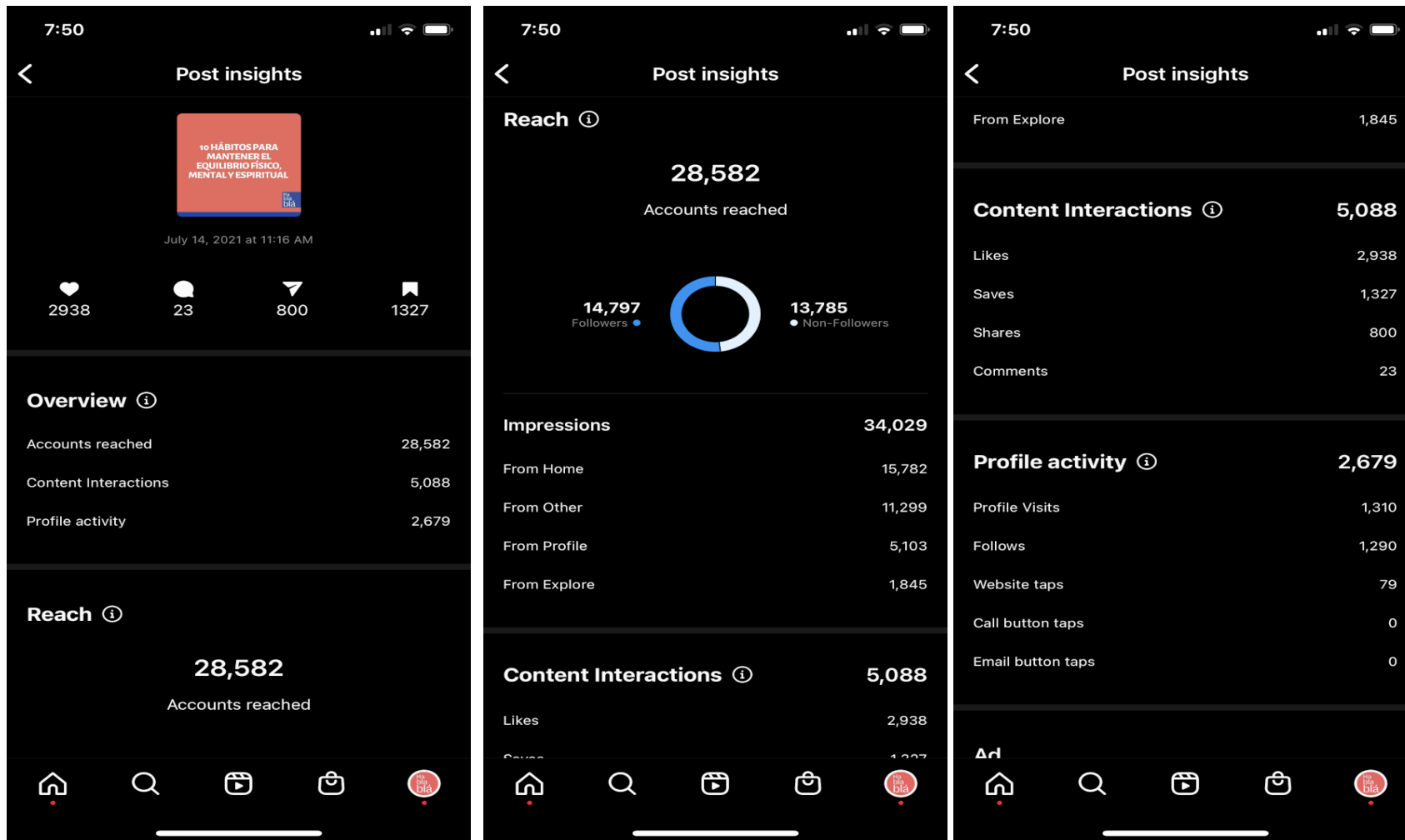
Fuente: Elaboración propia, 2021

Anexo 10: ¿Cómo sobrellevar el duelo?



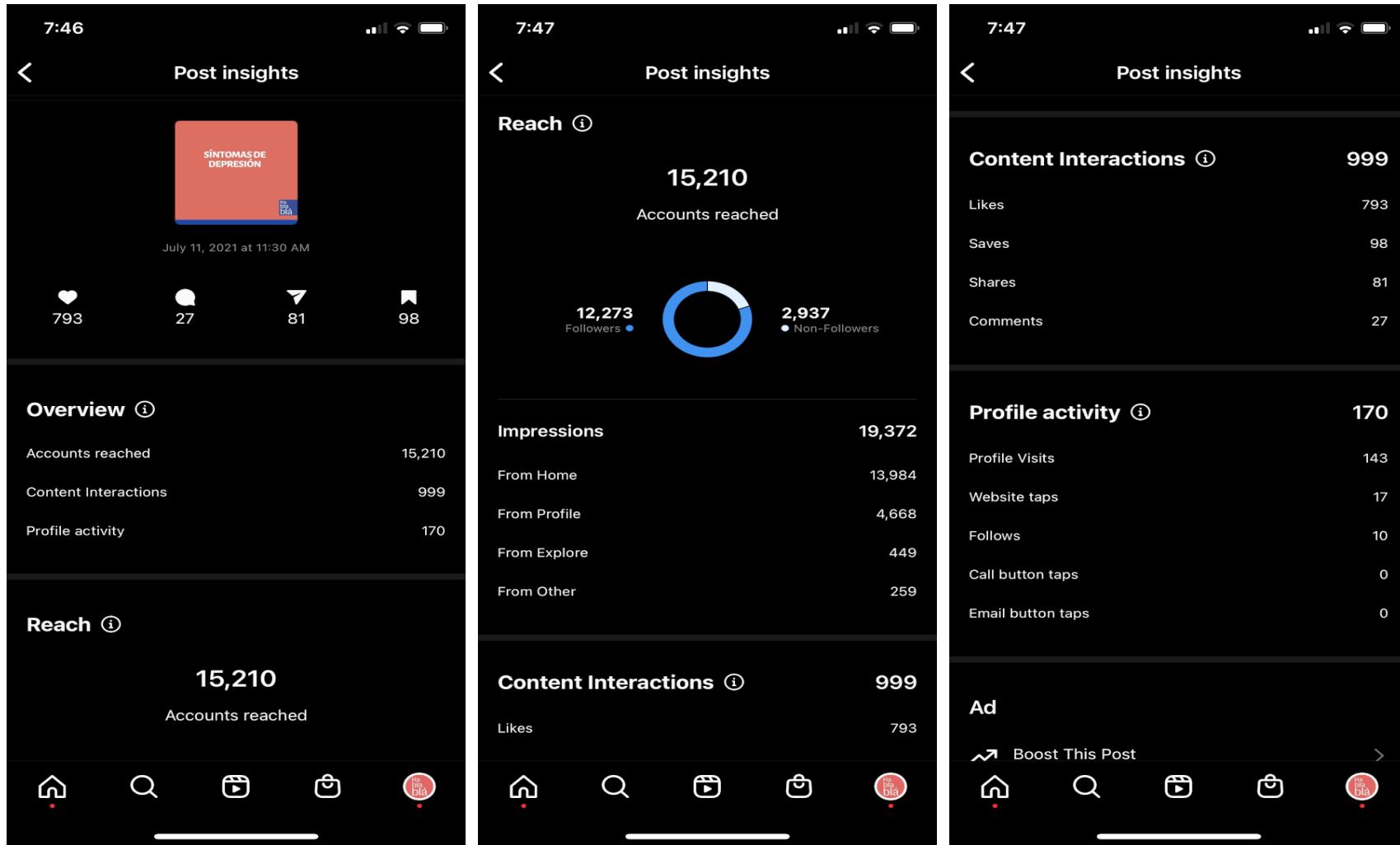
Fuente: Elaboración propia, 2021

Anexo 11: 10 hábitos para mantener el equilibrio físico mental y espiritual.



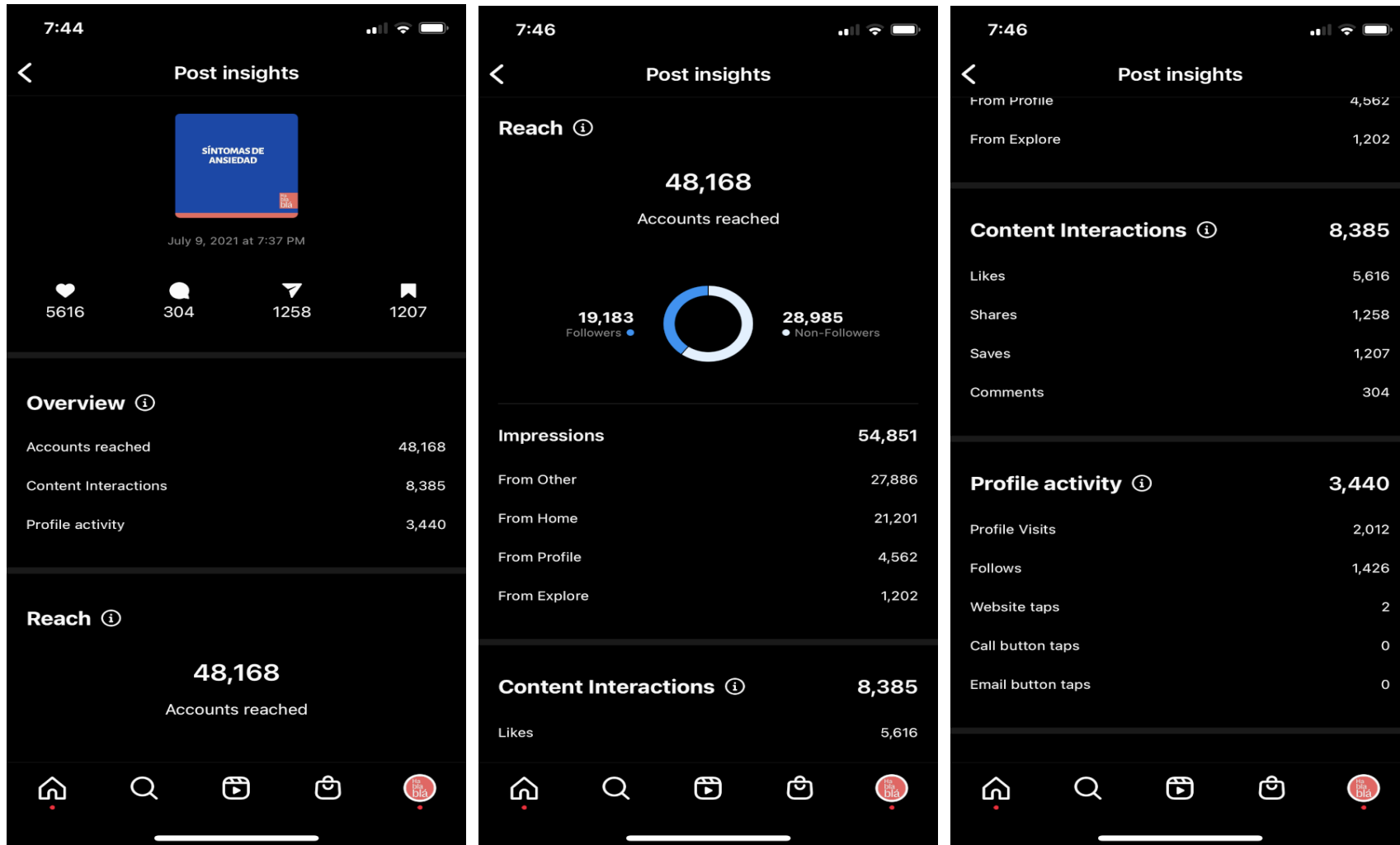
Fuente: Elaboración propia, 2021

Anexo 12: Síntomas de depresión.



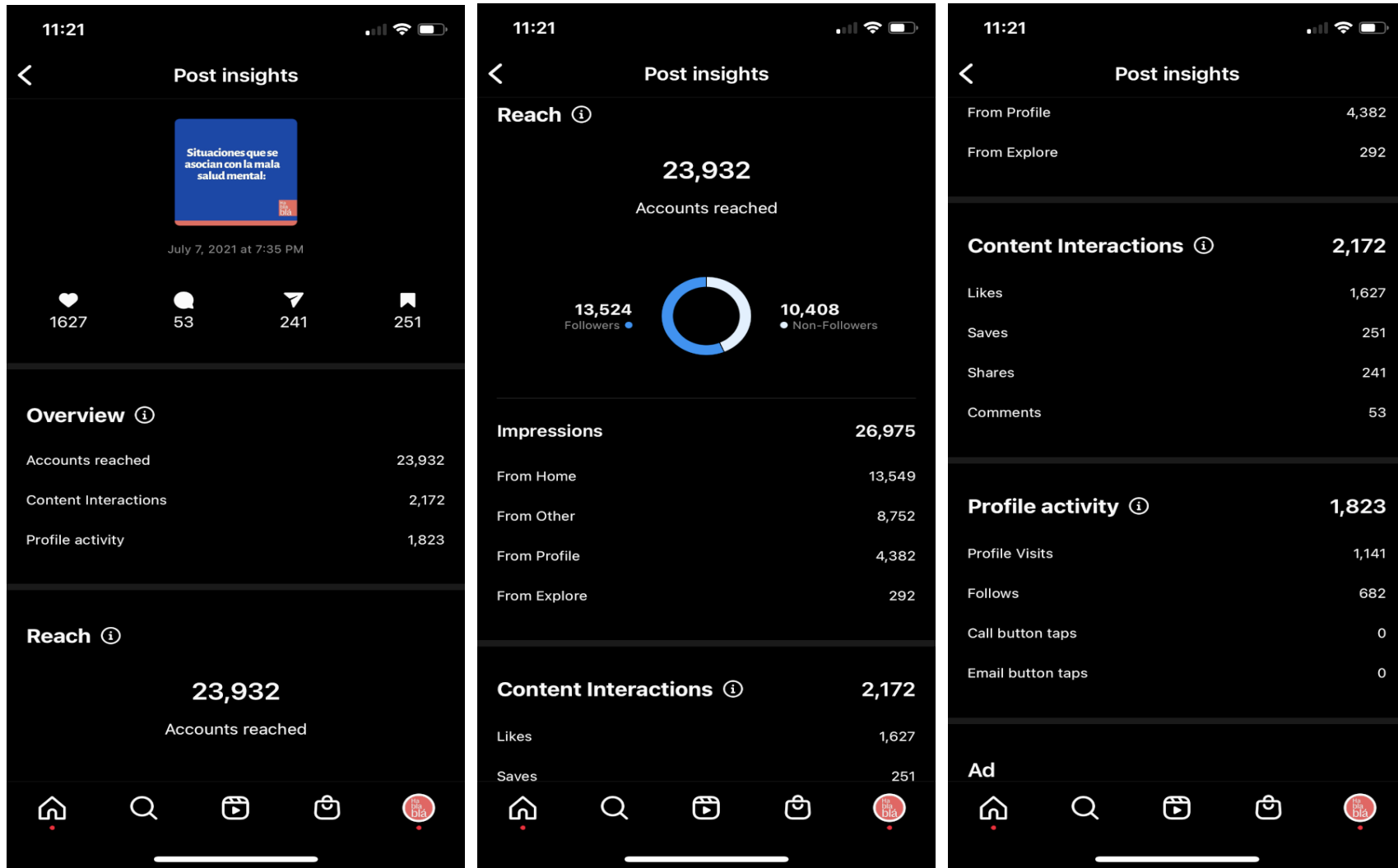
Fuente: Elaboración propia, 2021

Anexo 13: Síntomas de ansiedad.



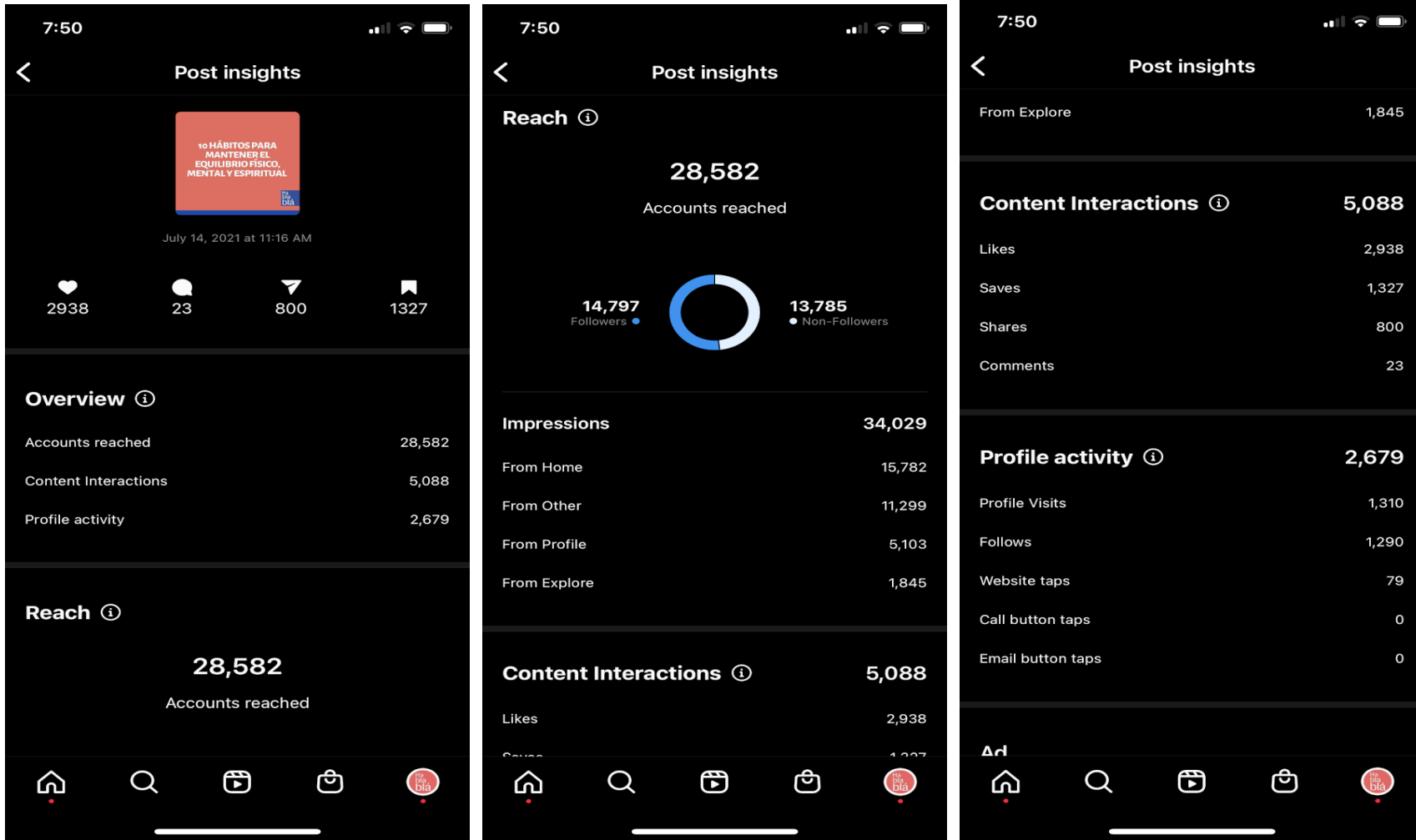
Fuente: Elaboración propia, 2021

Anexo 14: Situaciones que se asocian con la mala salud mental.



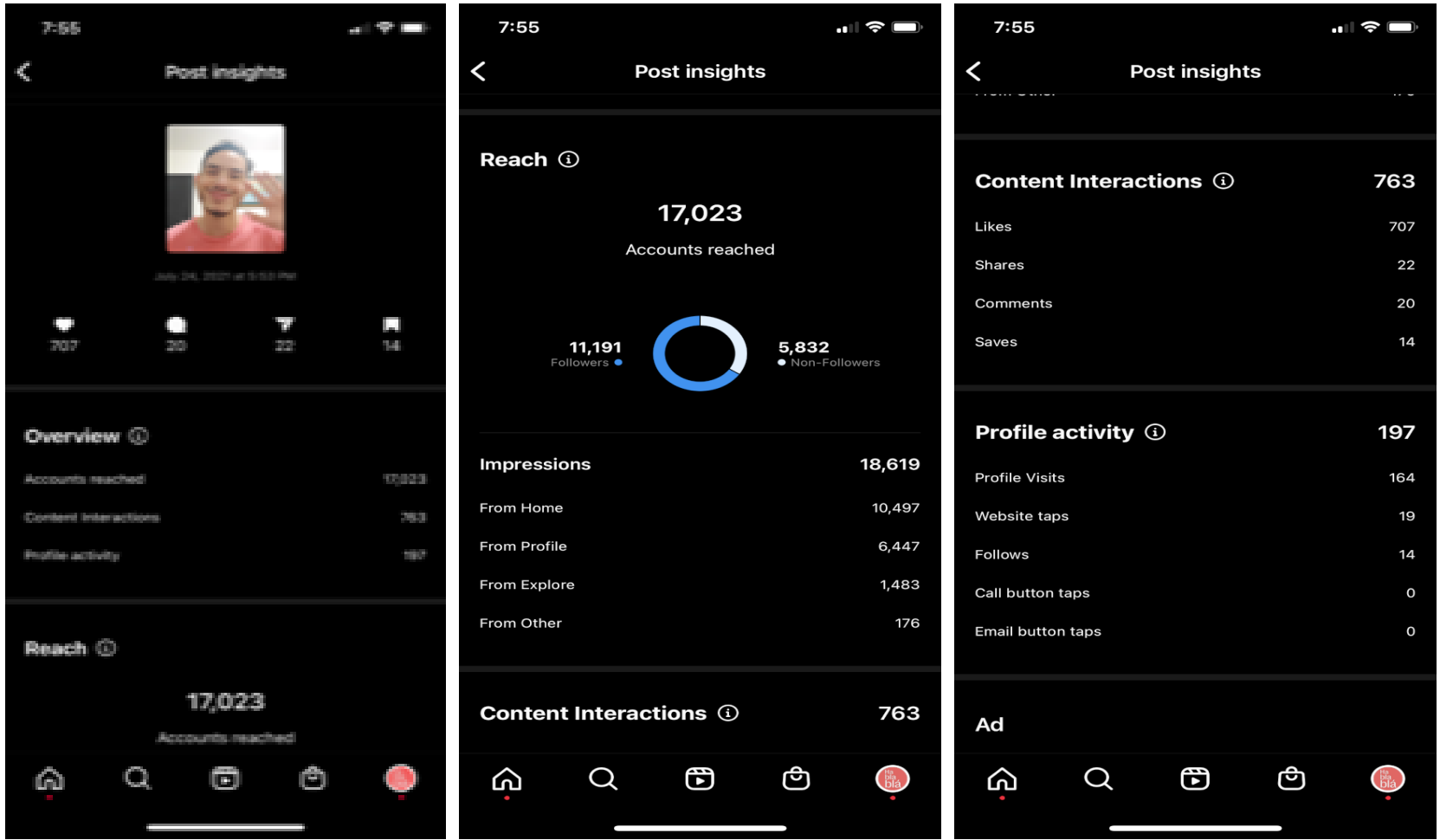
Fuente: Elaboración propia, 2021

Anexo 15: Hábitos para mantener el equilibrio físico mental y espiritual.



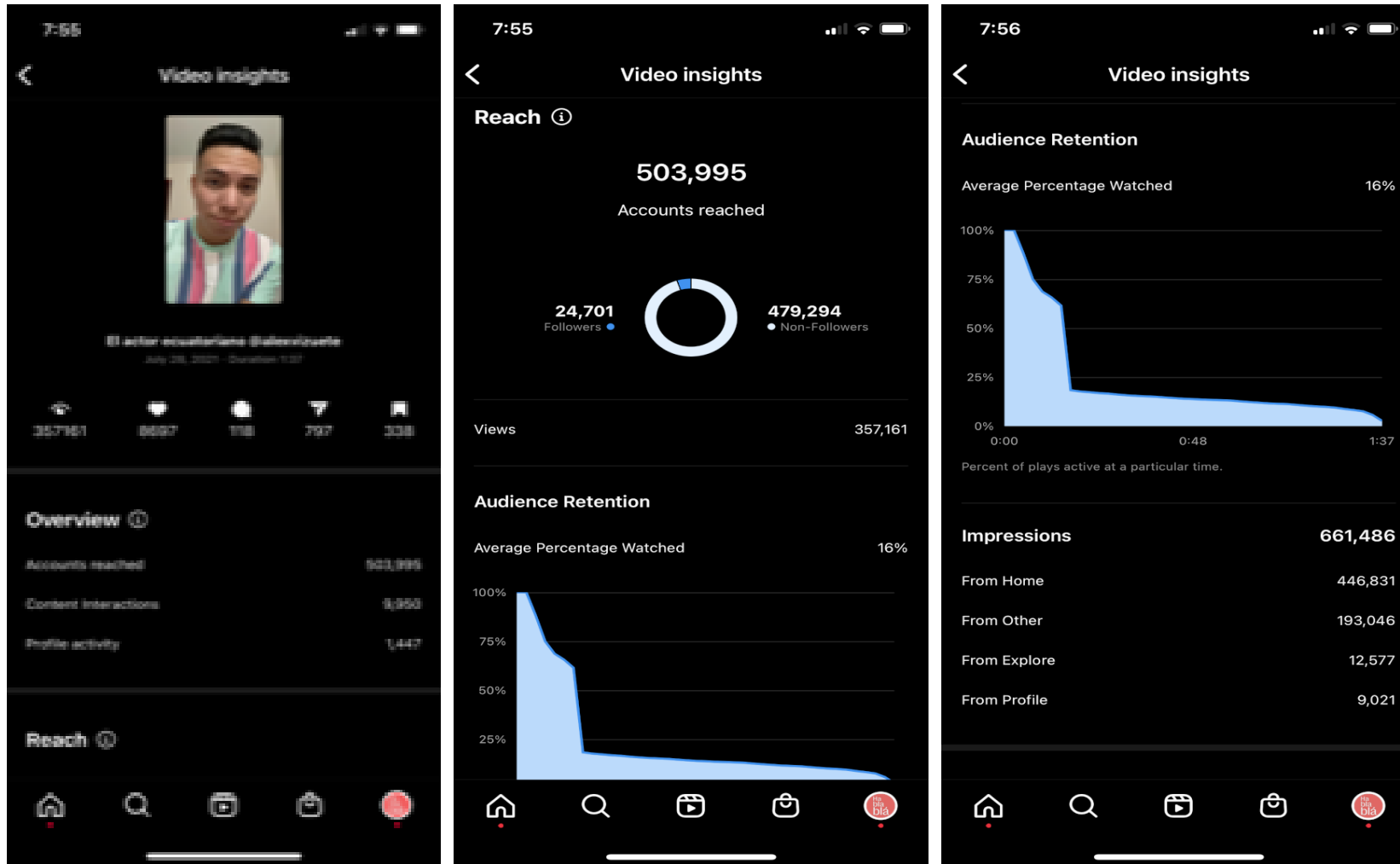
Fuente: Elaboración propia, 2021

Anexo 16: Estigmas de la salud mental testimonio Gino Chiang.



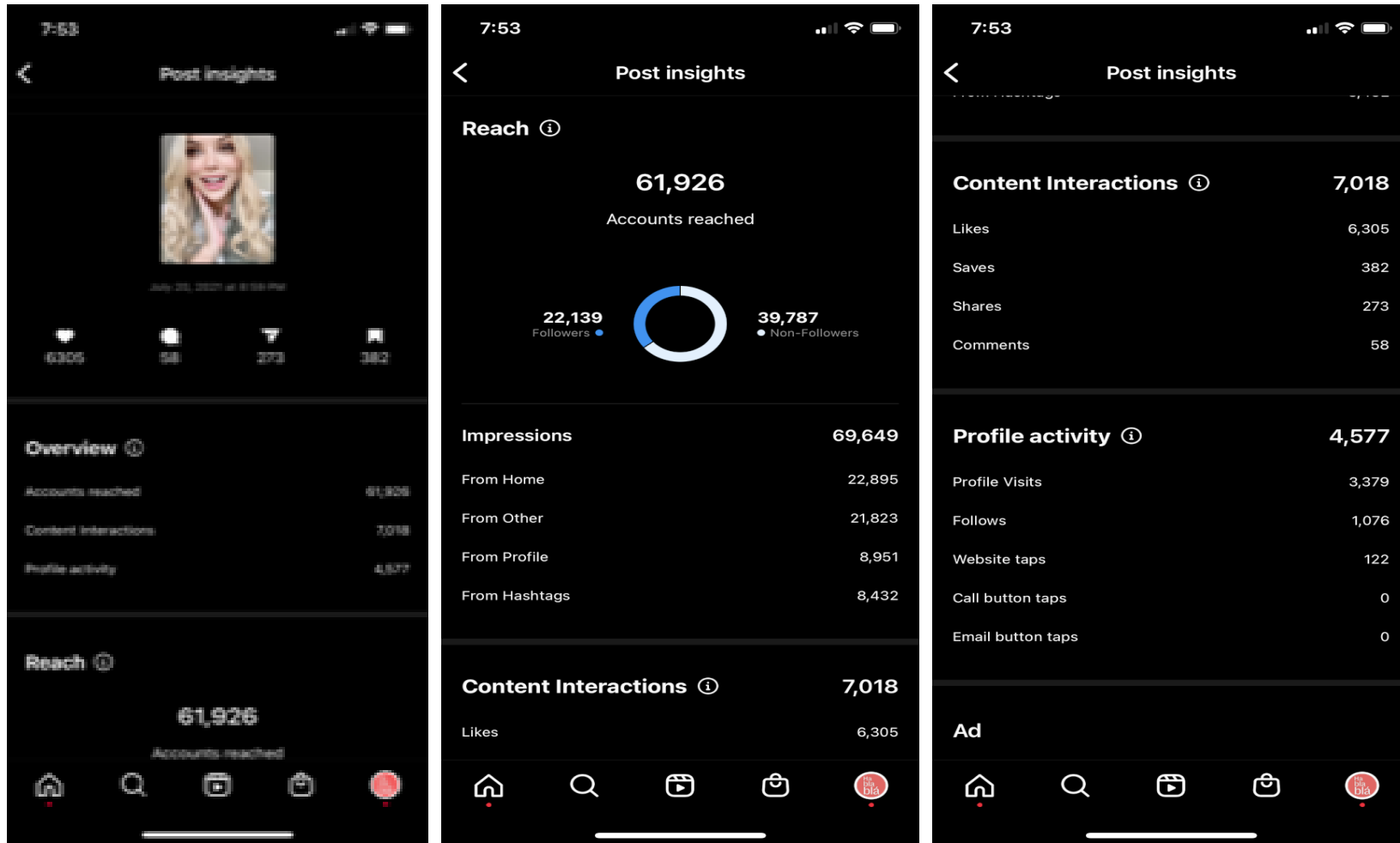
Fuente: Elaboración propia, 2021

Anexo 17: Estigmas de la salud mental testimonio Alex Vizuete.



Fuente: Elaboración propia, 2021

Anexo 18: Estigmas de la salud mental testimonio Alex Vizuete.



Fuente: Elaboración propia, 2021

