
BUENAS PRÁCTICAS MODELO Y AMBIENTE

**CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN
“QUEREMOS SER FELICES”**

**NO NOS CONFORMAMOS
CON SER NORMALES.
QUEREMOS SER FELICES.**



QUEREMOSSERFELICES.org

Confederación de Agrupaciones de familiares y
personas con enfermedad mental (FEAFES)



ÁMBITO DE ACTUACIÓN: Acciones de comunicación

LUGAR: Campaña desarrollada a nivel estatal junto a 9 de sus federaciones autonómicas de las siguientes Comunidades: Andalucía, Aragón, Asturias, Cantabria, Castilla –La Mancha, Castilla y León, Cataluña, Extremadura y Murcia

GRUPO DE POBLACIÓN AL QUE SE DIRIGE: Población adulta de todo el Estado. En especial aquella con acceso a Internet y población próxima a las entidades autonómicas que desarrollan la campaña

OBJETIVOS

Objetivo general: Luchar contra el estigma asociado a las personas con trastorno mental y mejorar su imagen social.

Objetivos específicos:

1. Reducir la percepción social de la frontera entre sano y enfermo.
2. Ayudar a entender mejor por lo que pasan las personas con trastorno mental y generar mayor empatía. Si sientes alguien como cercano no lo discriminarás.
3. Movilizar al movimiento asociativo fomentando la participación en sus diferentes territorios

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO, METODOLOGÍA Y FASES DEL PROYECTO

La campaña se encuentra enmarcada dentro del Programa Promoción de la Salud Mental y Prevención de la Exclusión. Este programa, financiado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad a través de la convocatoria de subvenciones con cargo al IRPF, tiene como objetivo ofrecer a las federaciones y asociaciones uniprovinciales de ámbito autonómico financiadas, la posibilidad de iniciar y/o consolidar estrategias autonómicas para la promoción de la salud mental y prevención de situaciones de exclusión, así como para la coordinación con su entorno.

Una de las actividades realizadas en el marco de ese programa es esta campaña de sensibilización multimedia que cuenta con diferentes materiales. La plataforma de soporte es la página web www.queremosserfelices.org donde se incluyen todos los contenidos de la misma: dos vídeos (el principal traducido en las tres lenguas cooficiales del Estado), manifiesto donde se solicita firma de apoyo, imágenes con el cartel de la campaña, noticias relacionadas con la actividad, así como información general sobre salud mental y sobre cómo apoyar a las personas con trastorno mental.



Además, con el objeto de “viralizar” los contenidos se creó en Facebook un perfil propio de la campaña y se impulsó el uso del hashtag en Twitter #QueremosSerFelices.

Las actividades de comunicación son lideradas por la Confederación FEAFES, mientras que las actividades de difusión “persona a persona” son realizadas por las federaciones autonómicas. De este modo, la Confederación les proporciona un folleto divulgativo donde se incluye el manifiesto propio de la campaña, información básica sobre salud mental, así como carteles con el lema para que sus miembros puedan mostrar su apoyo a la campaña. El resultado, en forma de firmas y fotografías nutre de contenidos a la página web de la campaña.

Los mensajes de la campaña en sus diferentes formatos son difundidos a los medios de comunicación así como a través de las páginas web de las entidades que desarrollan la campaña así como de sus perfiles en redes sociales.

TEMPORALIZACIÓN

<i>Actividades</i>	<i>Fecha de realización</i>
<i>Diseño de la campaña y elección de proveedor</i>	<i>Enero-Marzo 2013</i>
<i>Reunión de coordinación entre Confederación FEAFES y federaciones que desarrollan campaña.</i>	<i>11 de abril 2013</i>
<i>Elaboración de materiales: página web, video, diseño materiales gráficos</i>	<i>Abril-Septiembre 2013</i>
<i>Lanzamiento de campaña (estreno vídeo y página web, envío de comunicado de prensa, e intensa actividad en redes sociales.</i>	<i>9 de Octubre 2013 (con motivo Día Mundial de la Salud Mental)</i>
<i>Actividades de las federaciones autonómicas, actualización de página web e incorporación de los contenidos generados por ellas.</i>	<i>9 Octubre-15 Diciembre</i>
<i>Guión y producción segundo vídeo</i>	<i>Diciembre 2013- Enero 2014</i>
<i>Difusión del segundo vídeo. Difusión a través de medios de comunicación y redes sociales.</i>	<i>30 enero 2014</i>

EVALUACIÓN

La evaluación de la campaña se planteó dividida en dos aspectos:

- Cuantitativo. Con los siguientes indicadores:
 - Número de visitas a los vídeos de la campaña.
 - Visitas a la página web de la campaña.



- Firmas del manifiesto.
 - Imágenes de apoyo subidas a la página web.
 - Apariciones en medios de comunicación.
- Cualitativo:
- Con una encuesta telefónica a los responsables de la puesta en marcha de la campaña de las federaciones ejecutantes a finales del mes de octubre.
 - Con una lectura analítica de las apariciones en medios de comunicación y menciones en redes sociales

RESULTADOS

Los objetivos previstos se han cumplido, superando las expectativas en cuanto a la participación y difusión en medios de comunicación, páginas web y redes sociales.

Las nueve federaciones autonómicas participantes en el proyecto han realizado actos en los que han difundido los materiales de la campaña, sus socios/as, trabajadores/as y usuarios/as de servicios han participado en la difusión de la misma. Resulta especialmente significativo el alto nivel de satisfacción mostrado por las entidades que han puesto en marcha la campaña y la percepción positiva de su base social. Un mismo sentir que se puede percibir en las interacciones de los contenidos en las redes sociales.

Evaluación cuantitativa: en cuanto a lo numérico, se han superado casi todos los objetivos previstos al inicio de la campaña:

<i>Actividad</i>	<i>Objetivo</i>	<i>Resultado</i>
<i>Número de visitas a los vídeos de la campaña</i>	<i>10.000</i>	<i>13.457</i>
<i>Visitas a la página web</i>	<i>5.000</i>	<i>7.075</i>
<i>Firmas del manifiesto</i>	<i>1.000</i>	<i>978</i>
<i>Apariciones en medios de comunicación</i>	<i>10</i>	<i>21</i>
<i>Imágenes de apoyo</i>	<i>100</i>	<i>378</i>

Apariciones destacadas en medios de comunicación:

- El Mundo: ¿Por qué no queremos ser normales? y Sondeo de la enfermedad mental.

- El Diario: Sólo un 5% de las personas con enfermedad mental crónica tienen trabajo estable.
- La Sexta: Reportaje en La Sexta Noticias. Informativo mediodía y noche.

Menciones en redes sociales:

- TWITTER: Trending Topic día 9 de octubre con más de 600 interacciones (Tuits más retuits) del lema #QueremosSerFelices.



En total, se han registrado más de 220 tuits con el lema hasta febrero 2014.

- FACEBOOK: 370 seguidores del perfil propio de la campaña.

Contenidos en perfil Facebook de Confederación FEALES: La difusión de los diferentes contenidos ha tenido un alcance total de 17.003 impactos en el perfil propio de FEALES y de 19.429 en el perfil propio de la campaña. En total sería 36.432 impactos.

Evaluación cualitativa: Cuestionario a las federaciones autonómicas donde transmiten opinión sobre desarrollo y percepción de la misma. Estas son algunas de las evaluaciones textuales:

- “Nos ha gustado y estamos participando. Nos gusta el mensaje, la forma, el vídeo”.
- “Estamos difundiendo todo lo que podemos. Nos gusta ese lema. El primer día que se puso en marcha yo lo hablé en la radio y la aceptación fue muy buena”.
- “El manifiesto es muy bueno. La página web y la difusión en redes maravillosa”.
- “Tenemos que sacar a la gente de lo de siempre. No viene mal que la gente reflexione”.
- “Ha gustado el vídeo, porque es algo totalmente diferente”
- “En general muy buena acogida por todos, trabajadores y usuarios”
- “Un paso hacia adelante hacia la idea de salud mental”
- “El eslogan muy bueno, pero puede ser aplicado a cualquier colectivo. Me gusta cómo se trabajaron los mensajes de twitter ya preparados”.



FINANCIACIÓN

La financiación provino del “Programa de Promoción de la Salud Mental y Prevención de la Exclusión” financiado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, más Fondos Propios de la entidad.

CONCLUSIONES

La conclusión final es que podemos decir que la campaña “Queremos ser felices” supone un antes y un después en la sensibilización sobre Salud Mental en España.

Los resultados demuestran que se trata de una **iniciativa pionera** en dos sentidos:

En contenido: rompe la tradicional reclamación de “normalidad” del ámbito de la discapacidad y los trastornos mentales. En todos los mensajes las personas con una enfermedad mental dejan de ser “los otros”, que deben acreditar una supuesta normalidad para ser integrados, sino que se plantea un escenario donde la salud mental es algo que nos afecta a todos. En todos los mensajes se rompe esa barrera entre salud y enfermedad, igualándonos a todos en nuestro **legítimo deseo de felicidad**. Además, se denuncian desde la simpatía los **prejuicios** más frecuentes que aún se mantienen en este ámbito.

En la forma: se trata de una campaña que desde su diseño tiene en cuenta la **participación** del público al que se dirige. Desde el fomento del **empoderamiento** de la base social de las federaciones participantes, hasta la interacción del público al que se le invita a través de la página web y las redes sociales a tomar parte de la misma, con la firma del manifiesto, subiendo una foto de apoyo, o simplemente compartiendo alguno de los contenidos (diseñados para este objetivo) de la misma: vídeos, carteles, manifiesto, información útil, etc.

Además, se trata de una campaña realizada con escasos recursos económicos y que dado el carácter virtual de la mayoría de sus contenidos provoca un escasísimo impacto medioambiental.

ENLACES Y ANEXOS

- Vídeos:
 - Queremos ser felices (castellano):
<http://www.youtube.com/watch?v=S5dEbjLLWMk>
 - Queremos ser felices (gallego):
<http://www.youtube.com/watch?v=ZITAf2vEI5w>
 - Queremos ser felices (euskera):



- http://www.youtube.com/watch?v=pW3CTC9_WDE
- Queremos ser felices (catalán):
<http://www.youtube.com/watch?v=DvIEZw3jxUo>
- ¿Qué pensarías si tu hija saliera con una persona con trastorno bipolar?:
http://www.youtube.com/watch?v=PaA_RcMRvCM

- Página web: www.queremosserefelices.org

- Página de Facebook: Queremos ser felices:
<https://www.facebook.com/pages/Queremos-Ser-Felices/1409978555887038>

- Díptico:
http://www.fundacionpilares.org/modeloyambiente/docs/BP40QueremosSerFelices_Feafes_Díptico.pdf

- Cartel, fotos, medios y redes:
http://www.fundacionpilares.org/modeloyambiente/docs/BP40QueremosSerFelices_Feafes_Anexo.pdf