



Presentación de resultados de la campaña de comunicación:

“Una canción que no te anima”

Esta es una
canción que
no te **anima**
de Tato Quesada

Fue escrita a partir de "consejos" reales que parecen ayudar, pero no lo hacen. Porque el mejor consejo para una persona con depresión es buscar la ayuda de un profesional en Psicología.

“Una canción que no te anima”

Dicha campaña se plantea como una campaña de redes sociales, donde estas redes se convierten en el principal y único medio de difusión.

La diferencia con otras ya realizadas en el CPPCR radican en que son “campañas 360” que involucran una amplia gama de medios en diversos soportes como T.V., radio, prensa, medios digitales, publicidad en gran formato...

Esta es una canción que no te anima

Único producto de comunicación:
Video de “Una canción que no te anima”



Acciones de la campaña

- Lanzamiento: 20 junio, 2019 mediante conferencia de prensa.
- Gestión y gira en medios.
- Redes sociales
- Sitio web.



Conferencia de Prensa



Participación de 12 medios de comunicación.

El CPPCR cuenta con un aproximado de 10 medios de comunicación en convocatoria de conferencias de prensa, lo cuál esta sobre la media de convocatoria en que obtienen otras organizaciones.

Gestión y gira en medios

Desarrollada por Zona de Prensa Comunicaciones

Diseño y redacción de Comunicado de Prensa.



La depresión vive entre los ticos

- En el 2018, **2082** casos de depresión fueron registrados. Población que más acudió fueron personas entre los 15 y 19 años.
- Colegio de Profesionales en Psicología lanza la campaña “Una canción que no te anima”

San José, Costa Rica, 20 de junio de 2019. Los números hablan de que la depresión es una realidad entre los costarricenses. En el 2018, 2082 personas presentaron un caso de depresión en nuestro país, lo cual representa una tasa de 41,6 por cada 100.000 habitantes, según lo indica la Dirección de Vigilancia de Salud del Ministerio de Salud.

Esta cifra, la cual podría esconder un subregistro importante, se obtiene de una nueva modalidad de medición de estos casos respecto de la forma en que se venía haciendo en años anteriores, por lo que representa un punto de partida en el manejo estadístico de la depresión en nuestro país y no puede compararse con los datos que se recopilaban para años anteriores.

Según estadísticas de la Dirección de Vigilancia de Salud del Ministerio de Salud, durante el año 2018, la población que más acudió en busca de atención por casos de depresión fueron las personas de entre 15 y 19 años de edad, seguidos por el grupo de las personas entre 20 y 24. A partir de los 45 años de edad los casos por depresión disminuyen de acuerdo a los distintos grupos de edad. En Costa Rica, las tasas por casos de depresión se presentan más en las mujeres con 50 casos sobre cada 100.000 habitantes mientras que los hombres solo presentan una tasa de 33 casos en esa misma población.

Por ello y con el fin de hacer un llamado de atención a la población acerca de lo que significa la depresión y la mejor forma de abordarla, el Colegio de Profesionales en Psicología de Costa Rica lanza la campaña “Una canción que no te anima”, en la que el principal consejo para enfrentar una depresión es buscar la ayuda de un profesional en Psicología.

La campaña se apoya en la canción del cantautor nacional *Tato* Quesada “Una canción que no te anima”, en la que se plasman todos aquellos “consejos” que las personas solemos dar a quienes enfrentan una depresión, que, lejos de ayudar, terminan por hacer más daño y aumentan el sentimiento de debilidad como consecuencia de las sensaciones que experimentan.

“La depresión puede llegar a hacerse crónica o recurrente generando un sufrimiento psicológico relevante en quienes la padecen lo que, incluso, puede dificultarles sensiblemente su desempeño y capacidad para responder a las diferentes demandas de la vida en los distintos ámbitos: laborales, académicos, familiares y comunitarios” declaró Oscar Valverde Cerros, Presidente del Colegio de Profesionales en Psicología.

La depresión es un concepto de salud mental, se caracteriza por la presencia de tristeza, pérdida de interés o placer, sentimientos de culpa o falta de autoestima, trastornos del sueño o del apetito, sensación de cansancio y falta de concentración. Con esta campaña, el Colegio busca que más personas entiendan lo que significa la depresión y busquen ayuda calificada, para ello puede recurrir a los servicios de salud

Gestión y gira en medios

Desarrollada por Zona de Prensa Comunicaciones

Diseño y redacción de material de apoyo para voceros: Preguntas Incómodas.



Cliente: Havas Tribu
Asunto: Preguntas incómodas
Fecha: 5 de junio de 2019

Este documento es una herramienta para estar preparados con preguntas que puedan surgir, tanto en la conferencia de prensa como en encuentros posteriores con la prensa y que es importante saber contestar de manera adecuada y aprovechar los espacios que se den para la colocación de mensajes claves.

¿Qué tipo de ayuda les ofrecen a las personas con depresión?

Los Profesionales en Psicología ofrecen psicoterapia a través de variadas estrategias y metodologías que buscan ayudarle a la persona a generar sus propios recursos para entender lo que le pasa y afrontarlo de forma creativa, adaptativa y sana su sintomatología para recuperar su funcionamiento habitual.

¿Dan ayudas gratuitas y tienen forma de llegarle a la gente fuera de San José?

El Colegio pone a disposición de la sociedad costarricense un listado de profesionales que laboran en atención psicológica a los cuales pueden acudir aquellos que posean los medios económicos para asistir a terapia psicológica.

Existen organizaciones de profesionales que dan apoyo de forma gratuita en Universidades y ACOTAR para personas que no cuentan con recursos para financiar un proceso psicoterapéutico

¿Por qué no unen esfuerzos con otros colegios profesionales u organizaciones?

El Colegio de Profesionales en Psicología mantiene muy buenas relaciones con otros Colegios profesionales, procurando fortalecer el trabajo inter disciplinario como alternativa para el abordaje integral de la salud con el respeto debido a las particularidades de la intervención que es propia de cada disciplina. En esta ocasión, nuestra campaña se orienta a fortalecer el trabajo particular de los profesionales que desde la Ciencia Psicológica hacemos nuestro aporte para el abordaje de la depresión.

¿De qué sirve buscar ayuda profesional si en la CCSS las citas las das para dentro de años?

El Colegio de Profesionales en Psicología ha insistido y seguirá insistiendo en la necesidad de que se amplíe la cobertura de la CCSS para atención en Psicología a través de la contratación de la apertura de más plazas. También lo estamos haciendo hacia las demás instituciones estatales para fortalecer la prevención y la atención en salud mental a los diferentes grupos sociales que atienden.

Por otra parte, existen alternativas de atención gratuita en Universidades y organizaciones de profesionales.

¿La ayuda profesional puede ser de un psicólogo, psiquiatra, consejero espiritual?

La ayuda profesional para proceso de Psicoterapia debe ser brindada por un profesional en Psicología, cuya formación profesional desde el inicio de su carrera es enfocada a la atención e intervención con personas en diferentes problemas que afectan

Gestión y gira en medios

Desarrollada por Zona de Prensa Comunicaciones

Diseño y redacción de material de apoyo para voceros:
Mensajes Claves de la campaña.



Cliente: Havas Tribu
Asunto: Mensajes claves campaña
Fecha: 19 de junio de 2019

Estos mensajes tienen relación directa con la campaña, con la información que se va a suministrar en la conferencia de prensa y debe ser una herramienta cercana para los distintos voceros que tendrán acercamientos con medios de comunicación, tanto el día de la actividad como en espacios posteriores.

Van separados en mensajes acerca de la depresión y otros sobre la campaña.

Mensajes generales depresión

- La depresión es parte de la realidad de los costarricenses. En el 2018, 2082 personas presentaron un caso de depresión en nuestro país, lo cual representa una tasa de 41,6 por cada 100.000 habitantes, según lo indica la Dirección de Vigilancia de Salud del Ministerio de Salud.
- La población que más acudió en busca de atención por casos de depresión fueron las personas de entre 15 y 19 años de edad, seguidos por el grupo de las personas entre 20 y 24.

- En Costa Rica, las tasas por casos de depresión se presentan más en las mujeres con 50 casos sobre cada 100.000 habitantes mientras que los hombres solo presentan una tasa de 33 casos en esa misma población.
- La depresión es un concepto de salud mental, se caracteriza por la presencia de tristeza, pérdida de interés o placer, sentimientos de culpa o falta de autoestima, trastornos del sueño o del apetito, sensación de cansancio y falta de concentración.
- En Costa Rica son las provincias del San José y Alajuela las que presentan un mayor número de casos por depresión, mientras que las provincias de Limón y Puntarenas respectivamente presentan un menor número de casos según la Dirección de Vigilancia de Salud del Ministerio de Salud.

Mensajes campaña

- Con el fin de hacer un llamado de atención a la población acerca de lo que significa la depresión y la mejor forma de abordarla, el Colegio de Profesionales en Psicología de Costa Rica lanza la campaña **“Una canción que no te anima”**, en la que el principal consejo para enfrentar una depresión es **buscar la ayuda de un profesional en Psicología**.
- La campaña se apoya en la canción del cantautor nacional *Tato* Quesada “Una canción que no te anima”, en la que se plasman todos aquellos “consejos” que las personas solemos dar a quienes enfrentan una depresión, que,

Gestión y gira en medios

Desarrollada por Zona de Prensa Comunicaciones

Diseño y redacción de material de apoyo para voceros:
Mensajes Claves de la canción.



Cliente: Havas Tribu
Asunto: Mensajes claves canción
Fecha: 5 de junio de 2019

Estos mensajes están relacionados directamente con la canción y cómo se dio su proceso creativo, con el fin de rescatar lo valioso de que se trata de una experiencia personal convertida en una canción con un llamado importante para la sociedad.

Deben ser cortos, puntuales y fáciles de recordar. Para ser utilizados tanto por el autor como por otros voceros del proyecto que deban de hacer referencia a la canción.

Mensajes

- La canción nace de una vivencia personal del autor Ricardo *Tato* Quesada y recoge todos los “consejos” que las personas solemos dar a quienes enfrentan una depresión, que, lejos de ayudar, terminan por hacer más daño y por aumentar el sentimiento de debilidad.
- La letra surge de una consulta hecha por *Tato* en sus redes sociales preguntando a sus amigos por consejos que han recibido cuando se han sentido deprimidos. De un grupo de 80 se tomaron los más repetidos y más fuertes

para ordenarlos, ponerles melodía y darle vida a “Una canción que no te anima”.

- Con el fin de poder extender el mensaje, la canción pasó a formar parte de una campaña del Colegio de Profesionales en Psicología de Costa Rica, denominada “Una canción que no te anima”. Está acompañada de un videoclip y un sitio web, cuyo objetivo es que más personas comprendan que la depresión es una enfermedad y que el mejor consejo que podemos dar es invitarlos a buscar la ayuda de un profesional en Psicología.
- La canción fue producida por el sello nacional Vibras The Music Company, la letra y música es autoría de Quesada y el videoclip es producto del esfuerzo conjunto de los diseñadores de la agencia de publicidad Havas Tribu, donde *Tato* labora como diseñador gráfico.
- La canción la pueden escuchar en distintas emisoras nacionales que se han sumado a la campaña y también la pueden encontrar en las redes sociales del artista:

<https://www.facebook.com/tatoquesada/>

<https://www.instagram.com/tatoquesada/>

Spotify: <https://open.spotify.com/artist/0KocdrMsvknlBggdUz4BR6?si=-SkZbw0PQA6GRjymXTuwFQ>

Gestión y gira en medios

Desarrollada por Zona de Prensa Comunicaciones

2.082 costarricenses fueron atendidos por episodios de depresión durante 2018

Números podrían ser mucho mayores, especialistas hablan de subregistro. Incidencia se duplica en jóvenes de 20 a 24 años y aumenta casi tres veces en adolescentes de 15 a 19 años

Irene Rodríguez. 20 junio



Las poblaciones jóvenes son las más afectadas. De los 20 a lo 24 años la incidencia aumenta a 85,2 por cada 100.000 personas en esas edades, y de 15 a los 19 años la incidencia es de 111 por cada 100.000. Archivo LN



KIA Stonic 12.900€ o 186€/mes

Km: 33.707 | Gasolina | 04/2018

Vallescar Ocasión

Visitar sitio >

LO MÁS LEIDO

crhoy.com NOTICIAS 24/7

Nacionales Deportes Entretenimiento Economía Tecnología Mundo Enfoques Programas

En Costa Rica, la depresión "va al colegio y a la universidad"

Jéssica Quesada | Junio 20, 2019 | 11:16 am

- EL AÑO ANTERIOR SE ATENDIERON 2082 CASOS DE DEPRESIÓN
- AFECTA MÁS A MUJERES QUE A HOMBRES

En 2018, fueron registrados 2082 casos de depresión en Costa Rica

junio 20, 2019 Redacción Costa Rica



ACTUALIDAD

Jueves, 20 de Junio de 2019 | 8:44 pm

Más de 2 mil ticos sufren depresión cada año

CCSS registra 6 nuevos casos



Cada día se registran jóvenes con depresión, principalmente jóvenes de 15 a 19 años de edad. Solo en el 2018 se atendieron a más de 2 mil personas por esta causa.



Tags Relacionados

NC Once actualidad canal 11 Costa Rica nacionales #NCOnce país Repretel

Gestión y gira en medios

Desarrollada por Zona de Prensa Comunicaciones



Publicity:
\$57.805.582



Participación en
45 espacios en medios
de comunicación.

Medios utilizados

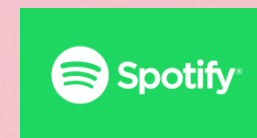
Medio principal

(perfil de “Tato” Quesada y del CPPCR).



Medio secundario

(utilizados para la generación de tráfico).



Redes Sociales: “Tato” Quesada

Resultados orgánicos



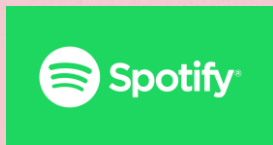
13.215 reproducciones

18 comentarios

283 veces compartido



historias compartidas



3.200 reproducciones



410.817 personas alcanzadas

130.000 reproducciones

2.392 reacciones

230 comentarios

1.464 veces compartido

Engagement: 31.64%

Los resultados se obtienen de manera orgánica, esto significa que no hay inversión en pauta publicitaria.

**Datos obtenidos al 20 de agosto, 2019.*

Redes Sociales – CPPCR

Resultados orgánicos



13.969 reproducciones

30 comentarios

393 veces compartido



30.542 personas alcanzadas

8.296 reproducciones

49.000 reproducciones pagas (pauta)

2.553 reacciones

54 comentarios

254 veces compartido

Engagement: 8.35%

Los resultados se obtienen de manera orgánica, esto significa que no hay inversión en pauta publicitaria.

**Datos obtenidos al 20 de agosto, 2019.*

Reproducciones totales del video en todas las plataformas.



27.184 reproducciones



138.296 reproducciones orgánicas.
49.000 reproducciones pagas.
(costo por reproducción: 2 colones / ROI: 49%)



214.480
reproducciones totales

El tiempo promedio de visualización es de 2:00 min., considerando que la duración del mismo es de 2:39 min.

Plataformas digitales – CPPCR



5.480 boletines abiertos



12 llamadas atendidas telefónicamente.



246 visitas sitio web

1 persona atendida mediante la red de voluntariado.

Presupuesto utilizado – CPPCR

Costo real invertido por el CPPCR en la campaña: 295.500 colones

195.500 colones: material de campaña, conferencia de prensa, entre otros.

100.000 colones: pauta del video en redes sociales.

Costo total aproximado de la campaña que el Colegio hubiese tenido que invertir: 60.000.000 colones

(Publicity – CPPCR – agencias)

Recomendaciones

- Mantener una relación constante con los medios generando información de interés y también capacitación para que puedan hablar de los temas con conocimiento. Es importante construir una relación continua con los periodistas, tanto para cuando se quieren anunciar temas como para ser tomados en cuenta como fuente de consulta.
- Para futuras campañas, reunir de manera previa a los voceros asignados para la presencia en medios, con el fin de que estén preparados para abordar el tema.
- La participación en medios de comunicación denota el interés del tema de la depresión en otras fases de la vida como por ejemplo la depresión posparto. Además del interés en medios de conocer porque se vincula a grupos poblacionales tan jóvenes.

Recomendaciones

- Generación de gráficas y materiales digitales que apoyen la campaña un único recurso limita el alcance que se puede lograr con una campaña.
- Realizar actividades o activaciones offline que permitan visibilizar la campaña de comunicación.
- Dar a conocer resultados de la campaña.
- Dentro de un año, dar a conocer nuevamente cifras basadas en las nuevas mediciones y seguir generando contenido informativo para medios al respecto.
- Realización de Facebook Live con los profesionales para atender consultas de la población en estos temas.

Factores de éxito

- La campaña presentaba la parte humana mediante la historia de “Tato” Quesada, lo que genera una mayor cercanía e identificación por parte del público.
- El uso de las redes sociales del artista nos permitieron llegar a un público al cuál no llegamos con las plataformas del Colegio.
- Participación del Colegio en medios de comunicación dirigidos a grupos poblacionales más jóvenes.
- El retorno de inversión de la campaña es bastante alto con respecto al presupuesto que significó la misma.