



UNIVERSIDAD CASA GRANDE

TÍTULO DEL PROYECTO

SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA DE CONCIENTIZACIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DEL CUIDADO DE LA SALUD MENTAL EN PLATAFORMAS DIGITALES DIRIGIDO A JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL DEL PROYECTO ATENTAMENTE 2022

EQUIPO INTERDISCIPLINARIO

Ericka Daniela Villavicencio Sánchez

María Auxiliadora Reyes Avilés

María Belén Medina Albán

María Emilia Vela González

Nayeli Vanessa Valero Franco

Salomé Alexandra Muñoz Castillo

Bryan Isaac Hidalgo Baque

Guías del Proyecto

Santiago Toral Reyes

Ana Belén Ampuero Cabrera

GUAYAQUIL, ECUADOR

Noviembre 2022



FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

Reflexión Individual Sobre El Aprendizaje Generado A Partir De La Producción Y Post Producción De Cortometrajes, Animaciones, Eventos Del Proyecto, Con El Fin De Concientizar La Importancia De La Salud Mental De Las Personas

Para optar al grado de

Licenciatura en Comunicación Audiovisual y Multimedia

Elaborado por

Salomé Alexandra Muñoz Castillo

Guías del Proyecto

Santiago Toral Reyes

Ana Belén Ampuero Cabrera

GUAYAQUIL, ECUADOR

Noviembre, 2022



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

1.1 CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Salomé Alexandra Muñoz Castillo, autora del trabajo de titulación “Sistematización de Experiencia de Concientización sobre la Importancia Del Cuidado De La Salud Mental en Plataformas Digitales Dirigido A Jóvenes Universitarios de la Ciudad de Guayaquil del Proyecto Atentamente 2022”, 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, exoneró a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

Salomé Alexandra Muñoz Castillo
0704327659



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Salomé Alexandra Muñoz Castillo, en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Sistematización de Experiencia de Concientización sobre la Importancia Del Cuidado De La Salud Mental en Plataformas Digitales Dirigido A Jóvenes Universitarios de la Ciudad de Guayaquil del Proyecto Atentamente 2022”, 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.

Salomé Alexandra Muñoz Castillo
0704327659



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

1.2 CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Bryan Isaac Hidalgo Baque, autor del trabajo de titulación “Sistematización de Experiencia de Concientización sobre la Importancia Del Cuidado De La Salud Mental en Plataformas Digitales Dirigido A Jóvenes Universitarios de la Ciudad de Guayaquil del Proyecto Atentamente 2022”, 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.

[Bryan Isaac Hidalgo Baque](#)

0931777387



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Bryan Isaac Hidalgo Baque en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Sistematización de Experiencia de Concientización sobre la Importancia Del Cuidado De La Salud Mental en Plataformas Digitales Dirigido A Jóvenes Universitarios de la Ciudad de Guayaquil del Proyecto Atentamente 2022”, 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.

[Bryan Isaac Hidalgo Baque](#)

0931777387



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

1.3 CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, María Auxiliadora Reyes Avilés, autor del trabajo de titulación “Sistematización de Experiencia de Concientización sobre la Importancia Del Cuidado De La Salud Mental en Plataformas Digitales Dirigido A Jóvenes Universitarios de la Ciudad de Guayaquil del Proyecto Atentamente 2022”, 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.

María Auxiliadora Reyes Avilés

0926325184



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

María Auxiliadora Reyes Avilés en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Sistematización de Experiencia de Concientización sobre la Importancia Del Cuidado De La Salud Mental en Plataformas Digitales Dirigido A Jóvenes Universitarios de la Ciudad de Guayaquil del Proyecto Atentamente 2022”, 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 Auxiliadora Reyes Avilés

0926325184



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

1.4 CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Nayeli Vanessa Valero Franco, autor del trabajo de titulación “Sistematización de Experiencia de Concientización sobre la Importancia Del Cuidado De La Salud Mental en Plataformas Digitales Dirigido A Jóvenes Universitarios de la Ciudad de Guayaquil del Proyecto Atentamente 2022”, 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, exoneró a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.



Nayeli Vanessa Valero Franco
No. de cédula: 0925332355



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Nayeli Vanessa Valero Franco en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Sistematización de Experiencia de Concientización sobre la Importancia Del Cuidado De La Salud Mental en Plataformas Digitales Dirigido A Jóvenes Universitarios de la Ciudad de Guayaquil del Proyecto Atentamente 2022”, 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.

Nayeli Vanessa Valero Franco
No. de cédula: 0925332355



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

1.5 CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Ericka Daniela Villavicencio Sánchez,, autor del trabajo de titulación “Sistematización de Experiencia de Concientización sobre la Importancia Del Cuidado De La Salud Mental en Plataformas Digitales Dirigido A Jóvenes Universitarios de la Ciudad de Guayaquil del Proyecto Atentamente 2022”, 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.

Ericka Villavicencio
No. de cédula: 0930132360



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Ericka Villavicencio en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Sistematización de Experiencia de Concientización sobre la Importancia Del Cuidado De La Salud Mental en Plataformas Digitales Dirigido A Jóvenes Universitarios de la Ciudad de Guayaquil del Proyecto Atentamente 2022”, 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.

Ericka Villavicencio

0930132360



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

1.6 CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, María Emilia Vela González, autor del trabajo de titulación “Sistematización de Experiencia de Concientización sobre la Importancia Del Cuidado De La Salud Mental en Plataformas Digitales Dirigido A Jóvenes Universitarios de la Ciudad de Guayaquil del Proyecto Atentamente 2022”, 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, exoneró a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

María Emilia Vela González
No. de cédula: 0922518774



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

María Emilia Vela González en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Sistematización de Experiencia de Concientización sobre la Importancia Del Cuidado De La Salud Mental en Plataformas Digitales Dirigido A Jóvenes Universitarios de la Ciudad de Guayaquil del Proyecto Atentamente 2022”, 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 Emilia Vela González
No. de cédula: 0922518774



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

1.7 CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

María Belén Medina Albán, autora del trabajo de titulación “Sistematización de Experiencia de Concientización sobre la Importancia Del Cuidado De La Salud Mental en Plataformas Digitales Dirigido A Jóvenes Universitarios de la Ciudad de Guayaquil del Proyecto Atentamente 2022”, 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.

María Belén Medina Albán
0930061031



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

María Belén Medina Albán, en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Sistematización de Experiencia de Concientización sobre la Importancia Del Cuidado De La Salud Mental en Plataformas Digitales Dirigido A Jóvenes Universitarios de la Ciudad de Guayaquil del Proyecto Atentamente 2022”, 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 Belén Medina Albán
0930061031

Agradecimientos

Gracias a mis padres por su apoyo incondicional tanto por darme ánimos durante mi tesis, como por todas las cosas en las que han estado ahí para mí. Gracias por creer en mí y cada día empujarme a cumplir mis sueños y ayudarme a ser la mejor versión de mí misma. Sin ustedes, lo que he logrado hasta el día de hoy, no hubiese sido posible.

Gracias a mis hermanas, que estando o no cerca de mí, han sabido escuchar sin dudar, mis quejas, frustraciones, dichas y a su vez, haberme brindado sus consejos.

Gracias a mis gatitos, Chimuela y Galy, que, a pesar de ser animalitos, para mí han sido más que eso y han sido mi desestresante y alegría en los momentos en los que sentía que no podía más.

Gracias a nuestros guías, directivos del pap, y de la facultad, que han ayudado a que este proyecto se haya podido realizar.

Gracias a Dios por darme fuerzas y paciencia de donde no las tengo y bendecirme con cada cosa que hago.

Por último, gracias a mí misma, por haber dado todo de mí, levantarme cuando sentía que ya no podía, y, sobre todo, por saber aceptar los desaciertos y aciertos con buena actitud.

Resumen

El presente documento detalla el proceso de trabajo del equipo interdisciplinario del Proyecto Profesional AtentaMente 2022, con el propósito de presentar las actividades realizadas que fueron ejecutadas a partir de los objetivos planteados del proyecto en el presente año.

El proyecto AtentaMente en su segunda edición tiene la intención de continuar como un movimiento social relacionado a la salud mental, como una respuesta ante la emergencia sanitaria del COVID-19. Se direcciona a generar contenidos que sirven para concientizar e invitan a los ciudadanos a tomar acción y responsabilidad sobre su salud mental. Para lograr los objetivos del proyecto, se estructuró una campaña de comunicación digital que representa las bases de la identidad de marca y se enfocó en los tres principales puntos de acción del proyecto: Contenido digital, herramientas de apoyo y actividades de aprendizaje.

Por último, mencionar que el presente documento es el resultado del trabajo colaborativo de los estudiantes: Bryan Isaac Hidalgo Baque, Ericka Daniela Villavicencio Sánchez, María Auxiliadora Reyes Avilés, María Belén Medina Albán, María Emilia Vela González, Nayeli Vanessa Valero Franco, Salomé Alexandra Muñoz Castillo; y contiene El Informe de sistematización del Proyecto de Aplicación Profesional “AtentaMente”. Por tal razón, los contenidos aquí presentes están relacionados con los otros documentos de los estudiantes mencionados que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad de que ciertos capítulos se repitan, sin que esto implique plagio o copia intencionada.

Palabras Claves: Salud Mental, emociones, psicoterapia, concientización, jóvenes universitarios, covid 19.

ÍNDICE

Sección 01 - Antecedentes y contexto de la experiencia	20
Antecedentes	20
Referencias	23
Investigación del proyecto	24
Marco teórico	30
Sección 02 - Diagnóstico del problema e Hipótesis de mejora	37
Diagnóstico del problema	37
Hipótesis de mejora	38
Sección A - Fundamentos del Proyecto de AtentaMente 2022	41
Fundamentos organizacionales	41
Grupo objetivo	42
D. Objetivos del proyecto	43
E. Estructura organizacional	44
F. Personalidad y tono	47
G. Línea gráfica de la 2da edición	48
H. Participantes del proyecto	48
I. Cambios ante la primera edición	51
Sección B - Desarrollo de actividades por componentes	52
Componente 1: Estrategia Digital	52
Componente 2: Participantes externos en el proyecto	58
Componente 3: Actividades de apoyo	62
Diagrama de GANTT	65
Sección 03 - Reconstrucción Histórica de la Experiencia	66
Componente 1: Estrategia digital	66
Componente 2: Participantes externos en el proyecto	77
Componente 3 : Actividades de apoyo	83
Sección 04 - Compendio de Reflexiones Individuales	92
Reflexión individual generada a partir de la creación de la estrategia digital para concientizar la importancia de la salud mental en las personas en AtentaMente 2022. - María Auxiliadora Reyes Avilés	92
Reflexión individual sobre la dirección visual en la segunda edición de Atentamente 2022 realizada por la estudiante Ericka Villavicencio	101
Reflexión individual sobre el aprendizaje generado a partir de la producción y post producción de cortometrajes, animaciones, eventos del proyecto, con el fin de concientizar la importancia de la salud mental de las personas. - Salomé Alexandra Muñoz Castillo	105
Reflexión Individual sobre las Alianzas estratégicas con Sponsors, Influencers y Psicólogos. - Nayeli Vanessa Valero Franco.	111

Reflexión individual sobre el aprendizaje generado a partir de la comunicación, cobertura de evento, E-Book Anécdotas para acompañarte y edición de videos sobre la salud mental - María Emilia Vela	116
Reflexión individual sobre la estrategia de marca, branding del proyecto, y acciones en digital para AtentaMente 2022. - María Belén Medina Albán	120
Reflexión autocrítica sobre el papel del periodismo en el desarrollo de actividades del proyecto AtentaMente 2022 - Bryan Isaac Hidalgo Baque	125
Referencias Bibliográficas	130
Anexos	138

Sección 01 - Antecedentes y contexto de la experiencia

Antecedentes

En Ecuador, según el informe realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en 2020, existen 1.582 psicólogos, de los cuales el 83% trabaja en el sector público y el resto, en el privado. Estas cifras se vuelven preocupantes al ser comparadas con la población, pues el país tendría 0,93 psicólogos por cada 10.000 habitantes (Pesantes, 2020).

El mismo informe señala que el estrato socioeconómico más predominante del país es el C -, con el 49,3% de la población, por lo que en Ecuador el porcentaje de clase social media baja equivale a casi la mitad de los ciudadanos. Solo el 6% de dicha clase social cuenta con un seguro privado, lo que deja al otro 94% en las manos de la atención del Ministerio de Salud Pública. En enero del 2018, el MSP atendió aproximadamente a 42.823 pacientes en casos de salud mental. Los diagnósticos predominantes fueron los trastornos afectivos, neuróticos y de estrés. (Monroy, 2018).

Desde hace una década aproximadamente, el empleo juvenil ha incrementado por los cambios del mercado laboral. De acuerdo a la Organización Internacional del Trabajo, la formación tanto de educación básica, bachillerato y de tercer nivel son esenciales para desarrollar un trabajo decente (OIT, 2004). Sin embargo, las bajas calificaciones y la preferencia a las carreras “tradicionales” como Medicina y Educación privan a que alrededor de 100.000 bachilleres accedan a la educación superior (Machado, 2022). Es por ello que los jóvenes se inclinan por trabajar para así poder pagar sus estudios y ayudar en sus hogares.

No obstante, los jóvenes reciben un salario menor en comparación a los adultos. Las barreras para su inserción laboral son altas, puesto que no cuentan con un título universitario, trabajan en actividades y sectores de baja remuneración, y tienen una competencia laboral con

personas que cuentan con una mayor experiencia previa. A su vez, los sectores antes mencionados en los que usualmente trabajan los jóvenes universitarios son los que fueron más afectados por la emergencia sanitaria del Covid-19 (Ministerio del Trabajo, 2021). La dificultad para ingresar al mercado laboral y el desempleo, son causas que agravan los trastornos socioemocionales en los jóvenes estudiantes universitarios. Como ya se mencionó anteriormente, la oferta pública de atención a la salud mental es mínima comparada con la demanda de la población y la consulta privada resulta un privilegio para muchos.

El confinamiento por la pandemia, la crisis económica y el desempleo, la universidad y las clases virtuales, son algunos de los factores que aumentaron los casos de trastornos psicológicos en Ecuador y en todo el mundo. En función de la falta de especialistas en salud mental en el país y lo costoso que puede resultar un tratamiento privado, aparece la propuesta de AtentaMente en el año 2021. Desde el ámbito digital, busca aportar con el cuidado de la salud socioemocional de los universitarios guayaquileños a través de herramientas gratuitas que faciliten el acceso a la información.

AtentaMente es un Proyecto de Aplicación Profesional “PAP” de la Universidad Casa Grande de Guayaquil, coordinado por los docentes Santiago Toral Reyes, Máster en Comunicación Audiovisual, profesor de guión y escritor, junto a Ana Belén Ampuero, Máster en Marketing y Directora de Comunicaciones.

Como ya se mencionó anteriormente, este proyecto se originó en el año 2021 a raíz de la emergencia sanitaria causada por el Covid-19. Tras la aparición del virus, las personas se vieron obligadas a confinar para evitar la propagación del mismo, por lo que se aumentaron los casos de estrés y ansiedad por preocupación de desconocer lo que estaba sucediendo en el mundo.

La Organización Panamericana de Salud en su documento *Fortaleciendo las respuestas de salud mental a la Covid-19 en las Américas: un análisis de la política sanitaria y recomendaciones* menciona que a un tercio de las personas que padecen del virus, se les diagnosticó un trastorno neurológico o mental. En Ecuador, la tendencia antes mencionada se verifica, agravándose en el caso de los jóvenes. El sondeo de salud mental realizado a 782 adolescentes y jóvenes entre los 13 y 25 años por la plataforma U-Report Ecuador en mayo de 2021, revela que el 79% de los encuestados no pidió ayuda para manejar momentos difíciles o de estrés durante la pandemia por COVID-19, a pesar de necesitarla (Castro, 2021).

Para la segunda edición del AtentaMente de este año 2022, el proyecto se ha propuesto continuar con los objetivos a través de una campaña social-digital que promueve el cuidado de la salud mental, pero con un cambio significativo; enfocar su eje en la psicoterapia dirigida específicamente a los estudiantes universitarios guayaquileños.

Todo esto se ha trabajado con la ayuda de los profesionales del Colegio de Psicólogos Clínicos del Guayas, con quienes tenemos un convenio estratégico desde la primera edición. Ellos nos han brindado el soporte y sustento académico que se necesita para poder cumplir con el objetivo del proyecto.

AtentaMente se planteó seguir alimentando las plataformas ya creadas en el 2021: Instagram, Facebook y el portal web, con el objetivo de aumentar el alcance del mensaje proporcionado en dichos medios. Además, se trabajó de la mano de influencers y creadores de contenido, quienes han promovido e invitado a sus comunidades al aprendizaje y cuidado de su salud mental, compartiendo el contenido de nuestra cuenta. Vale recalcar que toda la información difundida en nuestros diferentes canales es avalada por profesionales de la salud mental, a través de nuestro convenio con el colegio de psicólogos.

Por otro lado, en esta segunda edición de AtentaMente hemos querido reforzar la estrategia comercial con el apoyo de auspiciantes y el convenio con el Colegio de Psicólogos del Guayas. Los auspiciantes para que aporten económicamente en el financiamiento de las diferentes actividades del proyecto, mientras que los convenios para que avalen la calidad del contenido que se ofrece alrededor de las etapas y que sean un soporte para un evento presencial planteado.

AtentaMente pretende cumplir un rol fundamental dentro de la difusión del cuidado de la salud mental para los jóvenes guayaquileños. La salud socioemocional es el estado completo del bienestar físico, mental y social (OMS, 2018). Es la forma en la que los pensamientos, sentimientos, emociones y conductas tienen un impacto dentro de la cotidianidad de las personas.

Referencias

Como parte del proceso de creación y ejecución de AtentaMente de este año 2022, se tomó como referencias otras cuentas sobre salud mental que nos permitieron conocer un poco más sobre las dinámicas, interacciones, contenidos que se suelen ofrecer a las personas interesadas y no interesadas en este tema. A continuación, presentamos información relevante de aquellas cuentas con las que más afinidad tiene nuestro proyecto y que pertenecen a diferentes países.

Activamente (<https://activamente.elclip.org/index.html>), es un proyecto ecuatoriano periodístico ubicado en una página web donde informan sobre la pandemia covid 19 y la salud mental. En dicha página se encuentran blogs de información, reportajes referentes a la salud mental. De aquí se tomó como guía el buen desarrollo y difusión de su contenido informativo que nos permitirá tener más fuentes de información.

Por otra parte, *Mente Sana* (@mentesana.ec), cuenta ecuatoriana con la Dra. Denisse Tafur, que tiene alrededor de 1,842 seguidores, utiliza la red de Instagram como un espacio dedicado a informar, hacer talleres y webinars en torno a la salud mental. Toda esta información es presentada a través de posts, historias, reels e incluso talleres que ofrece.

Otra similar es *Desansiedad* (@desansiedad), una cuenta mexicana de IG con 784 K seguidores, dedicada a hablar sobre psicoterapia, y que a su vez comparte tips de prevención en un contenido visualmente atractivo, y que además provee herramientas mediante podcast, webinars, o ejercicios para la casa. También, hace bastante uso de los reels para llegar a más personas y se expone tanto a ella misma como a otras personas.

Por último, *De salud hablamos* (@desaludhablamos), que ofrece sus servicios en varios países, es una comunidad en la que se comparten tips de prevención, explican las señales de algún trastorno y conceptos a través de situaciones del día a día, todo sobre la salud mental. Esta comunidad está ubicada tanto en Instagram como Tiktok, e incluso provee su número de contacto para las personas interesadas en contactarlos.

Estas tres cuentas nos ayudan a tener una visión más clara sobre el tipo de contenido y la manera en la que queremos acercarnos a nuestro grupo objetivo y fin del proyecto. Además, estas cuentas destacan y nos sirven como referencia en cuanto al tipo de contenido que publican (de índole cercana), así como la interacción que tienen con sus seguidores. Además, también algo que destacan es el diseño que tienen, es sencillo pero práctico y lo suficientemente llamativo para captar la atención de las personas.

Investigación del proyecto

Fue importante realizar una revisión bibliográfica de cómo se encuentra la problemática de la salud mental en la actualidad. Es así como se identificó que la tecnología y

plataformas digitales juegan un papel clave para mantener los tratamientos operativos a través de diferentes herramientas de conectividad.

Según un artículo de la revista Forbes del 2021, ha habido un aumento de sesiones de terapia psicológica online: Zoom y Google Meet. El 83 % de los millennials y el 75 % de la generación Z coinciden en que utilizan la música y podcast para reducir sus niveles de estrés y mejorar su salud mental en todo este transcurso de la pandemia. En el mismo artículo se menciona que, los medios por los cuales más se enteran de temas con respecto al bienestar y salud mental son redes sociales, su círculo social y en podcasts (Forbes, 2021).

Además, según un estudio llamado *El impacto del COVID-19 en la salud mental de adolescentes y jóvenes* (Unicef, 2020), indica que la situación general en los países latinoamericanos ha afectado el día a día de las personas jóvenes pues:

- El 46% de los jóvenes reporta tener menos motivación para realizar actividades que normalmente disfrutaba.
- El 36% de los jóvenes se sienten menos motivados para realizar actividades habituales.
- El 43% de las mujeres se sienten pesimistas ante el futuro.

Para una mejor comprensión sobre la salud mental, se realizó un mapeo de stakeholders considerando quiénes serían las personas, organizaciones o empresas interesadas. Entre ellos estuvieron, la psicóloga María Luz Pólit, los expertos del Colegio de Psicólogos Clínicos del Guayas, personas que han tenido experiencia en ir a terapia e incluso aquellas que tienen un interés por conocer más sobre la salud mental. Posteriormente a eso, mediante una reunión junto a los miembros del grupo y los stakeholders, se realizó una lluvia de ideas en la que se analizaron e identificaron diferentes puntos claves.

Entrevista

A través de una entrevista con la psicóloga clínica, María Luz Pólit, se indagó sobre qué temas o situaciones que afectan el bienestar mental debemos tener en cuenta para prevenir correctamente a nuestra comunidad.

“El empeoramiento de la salud mental causa un bajo rendimiento académico, también los problemas en las relaciones interpersonales, la carencia de salud pública psicológica, cómo lidiar con los diferentes tipos de estrés, herramientas prácticas para lidiar con la ansiedad” (Pólit, 2022)

A partir de la investigación bibliográfica, junto a la asesoría de expertos en el área, se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es la valoración de los habitantes de Guayaquil con respecto a la salud mental en el año 2022?

Para el desarrollo de la pregunta se llevó a cabo una investigación de enfoque mixto, dirigida a los habitantes de Guayaquil, para lograr identificar el problema sobre el cual se trabajaría en la segunda edición del proyecto. Como técnicas se utilizaron entrevistas, encuestas y un foro de Facebook.

Foro

Como primera herramienta de desarrollo, se realizó un foro en Lady Multitask, un grupo de Facebook de todas las edades, que tiene como finalidad el apoyo entre mujeres a empoderar. (Anexo 1). Ahí se les preguntó a las usuarias: ¿Qué factores creen que afectan o alteran su salud mental?

Se obtuvieron 22 respuestas en total. Las respuestas se relacionan con el mal ambiente laboral, relaciones tóxicas, situación económica y autoestima. Para entender mejor la actividad algunos de los comentarios de las usuarias serían:

María (Nombre protegido), “Guardarte los problemas y no dejarlos aflorar. Creer que somos súper poderosas y que todo lo podemos. La parte económica. Resentimientos no superados”.

Laura (Nombre protegido), “Relaciones no sanas. Mala alimentación. Dificultad para gestionar nuestras emociones. Problemas económicos. Falta de ejercicio físico. Problemas de pareja. Aislamiento social”.

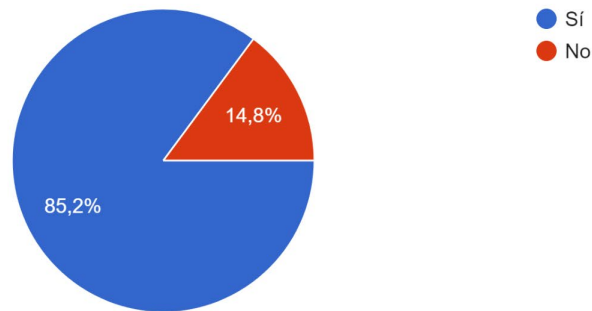
Lady (Nombre protegido), “Un pésimo ambiente laboral. Algunas empresas aún no tienen respeto al trabajador en ningún aspecto y es allí donde pasas a veces más tiempo que con tu familia o amistades”.

Encuestas

Otra herramienta utilizada fue el desarrollo de una encuesta inicial en la plataforma de Google Forms, (Anexo 2), que tenía como objetivo conocer el interés de las personas por la salud mental y las diferentes herramientas que ayuden a su bienestar emocional y mental. Se difundió a través de la cuenta de Instagram de AtentaMente (@atentamente.ecu). Obtuvimos un total de 135 respuestas, y surgieron los siguientes resultados y hallazgos:

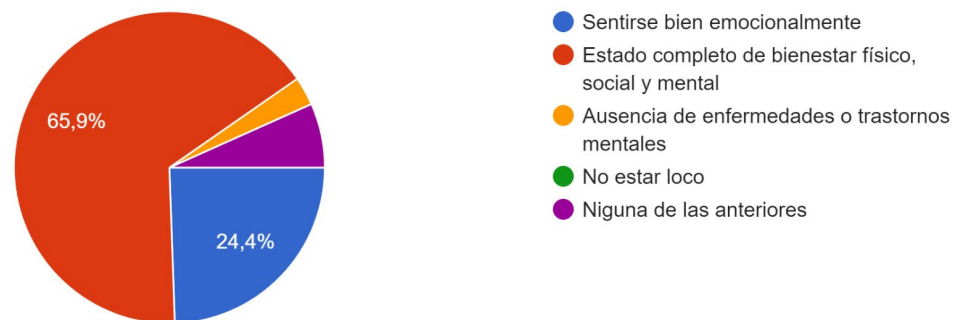
- El 85,2% (115 encuestados), afirman haber escuchado más sobre salud mental con respecto al año pasado.

¿Has escuchado más sobre la salud mental en este año comparado al año anterior?
135 respuestas



- El 65,9% (89 encuestados) entienden que la salud mental es un estado completo de bienestar físico, social y mental.

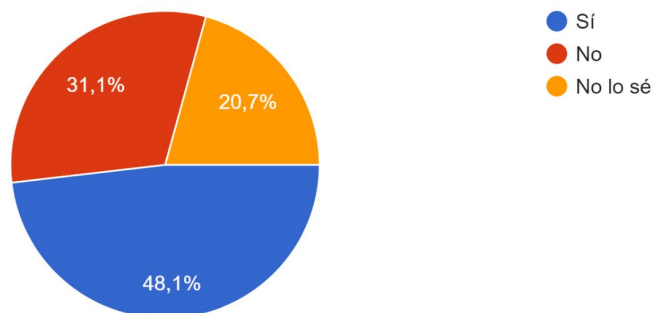
¿Qué entiendes por salud mental?
135 respuestas



- El 31,1 % (42 encuestados) muestran desinterés en tomar acciones necesarias para cuidar de su salud mental o bienestar.

¿Tomas acciones en tu vida diaria para tu bienestar emocional y mental? (Asistir a terapia , aplicar herramientas para lidiar con los problemas,etc.)

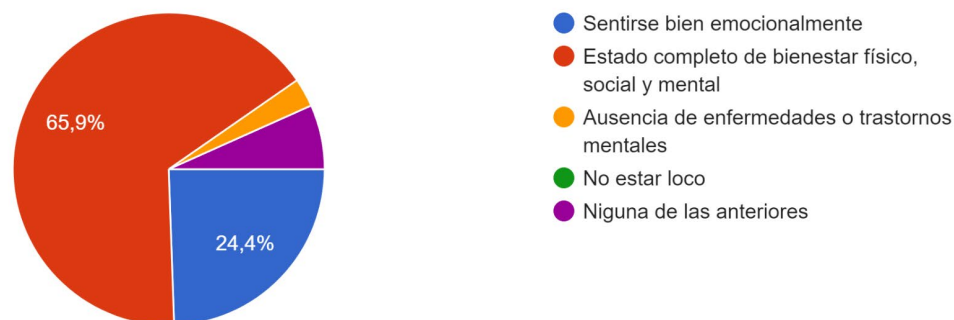
135 respuestas



- El 65.9% (89 encuestados) entienden por salud mental al estado completo de bienestar físico, social y mental.

¿Qué entiendes por salud mental?

135 respuestas



Con esto podemos concluir que, aunque existan personas interesadas en conocer más sobre la salud mental, aún hay cierto porcentaje que necesita conocer sobre la importancia de esta y, sobre todo, de conocer información relevante, didáctica y de ayuda para ellos.

Marco teórico

Salud Mental

La salud mental, etimológicamente hablando, proviene del latín ‘salus’, que se refiere al estado en que el ser orgánico ejerce normalmente todas sus funciones (Davini, Gellon De Salluzi, Rossi, 1978). Por la falta de conocimiento y conciencia, en ocasiones, el término “salud mental” se usa para referirse a la ausencia de un trastorno mental. Esto entendiendo a los trastornos mentales como “una alteración de tipo emocional, cognitivo y/o comportamiento, en que quedan afectados procesos psicológicos básicos como son la emoción, la motivación, la cognición, la conciencia, la conducta, la percepción, la sensación, el aprendizaje, el lenguaje, etc.” (AVIFES, s.f.). Sin embargo, la Organización Mundial de la Salud (2022) resalta que la salud mental es más que la mera ausencia de trastornos mentales. La salud mental se fija también en cuidar el bienestar emocional de la persona. Según Alarcón (1986), psiquiatra y profesor emérito de Psiquiatría en la Facultad de Medicina de Mayo Clinic, indica que “la salud mental es el estado de equilibrio y adaptación activa y suficiente que permite al individuo interactuar con su medio, de manera creativa, propiciando su crecimiento y bienestar individual”. Es por esta razón que las personas se han visto en una necesidad en la que deben tomar acciones sobre su salud mental.

Si bien en la actualidad el tema de la salud mental ha sido más abiertamente discutido, la situación de la misma, antes de la emergencia sanitaria del Covid 19 en el país ya era discutida entre las autoridades del país. En Ecuador, el Plan Nacional de Salud Mental 2020-2025 reconoció el hecho de que las principales causas de muerte en el país estaban vinculadas a la salud mental (Ministerio de Salud Pública, 2019). No obstante, no se tomaban acciones para solucionar este problema. Pero tras la pandemia y el notable incremento de problemas psicológicos que estaba y se sigue presentando en la sociedad, la demanda sobre profesionales

en esta área para la ciudadanía ha aumentado. Según una encuesta en España y realizada a 1.787 psicólogos y recogida durante los meses de agosto a octubre por la Asociación Americana de Psicología (APA), se demuestra que “se ha observado un aumento notable de consultas de pacientes con ansiedad y depresión desde el inicio de la pandemia de coronavirus, así como de las solicitudes de intervenciones psicológicas a través de la modalidad de videoconferencia o telefónica”.

Incluso según la investigación de Berta Ausín Benito, profesora e investigadora de la Facultad de Psicología de la Universidad Complutense de Madrid sobre el impacto psicológico de la covid-19 en España:

“A partir de una muestra de 3.480 personas representativas de la población general española, hasta el 40% de los sujetos del estudio refería sintomatología de salud mental un año después del inicio de la pandemia, siendo los jóvenes y las mujeres la parte de la población más afectada” (Oliver D, 2022).

Lo que nos lleva a concluir que los estragos tras la emergencia sanitaria en la salud mental, siguen ocurriendo. Y se podría considerar que los jóvenes universitarios son uno de los grupos que más se ha visto afectado. Según un reporte realizado por Activamente en el año 2020, “la Universidad Católica de Cuenca pasó de atender un promedio de 85 pacientes por semestre a 150, la Universidad de Cuenca atendió 140 casos, y la Universidad del Azuay 80 alumnos por mes, en estudiantes de entre 18 y 25 años de edad”, incluso nos llegan a indicar que “desde marzo de 2020 aumentaron hasta seis psicólogos, con atenciones en línea las 24 horas” (Montaño, 2020).

Y es que durante la pandemia, se ha evidenciado que las causas más comunes que provocan un decaimiento de la salud mental, no son los trastornos mentales, sino los asuntos cotidianos a los que las personas se ven expuestas, “La mayoría de los malestares

psicosociales no pueden suscribirse bajo los prefijos de trastorno psiquiátrico, sino que son respuestas psíquicas a la angustia y que deben analizarse, como se verá, desde un enfoque no estructural ni patológico, sino contextual” (Egas et al., 2020).

El 12 de marzo del 2020 en el Centro de Psicología Aplicada (CPsA) de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), se propuso varias modalidades de trabajo como la “virtualidad, teleasistencia y uso de herramientas digitales se plantearon como alternativas para continuar con la atención psicológica a los usuarios regulares” (Egas et al., 2020).

En este proyecto se ha considerado el crear consciencia no solo de la importancia de la salud mental, sino también del acudir a un profesional que brinde la ayuda pertinente para cada caso particular. Todo esto, se ha realizado por medio de las redes sociales que se han convertido en una herramienta importante que permite el fácil acceso a información que la gente necesita. Según Raigosa (2020), las personas “están buscando influenciadores o líderes de opinión que les den información confiable sobre temas específicos”. En este marco, se considera la creación de material audiovisual llamativo principalmente, ya que según el estudio de Global Web Index:

En general, las personas también consumen más videos cortos, que estén entre 15 y 60 segundos (33%), así como fotos e imágenes (32%), seguidas por críticas a diversos aparatos o artículos que las personas quieran adquirir (32%), así como a los videos de preguntas y respuestas (27%), en los que se genera una interacción con los usuarios. (Raigosa, 2020)

Emociones

Según Fernández-Abascal y Jiménez (2010), se define a las emociones como “un proceso psicológico que nos prepara para adaptarnos y responder al entorno. Su función principal es la adaptación que es la clave para entender la máxima premisa de cualquier

organismo vivo: la supervivencia”. Y de esta misma manera, según Aguado (2014), “Las emociones constituyen una respuesta afectiva transitoria de las personas, que nos predisponen a realizar una acción congruente con cada una de ellas”. Esto quiere decir que lo que sentimos es producto de situaciones de las cuales no somos totalmente conscientes, pero que, sin embargo, actúa como un reflejo ante lo que atravesamos. Es por esto que como ya fue mencionado, cumplen con una función que permite nuestra supervivencia como seres humanos, por lo cual es normal sentir las y también expresarlas. Debido a lo mencionado, se considera que las personas sufrieron grandes cambios emocionales durante e incluso después de la emergencia sanitaria del COVID 19 debido a los distintos cambios que hemos sido expuestos. Según una investigación en Argentina, según (Johnson et al. 2020), en los resultados “Se advierte un impacto en la salud mental, expresado en sentimientos de miedo, incertidumbre y angustia, propios de un sentido de ruptura en la cotidianidad y pérdida de previsibilidad que supone esta pandemia, especialmente el aislamiento que conlleva”. De igual manera, otro estudio realizado en la India según Johnson et al. (2020) destaca: “El alto porcentaje de personas que expresaron preocupación e incertidumbre frente al COVID-19 (80%) y un porcentaje aún mayor que señala la necesidad de contar con apoyo profesional para reducir el impacto en su salud mental”. Por lo que se podría determinar que las emociones que mayormente se ven reflejadas en las personas durante e incluso después de la emergencia sanitaria, son emociones como la ira, el miedo, angustia, depresión que son ocasionadas por esa incertidumbre de ¿qué pasará?

Según Ekman (2017), psicólogo estadounidense pionero en el estudio de las emociones y su expresión facial, en su libro, *El rostro de las emociones*, nos llega a explicar cómo hacer que determinadas situaciones nos dejen de afectar tanto emocionalmente. Esto quiere decir que, como seres racionales, debemos aprender a vivir con ellas. Además, nos relata cómo las micro expresiones, “son universales, independientemente de la época, país,

cultura, idioma, etc.”. Por lo que sentir estas emociones es algo natural como seres humanos. Estamos determinados a aprender a vivir con ellas para nuestra propia supervivencia. Y es debido a esto que el asistir a terapia es importante cuando estas se salen de nuestro control.

Como seres humanos, existen distintas emociones que experimentamos. Sin embargo, hay 6 que son básicas que se presentan en la vida diaria: Alegría, sorpresa, ira, miedo, asco y culpa. Pese a esto, es importante tener presente que no existen emociones negativas ni positivas. A diferencia de lo que creemos, estas son llamadas: Funcional y Disfuncional. Teniendo esto en consideración, según Aguado (2014), las emociones funcionales son la Alegría, Miedo, Tristeza, Ira y Amor, mientras que las disfuncionales son la Euforia, Ansiedad, Depresión, Violencia y Dependencia afectiva.

Estrés

El estrés, según AA. VV (2010), es la castellanización del término sajón stress, cuyo significado etimológico es “tensión”. Esto se refiere a la activación fisiológica que se produce en un organismo vivo, cuando requiere y necesita adaptarse a una nueva situación a lo que no se está acostumbrado. Así mismo, según McEwen (2000), un neuro endocrinólogo estadounidense y director del Laboratorio de Neuroendocrinología Harold and Margaret Milliken Hatch de la Universidad Rockefeller, el estrés puede ser definido como una amenaza real o supuesta a la integridad fisiológica o psicológica de un individuo que resulta en una respuesta fisiológica y/o conductual. En medicina, el estrés es referido como una situación en la cual los niveles de glucocorticoides y catecolaminas en circulación se elevan”.

Esta respuesta que tiene nuestro cuerpo ante ciertas situaciones, cambios que pasamos como seres humanos, es más común de lo que parece, y de hecho es una de las razones por la cual las personas tienden a enfermarse más rápido. Según la Asociación Americana de

Psicólogos (2008), “el estrés también puede afectar su salud física debido a los mecanismos internos de respuesta que tiene el cuerpo humano”.

Hay que entender que tanto las situaciones positivas como las negativas pueden ser activadores de estrés, eso quiere decir que no siempre es perjudicial, sino que en ocasiones sirve como un incentivo para lograr las metas. Sin embargo, cuando el estrés se mantiene de una manera constante a niveles que puede llegar a enfermar, sus consecuencias negativas pueden ser varias. Esto se explica con los términos del estrés y el distrés.

El primero de ellos, el estrés, también llamado buen estrés, corresponde a aquella tarea o encargo cuya respuesta es constructiva, agradable, gratificante, y placentera, esa estimulación permite alcanzar resultados positivos y como consecuencia satisfactorios. Experimentar este tipo de estrés crea una sensación de bienestar y una actitud de confianza ante la vida. Se cree que una persona pasa por esta situación cuando tiene que enfrentarse a un momento estresante, en este caso las exigencias son altas, pero no sobrepasan sus recursos y la persona se siente capaz, incluso de apostar su motivación (Fernández Martínez, 2009).

Al contrario, el distrés, presenta una estimulación desagradable y frustrante. En esta situación las necesidades pueden superar los recursos de la persona, se enfrenta a un dilema. Se siente incapaz de responder con eficacia y el cuerpo experimenta una activación psicofisiológica negativa como en los sentimientos, sensaciones corporales, emociones y pensamientos que provocan malestar. Si el sufrimiento es muy frecuente, el proceso puede tener efectos nocivos sobre la salud física y mental (Fernández Martínez, 2009).

En Ecuador, el impacto de la pandemia del COVID-19 hasta la fecha ha traído consecuencias que han afectado el ámbito social y económico de diversas formas, incluyendo la salud mental. Esta crisis sanitaria ha provocado un aumento en el desarrollo de trastornos psiquiátricos, incluyendo al estrés, debido al confinamiento, que ha llevado a la búsqueda de

soluciones de los problemas sociales, y la poca relevancia que ha tenido el bienestar emocional. Según un artículo de la revista científica *La Ciencia al Servicio de la Salud y la Nutrición* (2022) en un estudio realizado en los meses de agosto a septiembre del 2020, que describió el estado de la salud mental de los ecuatorianos durante el confinamiento por la pandemia por COVID-19. Se evidenció que los niveles de estrés, aumentaron sobre todo en adultos jóvenes considerados como la población económica activa, quienes en la mayoría de los casos se encontraban en la fase final de sus estudios universitarios; se plantea que este grupo enfrentó varios retos durante la pandemia tales como; continuación de labores académicas en modalidad online, necesidades económicas y quienes tratan de abrirse un espacio en el mercado laboral y que, debido a la restricciones, sus oportunidades se vieron disminuidas.

Psicoterapia

Según la Asociación Americana de Psicología (2012), “la psicoterapia es un tratamiento de colaboración basado en la relación entre una persona y el psicólogo”. Este proceso entre ambas partes, puede dar paso a que el involucrado encuentre en sí lo que tanto buscaba y no lo hacía, puesto que incluso según la OMS (2017), afirmó que “la psicoterapia puede ser tan efectiva como los fármacos en el tratamiento de la depresión, convertida en la mayor causa de mala salud y de discapacidad en el mundo con 322 millones de personas afectadas”.

En la guía clínica de la psicoterapia, de los muchos psicólogos que se mencionan en el documento, el psicoanalista Wolberg LR la define como:

“Un tratamiento, por medios psicológicos, de problemas emocionales, en el que se establece deliberadamente una relación profesional-paciente con el objeto de:
Retardar, modificar o eliminar síntomas existentes, mediatizar patrones de conducta

perturbados; y promover el crecimiento positivo de la personalidad y el desarrollo”. (Bernardi, R, et al, 2004, p.99).

Este tipo de tratamiento adopta varios enfoques terapéuticos que pueden ayudar a las personas a entender la causa de sus enfermedades o trastornos mentales, y empezar a fijarse en patrones de pensamiento más saludables que apoyen la vida cotidiana y disminuyan el riesgo de aislamiento y autolesión. La terapia cognitiva conductual, de exposición y la dialéctica conductual son algunos ejemplos.

Sección 02 - Diagnóstico del problema e Hipótesis de mejora

Diagnóstico del problema

A raíz de los datos recopilados en la investigación, se llevó a cabo la elaboración del árbol de problemas, que permitió reconocer las causas y consecuencias que aparecieron en torno al bienestar socioemocional de la población. El problema central encontrado es la escasa valoración de la importancia de la salud mental de los habitantes guayaquileños.

Como de la salud mental no se habla y queda en el olvido frente a las demás adversidades que se presentan día a día, se la ha rodeado de estereotipos, poca información de valor y eso ha generado una falta de prevención o detección temprana de síntomas de un posible inconveniente relacionado a la salud mental.

Existen varias causas críticas se le pueden atribuir a este problema central identificado:

1. No hay una responsabilidad social por difundir información sustentada que hable de salud mental.
2. Las personas desvalorizan y minimizan sus sentimientos, pensando que únicamente deben ir a terapia por razones extremas.

3. No identifican las herramientas u opciones que les ayudan a tener equilibrio o balance, y por consiguiente una relativa buena relación con su salud mental.

Para determinar estas causas críticas se consideró lo siguiente:

- Desconocimiento y estigmas sociales sobre las razones por las cuales se debería asistir al psicólogo.
- Poca profundización sobre los conceptos de salud mental y los problemas que conlleva por parte de la sociedad. Sistemáticamente, asistir a una terapia psicológica está ligado con “desbalances”, “problemas”, o “debilidad”.
- Desvalorización profesional debido a que no existe un vínculo previo a la cita médica.
- Dependencia emocional con personas cercanas o de mayor confianza.

Estos datos fueron analizados a partir de la causa estructural definida: Nuestra sociedad no prioriza temas de cuidados sobre salud mental y prevención.

Al mismo tiempo se estableció como efecto macrosocial al aumento de trastornos mentales a causa del empeoramiento de la salud mental. Sin lugar a dudas, el hecho de que las personas no atienden sus diferentes problemas da como resultado bajos niveles de energía, cansancio, problemas de sueño, problemas al relacionarse socialmente, desórdenes alimenticios, entre otros. Estos podrían ser un factor clave al momento de llevar un estilo de vida sano, debido a que toda nuestra estabilidad externa no permitirá a las personas disfrutar de una vida en bienestar de manera integral.

Hipótesis de mejora

Con la investigación y la creación del árbol de problemas, se creó una propuesta para direccionar la finalidad del proyecto, y se programó una reunión con convenio del Colegio de Psicólogos Clínicos del Guayas. En la reunión se presentaron los resultados de la encuesta,

entrevistas, investigación bibliográfica sobre conceptos claves de la salud mental, el conocimiento que en esa instancia tenía la unidad de análisis respecto a este tema y el tipo de terapia con el que se quería trabajar en un principio, el Arteterapia.

La reunión fue satisfactoria para ambas partes, pues se debatió acerca del tipo de terapia escogida previamente y se analizó la funcionalidad de la misma. Hubo un acuerdo entre ambas partes y se decidió trabajar con la Psicoterapia y no con la Arteterapia como una de las formas principales de actuar frente a esta problemática desde la prevención y no intervención. Al plantear la arteterapia como eje del proyecto, los expertos indicaron que sería una dificultad pues se estaría interviniendo en la susceptibilidad de los pacientes y ello implicaría un tratamiento profesional más personalizado y prolongado que excede nuestra propuesta como AtentaMente. Este cambio implicó replantear las actividades que se tenían en mente realizar.

A partir de la investigación realizada y el árbol de problemas se realizó un Marco Lógico (Anexo 4) que nos ayudó con la base para poder elaborar nuestro proyecto.

Tabla 1

Matriz de Marco Lógico

	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Finalidad			
Concientizar sobre la importancia del cuidado de la salud mental en los jóvenes universitarios de 18 a 27 años en la ciudad de Guayaquil, durante los meses Julio a octubre del 2022.	Aumento de personas que busquen o reciban programas de prevención junto a profesionales debido al deterioro de su salud mental.	Consulta a Psicólogos Ministerio de salud APA	

Propósito		
Incentivar la valoración de la salud mental entre los habitantes de Guayaquil en el año 2022	-En la primera edición del proyecto obtuvieron el alcance de su mensaje de concientización en 54k cuentas. Para esta edición 2022 buscamos aumentar un 20% el alcance (10.800 cuentas más).	Instagram Business Manager Encuestas Cuestionario de satisfacción Comparación con edición 2021
		<ul style="list-style-type: none"> - Incremento de personas que asistan a terapia psicológica - Las personas tienen más conciencia sobre la importancia de la salud mental en su vida diaria.
Componentes		
C1: Lograr que los guayaquileños reconozcan la importancia de la salud mental mediante una estrategia digital	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de interés que nuestros seguidores le dan al contenido publicado. -Obtener un 75% los seguidores (+525 seguidores) al finalizar la edición 2022 en IG -Conseguir un mínimo de 450 seguidores a raíz de la creación de la cuenta en Tik Tok -Aumentar en un 30% las visitas a la página web (+75) -Crear mínimo 3 lives en Instagram (1 por etapa) 	<ul style="list-style-type: none"> - Data de Instagram - Estadísticas de TikTok - Data de WIX
C2: Lograr que nuestros seguidores tengan mayor conocimiento general sustentado con fuentes verificadas de conceptos sobre la	<ul style="list-style-type: none"> -Renovar un nuevo convenio con profesionales especializados para asesoramiento del contenido digital a compartir. -Generar alcance con un mínimo de 5 psicólogos e influencers que apoyen al crecimiento de AtentaMente 2022, y que 	<ul style="list-style-type: none"> -Lista de auspiciantes contactados -Lista de influencers contactados - Documentación audiovisual de reuniones con el convenio -Encuesta de entrada y
		<ul style="list-style-type: none"> - Los medios de comunicación hablan más sobre la salud mental - Aumento de información avalada por psicólogos en las cuentas de generadores de contenido que hablen sobre la salud mental - Las personas dejan de romantizar la salud mental en las redes sociales - Más personas hablan sobre la salud mental abiertamente.

salud mental.	participen en las actividades realizadas	salida	
	-Aprendizaje obtenido en el transcurso de la edición 2022 mediante las actividades realizadas		
C3: Lograr que las personas tengan actividades de apoyo que ayuden a su bienestar emocional	-Creación de un evento presencial junto a profesionales que hablen sobre la salud mental.		
	-Información brindada por los expertos que impartirán el taller	-Estadísticas de Instagram	
	-Expectativas y experiencias de los participantes al taller presencial	-Entrevista a expertos que imparten el taller - Entrevista a participantes	
	-Nivel de satisfacción entorno al contenido presentado durante el evento final, el cual sería un taller presencial	-Escala de Likert	

Fuente: AtentaMente

Es así, como en esta segunda edición se definieron actividades que se explicarán a más detalle más adelante para la construcción del proyecto y también hacia la comunidad. Estas fueron creadas a partir de los componentes/resultados esperados y que a su vez fueron generados a partir de la Matriz de Marco Lógico

Sección A - Fundamentos del Proyecto de AtentaMente 2022

Fundamentos organizacionales

El equipo de la 2da edición de AtentaMente actualizó la misión, visión y valores del proyecto, enfocándose de manera macro a los objetivos del proyecto.

A. Misión

Promover el cuidado de la salud socioemocional en los universitarios guayaquileños

B. Visión

Ser una comunidad global que promueva el cuidado de la salud socioemocional para un Ecuador y un mundo más sano.

C. Valores

A continuación, enumeramos los valores escogidos de acuerdo a las expectativas de cada miembro del equipo. Los presentes valores son el reflejo de cada uno de nosotros y que influyen en una mejor elaboración del proyecto.

1. Responsabilidad
2. Empatía
3. Respeto
4. Trabajo en equipo
5. Honestidad
6. Compromiso
7. Proactivos
8. Organización

Grupo objetivo

El grupo objetivo escogido para la segunda edición del proyecto en el año 2022 se enfocó en los jóvenes universitarios entre 18 y 27 años de la ciudad de Guayaquil, que deseen cuidar de su salud mental.

Se considera que este grupo objetivo es el adecuado para nuestro proyecto puesto que están atravesando muchas etapas de cambio, como el paso del colegio a la universidad, la entrada a su primer trabajo, primeras relaciones importantes dentro del ámbito personal y familiar, entre otros.

La UNICEF publicó el artículo web llamado *1 de cada 7 adolescentes tiene un problema de salud mental diagnosticado* (s.f.) donde mencionan que cada año, aproximadamente 46.000 jóvenes se suicidan anualmente. En el estudio publicado en la Revista Molecular Psychiatry y liderado por el Hospital Clínic de Barcelona mencionan que este suceso podría estar ocurriendo debido a que durante los primeros 25 años de una persona es cuando empiezan a aparecer ininterrumpidamente los trastornos mentales, en caso de padecerlos (Vivas, 2021). Además, el estudio antes mencionado de la UNICEF también menciona que los sentimientos que más experimentaron los ecuatorianos de entre 13 y 30 años durante la pandemia fueron la ansiedad, preocupación y depresión. Dichos datos demuestran que las personas de este rango de edad necesitan información y concientización sobre el cuidado de su salud mental.

D. Objetivos del proyecto

De acuerdo al desarrollo de la investigación y al grupo objetivo elegido, se crearon los siguientes objetivos que han ayudado a guiar al proyecto junto con la respectiva medición de resultados:

Objetivo principal

Continuar la concientización sobre la importancia del cuidado de la salud mental en los jóvenes universitarios de 18 a 27 años en la ciudad de Guayaquil, durante los meses mayo a octubre del 2022.

Objetivos específicos

- Brindar información avalada por el Colegio de Psicólogos Clínicos del Guayas, en la cual se comunique sobre el correcto manejo de las emociones y el estrés, además de los beneficios de asistir a psicoterapia.

- Comunicar mediante diferentes formatos digitales para captar la atención de nuestro grupo objetivo.
- Crear una campaña digital que nos permita aumentar el alcance de nuestro mensaje en un 20% (10.800 cuentas alcanzadas más a comparación de la métrica de 54k del año pasado).

E. Estructura organizacional

AtentaMente está conformado por siete personas de diferentes áreas comunicacionales que han permitido la creación y ejecución del proyecto de la manera más eficaz y óptima posible. Todas las áreas han trabajado en los diferentes componentes/resultados esperados que se desean obtener. Sin embargo, cada carrera se destacó o lideró en alguno de ellos dependiendo de lo que se requería. Las carreras implicadas son:

- Comunicación Audiovisual y Multimedia: Desde el área multimedia se ha propuesto y creado contenido audiovisual atractivo. Los componentes desde donde más se aportó fueron:
 - La creación de cortometrajes: Se inició con la información proporcionada por los especialistas para posteriormente crear un guión que aporte alto contenido de valor a nuestros seguidores. Luego se desarrolló un desglose de guión (vestuario, locaciones, elementos) y un plan de rodaje con los actores y actrices, estudiantes de la carrera de Artes Escénicas de la Universidad Casa Grande. (Anexo 7).
 - Creación de animaciones: Posteos dinámicos realizados con Adobe After Effects y Adobe Illustrator. En algunas ocasiones se realizaron gráficas específicas de acuerdo a la idea planteada y se escogía la música instrumental ideal para el video.
 - Lives en Instagram con un profesional de psicología y un influencer: Se elegía un tema y una guía de preguntas según lo planteado por el equipo de AtentaMente.

Además, se realizaron reuniones previas con los psicólogos que no sabían cómo ingresar al Live para evitar cualquier problema técnico.

- Se realizó cobertura de evento tanto en el taller, como en la presentación del E-book. Para esto, se pidió prestado a la universidad equipo para poder recopilar material audiovisual. Posteriormente, se editaron las fotos y un video recopilatorio para subirlo a las redes y que queden como registro.
- Se propuso música al ambiente para el evento final y hubo coordinación para obtener el lugar donde sería el evento final (Anexo 8).

Se ha involucrado contenido en tendencia de otras plataformas como TikTok, para implementar en los canales digitales de AtentaMente, mismos que han ayudado a atraer nuevos seguidores a la comunidad para obtener un mayor interés en seguir el contenido que se publica en nuestra red.

- Periodismo: Se aplicaron herramientas fundamentales del periodismo y recolección de datos para el desarrollo del proyecto a nuestro grupo objetivo, profesionales y miembros de la comunidad como: las entrevistas, los grupos focales, encuestas, pruebas de entrada y salida, las investigaciones documentales y la investigación de campo. También, se realizó acercamiento a medios de comunicación para la difusión del PAP y el taller experiencial, Evento Mindness, mediante boletín de prensa. Y, se abrió un espacio en un canal de radio nacional. Además, se produjo parte de la redacción del contenido web.
- Marketing:

Desde el área de Marketing, se trabajó proporcionalmente de manera igual dentro de los 3 componentes.

Se lideró en el componente 1:

- Se guió al equipo en la creación de la misma.
- Se realizó la hipersegmentación del grupo objetivo.
- Se actualizó los pilares de contenido.
- Se realizó la creación de los copys y captions junto a la búsqueda de referencias para el posterior diseño de los posteos.
- Se creó la estrategia de reels + sumarse a tendencias de manera conceptualizada para aumentar las estadísticas de alcance y engagement.
- Se crearon métricas y objetivos a alcanzar del proyecto, en comparación a la data proporcionada por la primera edición.
- Se creó y manejó la pauta de los posteos durante la etapa 2 y 3, además de una específica para los posteos relacionados al evento.

Dentro del componente 2 se trabajó en:

- Crear alianzas estratégicas con auspiciantes para solventar económicamente el proyecto.
- La comunicación para conseguir influencers y psicólogos que participen en la difusión del proyecto.

Por último, dentro del componente 3 se trabajó en:

- La conceptualización de la comunicación para el taller presencial.
- Se hizo de anfitrión dentro de 1 de los lives por Instagram.
- Se realizó el presupuesto para el taller presencial.

- Diseño:

De acuerdo a los lineamientos del grupo y línea gráfica del año anterior, se llevó a cabo la creación de contenido didáctico que pueda ser agradable para la comunidad. Así mismo, se integró dinámicas dentro de las piezas para incentivar a los seguidores a adueñarse de la iniciativa del proyecto y ser parte del cambio. Todo el contenido realizado por el área de diseño fue revisado y avalado por la Federación de psicólogos, asegurándose de no romantizar ni desinformar.

Además, otro de los papeles del área fue la subida de los blogs a la página web, para así evitar el mal uso de tipografías, colores, y tamaños a lo largo de la planificación.

F. Personalidad y tono

Desde la primera edición del proyecto Atentamente, la personalidad de la marca ha sido bastante clara desde el inicio. El arquetipo definido para la marca se mantiene como el de *cuidador* debido a que el propósito de la marca está alineado con el espíritu de servicio hacia los integrantes de la comunidad, impartiendo desde la experiencia y el conocimiento, información verificada para todos quienes son parte de ella. La personalidad de la marca, según las cinco dimensiones de Jennifer Aaker (1997), la ubicamos en la dimensión de “Sinceridad”. Las características y valores de la marca, tales como: cercanía, honestidad, interés por ayudar, amigable, entre otras, son parte de la brújula que guía a la marca a poder cumplir su propósito de ser la plataforma de información verificada y digerible sobre la salud mental.

El tono que se utilizó durante esta segunda edición, continúa siendo cercano y amigable. Parte de la finalidad del estilo de comunicación que hemos manejado en esta segunda edición fue la identificación con las publicaciones que realizáramos. Una de nuestras premisas al momento en que se creó el contenido fue: ¿Qué necesitaba escuchar o leer yo para poder sobrellevar esta situación?

G. Línea gráfica de la 2da edición

Para esta nueva edición, se integró a la gráfica el uso de íconos formados por las mismas líneas propuestas en la primera edición del proyecto. La función de las líneas en el logo ya no es sólo desenredarse, sino también demostrar lo que siente cada usuario. A su vez, las líneas no serán graficadas de igual manera pues se busca representar que, dependiendo de la información que se vaya a comunicar, éstas transmitirán la misma esencia al compás de lo expuesto.

La paleta cromática designada para la marca se conserva, sin embargo, se añadió un color más, el celeste (Anexo 9). En la psicología del color se asocia al pensamiento interior y a las emociones profundas. Es un color positivo, que transmite tranquilidad. Morgado (2021) señaló que “el celeste es uno de los colores que más se ha vinculado con la capacidad de control. De manera que la tolerancia, la introspección y el entendimiento son cualidades que también suele transmitir”.

A su vez, los colores de la marca son utilizados de acuerdo al contenido que esté planificado subir. Es decir, se conserva la dinámica de post fondo color- post fondo blanco con el marco distintivo de *AtentaMente*, donde los colores irán variando acorde a la temática (Anexo 9.1).

H. Participantes del proyecto

El proyecto está compuesto por estudiantes de la Universidad Casa Grande cursando el proceso de titulación, en diferentes carreras tales como: Marketing, Audiovisual y Multimedia, Periodismo y Diseño Gráfico. Junto a los guías Santiago Toral Reyes y Ana Belén Ampuero. Se retomó el convenio logrado desde la primera edición del proyecto, con la ayuda y guía del Colegio de Psicólogos del Guayas, un grupo de profesionales de la rama que continuamente

nos asesoran con la información adecuada para la creación del contenido digital, incluyendo el evento presencial.

A lo largo del proyecto se realizaron diferentes reuniones de planeación, cambio de ideas, y organización de contenido para así consolidar la idea final tomando en consideración la parte profesional desde la salud mental y la profesional desde la comunicación. El equipo de psicólogos está conformado por: Sandra Moreira Ferrín, Jorge Rovira Rubio y Francisco Brito Guadalupe.

a. Psicólogos

En la planeación del contenido, se contó además con la participación de la psicóloga María Luz Pólit Serrano, quien ha sido guía y fuente de verificación para las ideas presentadas e información investigada, además del convenio con el Colegio Psicólogos del Guayas.

También nos acompañó la psicóloga María Belén Sucre, quien mostró su interés en volver a participar en el proyecto después de haber sido parte de la primera edición. Junto a ella se realizaron 3 lives en la plataforma digital de Instagram junto a los influencers Juan José Jaramillo, Viviana Salame y Paula Lituma de acuerdo a los temas elegidos anteriormente con el Colegio de Psicólogos.

b. Influencers

Teniendo en cuenta que se obtuvo una buena acogida de parte de la comunidad desde la creación inicial del proyecto, se logró contactar nuevamente a ciertos influenciadores y creadores de contenido que quisieran sumarse a la causa desde el inicio. Vía Instagram, se realizó el acercamiento a ciertos perfiles, se los invitó a ser parte de la causa y se coordinó la difusión del proyecto por historias de Instagram, así como también la posibilidad de colaborar a través de un reel y de un live junto a los psicólogos del convenio. Se obtuvieron respuestas

de interés, números de contacto y demás. Entre estos influencers se encuentran: Flor María Palomeque, Eduardo Andrade, Cristina Reyes, María Teresa Guerrero, Jorge Anibal Cassis, Diego Murtinho, Carlos Loor, entre otros.

Tabla 2. Base de datos de alcance a influencers y creadores de contenido creada por el proyecto *AtentaMente 2022*.

Influencer/Creador de contenido (Username)	Contactado	Respuesta obtenida	Contacto personal realizado	Actividad realizada
Adriana Nehme (@adrinehme)	SI	SI	SI	NO
Mare Cevallos (@marecevallos)	SI	NO	NO	NO
Viviana Salame (@vivianasalame)	SI	SI	SI	SI
Eduardo Maruri (@edumarurip)	SI	NO	NO	NO
Gilliam Mieles (@miel.mieles)	SI	NO	NO	NO
Paula Lituma (@_paulalituma)	SI	SI	SI	SI
Úrsula Strengge (@ursulastrenggech)	SI	SI	SI	SI
Frida Contreras (@fridadcc)	SI	SI	SI	SI
Carlos Loor (@carlosloor02)	SI	SI	SI	NO
Diego Murtinho/Pelado Sambo (@diegomurtinho)	SI	SI	SI	NO
Jose Urrutia (@urrutia1981)	SI	SI	SI	NO
Cristina Reyes (@yolibertadora)	SI	SI	SI	SI
Alex Vizquete	SI	SI	SI	NO

(@alexvizuete)				
Andrea Navarrete (@andreamakeup)	SI	SI	SI	NO
Maluly Valdivieso (@malulyvaldivieso)	SI	SI	NO	NO
Jorge Campozano (@jorgecampozanoc)	SI	NO	NO	NO
Scarlett Córdova (@scarlettcordova9)	SI	NO	NO	NO
Evelyn Calderón (@evelynvalderon)	SI	NO	NO	NO
Henry Bustamante (@henrybustamant)	SI	NO	NO	NO
Flor María Palomeque (@flormariapalomeque)	SI	SI	SI	NO
Juan José Yunez (@juanjoseyunez)	SI	SI	SI	SI
Antonella Caputti (@antonellacaputti)	SI	SI	SI	SI
Jorge Anibal Cassis (@jorgeanibalcassisoficial)	SI	SI	SI	SI
Juan José Jaramillo (@ironj4)	SI	SI	SI	SI
Eduardo Andrade (@eduardoandradej)	SI	SI	SI	NO

Datos obtenidos por el Proyecto AtentaMente Edición 2022.

I. Cambios ante la primera edición

AtentaMente inició en su primera edición con un enfoque más informativo para que las personas pudieran conocer las diferentes herramientas. Este año 2022 buscó no solo informar sino también valorizar y concientizar sobre el tema dentro de la sociedad. Para ello se realizaron y transmitieron actividades que promovieran la práctica de herramientas de bienestar personal.

Sección B - Desarrollo de actividades por componentes

Componente 1: Estrategia Digital

Resultado esperado:

Con referencia al árbol de problemas y la causa crítica correspondiente, lo que se espera en este componente es ayudar a crear conciencia en los jóvenes guayaquileños sobre la importancia de la salud mental. Es por esto que con base en este propósito se determinaron una serie de actividades que nos permitieron desarrollar contenido informativo y de fácil comprensión para nuestro grupo objetivo.

En esta instancia se desarrolló una estrategia general que se desglosó en 3 módulos: Escuela de emociones, Hablemos de estrés y Psicoterapia, los mismos que serán explicados en mayor detalle más adelante. Sobre estos 3 ejes, se desarrolló toda la comunicación en el ámbito digital y la comunidad del proyecto.

En cuanto a la parte audiovisual, sobre todo los cortometrajes, se realizó ciertos procesos para la elaboración de los mismos, así como se muestra en lo siguiente figura 1:

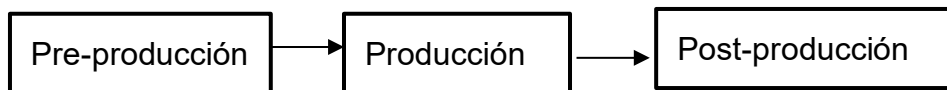


Figura 1. *Proceso de creación cortometraje*

En la preproducción se inició con un asesoramiento con algún psicólogo de nuestro convenio quien nos proporcionaba información sobre el tema a tratar para posteriormente: Crear el guion, ser avalada tanto por el psicólogo como por nuestro guía. Una vez realizado el guión se proseguía al envío de un correo electrónico a Andrea Cobos, parte de la Facultad de Comunicación de la Universidad Casa Grande para conseguir estudiantes de escénica que participen de la actividad como horas académicas. Para esto, primero se realizaba un perfil de

personaje, desglose del guión en el que se detalla el vestuario, elementos de la escena, e incluso un plan de rodaje para comunicar al estudiante que participa de la actividad (Anexo 7).

Una vez finalizada la pre producción se continuaba al rodaje del cortometraje en la ubicación ya previamente establecida, y seguido a eso, con el material recolectado, se realizaba la postproducción para poder publicarlo.

Actividad 1: Publicación de información en diferentes formatos para captar la atención de nuestro grupo objetivo

Se realizó la publicación de información sobre la salud mental en diferentes formatos para captar la atención de nuestro grupo objetivo. Para poder saber que la presente actividad se realizó, se contempló el realizar alrededor de más de 100 stories, 15 reels, 10 posteos animados, 3 cortos audiovisuales (1 por cada etapa), 15 posteos carruseles, 15 posteos estáticos y 10 blogs en la página web. Estos diferentes formatos son realizados gracias a las diferentes áreas a las que pertenecen los miembros del equipo, ya que ayudan a mostrar un dinamismo en el proyecto que permite captar la atención del grupo objetivo de manera más eficiente y atractiva.

La manera en la que se conoció si lo propuesto se cumplió o no, fue mediante la data que generan las diferentes redes sociales, y la página web donde también se publicó contenido.

Actividad 2: Difusión de información relevante para el grupo objetivo ante su cuidado de la salud mental

Esta actividad se centra en la difusión de información relevante para el grupo objetivo ante su cuidado de la salud mental. Es decir que se generó contenido de valor a partir de la

creación de 3 pilares de contenido relevantes para el proyecto y el grupo. De esta manera, la comunicación de cada contenido ha sido relevante y útil.

- Educativo (+ 15 posteos y entradas del blog en total): Se enfoca en la construcción del contenido que ofrece herramientas y soluciones, mediante recomendaciones, sugerencias, o consejos, para que la comunidad de AtentaMente pueda tener un mejor cuidado de su salud mental.
- Informativo (+ 20 posteos y entradas del blog en total): Contenido de valor con información brindada por los profesionales del Colegio de Psicólogos de Guayaquil.
- Testimonios & Lifestyle (+ 25 posteos y entradas del blog en total): Se dan a conocer las diferentes vivencias de quienes forman parte de la comunidad digital, además de citas de expertos y frases motivacionales o relacionadas a la salud mental.

La manera en que se midieron los resultados fue mediante el registro y seguimiento del cronograma de contenidos dividido por cada una de las 3 etapas, además de la data de Instagram, Facebook, TikTok y Página web que nos permitió conocer esta información.

Cronograma de contenidos

Para la creación del contenido, recibimos la ayuda de la psicóloga Sandra Moreira Ferrín, quien forma parte del Colegio de Psicólogos Clínicos del Guayas. Por otro lado, para tener un enfoque más claro de lo que se hablaría a través del año, se determinaron tres ejes temáticos que corresponden uno para el mes de julio, agosto y septiembre.

1. Escuela de emociones: Durante el mes de julio, el contenido giró en torno al eje temático sobre la funcionalidad de las emociones. Durante este eje, también se obtuvo la ayuda de la psicóloga clínica María Luz Pólit quien nos asesoró e hizo revisión de los posteos finales. En este eje, se explicó sobre la

función que cumplen nuestras emociones, las emociones básicas y la función de cada una de ellas. De igual manera se trató de explicar de manera coloquial y a la vez informativa sobre las diferencias de los distintos tipos de emociones ya sea mediante gráficas, videos, o Reels.

2. Hablemos de estrés: Este eje se centró para el mes de agosto con tres objetivos sobre el contenido:

- Dar a conocer los efectos del estrés sobre la salud
- Dar a conocer el funcionamiento del sistema nervioso autónomo frente a una situación de estrés
- Dar a conocer cuáles son las enfermedades cardiovasculares y endocrinas pueden tener su efecto en el estrés.

Toda esa información que nos fue brindada se la adaptó a una más coloquial y fácil de entender para la mejor comprensión de nuestros seguidores.

3. Psicoterapia: El eje de psicoterapia se presentó en el mes de septiembre. Se explicó el tipo de acción o tratamiento que no es considerada dentro de este campo y quién es el profesional indicado para brindar este servicio. También se mostraron los diferentes modelos terapéuticos y la entrega de un nuevo término: el intrusismo. A su vez, se proporcionaron sugerencias de cuándo buscar ayuda, y tips para seleccionar un buen profesional.

Para la creación de los posts a crear de acuerdo a cada etapa, además de considerar la información brindada por los especialistas, se tomó en cuenta la opinión de nuestros seguidores, quienes daban su opinión a través de los comentarios y sus interacciones con las historias generadas. Esto permitió ofrecer un contenido más cercano al público que nos sigue.

En cada cronopost se detalló el formato de cada posteo (reels, videos, gráficas, animaciones, etc.), caption, fecha de publicación, encargado y pilar de comunicación para una mejor organización y eficiencia del trabajo (Anexo 9.2). Se consideró, además, realizar las publicaciones pasado un día de la semana para aumentar el tráfico a la cuenta y la hora según las estadísticas, para una mayor interacción con el público que nos sigue.

Un cambio a resaltar en las publicaciones desde el inicio hasta el final de la 2da edición, ha sido el incremento de los reels en tendencia a los cuales nos unimos para incrementar el alcance a más personas ya que se usaron audios en tendencia con gran alcance a nuevos usuarios. Esto permitió un incremento tanto en seguidores como en el engagement de nuestro perfil.

Además, el área de diseño gráfico conceptualizó un personaje que acompañe a la marca: Atentito, construido básicamente por una línea enredada, que representa a los problemas y situaciones que pueden llegar a presentarse a lo largo del día (Anexo 10). Este personaje suele representar las temáticas de los diferentes posteos con el fin de reflejar más allá del texto lo que las personas pueden sentir (Anexo 11).

Cada blog a su vez es acompañado por una historia que invita a los seguidores a leer e informarse un poco más de acuerdo al tema que esté especificado (Anexo 12).

Actividad 3: Presencia de marca en los diferentes medios de comunicación relevantes para nuestro G.O.

La tercera actividad que se realizó fue la presencia de marca en los diferentes medios de comunicación relevantes para nuestro G.O. Para esto se realizó el aumento de una red social más a las existentes (Tik Tok), difundir el proyecto mediante boletines de prensa en 2 medios de comunicación externos a la plataforma y participar de un podcast externo al

proyecto junto a un especialista o influencer que dialoguen sobre un tema relacionado a la salud mental.

Para conocer que en efecto todo lo que se planteó, se logró, fue mediante las estadísticas de Tik Tok, impresiones del medio de comunicación, publicación de boletín de prensa en la página web de los distintos medios de comunicación y las estadísticas obtenidas de Spotify.

Actividad 4: Generar interés en las personas en las distintas redes sociales de Atentamente en el año 2022

Se generó interés en las personas en seguir las distintas redes sociales de Atentamente en el año 2022 mediante el uso de los tres canales de comunicación para conectarnos con nuestra audiencia. Estos son: la cuenta de Instagram, de Tik Tok donde se compartió contenido de valor, mismo que ha sido clasificado en diferentes pilares de comunicación que se detalló en la actividad dos del presente componente. Por otro lado, en la página Web, www.atentamentec.com, se siguió alimentando el Blog Mental con información más extensa que es avalada posteriormente por el Colegio de Psicólogos Clínicos del Guayas, pero de la mano con el contenido que se publicará en las otras plataformas.

Los indicadores de que la presente actividad se cumplió fueron los siguientes:

- Nivel de interés que nuestros seguidores le dan al contenido publicado.

Instagram:

- Aumentar en un 75% los seguidores (+525 seguidores),

- Aumentar en un 75% las interacciones con los posteos (+2250): Dentro de esta métrica se incluyen los likes, shares, saves y comments

Tik Tok

- Conseguir un mínimo de 450 seguidores a raíz de la creación de la cuenta
- Conseguir un mínimo de 1000 interacciones con los videos

Página Web

- Aumentar en un 30% las visitas a la página web (+75)
- Aumentar en un 50% las vistas totales de las entradas del blog (+64.5)

Mediante las estadísticas de Instagram, Business Manager Tik Tok, Wix y la escucha activa de nuestra comunidad en las plataformas en las que nos encontramos presentes, lograremos determinar si los indicadores mencionados se lograron o no. Las plataformas en las que nos encontramos como WIX e Instagram, arrojan data tal como: tiempo de lectura, shares, views, y más, con la cual podemos estimar el interés del contenido compartido.

Componente 2: Participantes externos en el proyecto

Resultado esperado:

Los distintos participantes externos en el proyecto fueron como una forma de ayuda a nuestros seguidores para que hayan obtenido un mayor conocimiento general sustentado con fuentes verificadas de conceptos sobre la salud mental. Ellos colaboraron en la difusión del contenido y de esa manera ampliaron el alcance de AtentaMente. Además, brindaron el apoyo especializado debido a la capacidad de abordar la problemática desde sus conocimientos y experiencias. Con el soporte de los generadores de contenido y psicólogos se generó un crecimiento en el proyecto como una red de aprendizaje avalada por profesionales.

Actividad 1: *Crear alianzas con auspiciantes*

A diferencia de la primera edición, este año se buscó crear alianzas estratégicas con auspiciantes para que ayuden al desarrollo del proyecto, y el taller experiencial, evento Mindness. Se propuso obtener mínimo dos sponsors que ayuden a solventar financieramente el proyecto.

Esto se mediría mediante el registro de las pruebas fotográficas de reuniones con auspiciantes, los correos de aprobación de presupuesto, el contenido generado junto a los auspiciantes, la lista de auspiciantes contactados, y la presencia de logo en los posts y mención del auspicio en los captions.

Para obtener auspiciantes se empezó con la creación de una propuesta de tres paquetes:

1. Plan Golden (Evento final + redes sociales) \$500:
 - En videos de apertura y cierre del evento.
 - En el espacio principal del evento con apertura para entrega de sampling, colocación de merchandising, roll ups y más.
 - En 10 posts/historias dedicadas a la difusión del evento.
 - En 6 posts/historias alrededor de todas las etapas del evento.
 - En 3 cortometrajes multimedia (1 por cada etapa del proyecto) + video recopilatorio final del evento.

2. Paquete Silver (Evento final) \$300:
 - En un espacio compartido en el evento con apertura para entrega de sampling, colocación de merchandising, roll ups y más.
 - En 10 posts/historias dedicadas a la difusión del evento.

3. Paquete Cooper (Evento final) \$150:

- En un espacio compartido en el evento con apertura para entrega de sampling, colocación de merchandising, roll ups y más.

Una vez elaborado lo mencionado, se procedió al contacto con diferentes marcas que nos proporcionen lo necesario para el proyecto. Finalmente se obtuvo un total de 6 auspiciantes los cuales son: Banco Guayaquil, Nosotras Ecuador, Innova Mkt, Léttera, Fs Agency, Nena Ferreti. A partir de esto, la Universidad Casa Grande se encargó de dar el debido asesoramiento para el cierre de estos acuerdos y para proceder a cumplir con lo prometido de parte de ambas partes.

Actividad 2: *Crear alianzas con convenios de especialistas*

Debido al apoyo profesional dado en la campaña de AtentaMente 2021 por parte de los colaboradores, se buscó renovar el acuerdo con el convenio conseguido en la primera edición con el Colegio de Psicólogos Clínicos del Guayas, pero este año quisimos una mayor asesoría con ellos en el desarrollo del contenido y en la organización de actividades.

Para lograr lo mencionado se dio lugar a distintas reuniones e intercambio de mensajes de textos con los principales psicólogos involucrados en el proyecto, Sandra Moreira, Francisco Brito y Jorge Rovira quienes nos brindaron su ayuda en este proceso. Para un mejor resultado, se dio lugar a reuniones cortas previas a los lives donde se explicó al psicólogo cómo ingresar al En Vivo, y así mismo el repaso de las preguntas. Y se realizó el mismo procedimiento al realizar actividades importantes como el taller experiencial Mindness.

Como medida de verificación está el registro fotográfico de reuniones con el convenio, los avales y entrega de información por parte del convenio mediante correo

electrónico, la presencia de logo en los posts y mención del aval en los captions, y la participación activa del convenio en actividades de Atención (Lives y evento presencial).

En cuanto al evento presencial, Sandra Moreira nos proporcionó información sobre el taller experiencial que ella dictaría para posteriormente diseñarlo de manera práctica para un mayor entendimiento de los participantes. El tema el cual se impartió fue sobre la Autorregulación de las emociones en el cual se presentó las siguientes técnicas:

1. Que es la autorregulación emocional.
2. Técnicas de atención plena.
3. Técnicas cognitivas.
4. Técnicas de imaginación emotiva

Adicionalmente, el psicólogo Francisco también asistió el día del evento para dar su presentación formal ante los involucrados.

Actividad 3: *Crear alianzas con Influencers y Psicólogos*

Teniendo la renovación de convenio y aprovechando el acercamiento a los generadores de contenido relacionados con la salud mental en la edición anterior, mismos que se logró contactar nuevamente. Se buscó conseguir mínimo 5 influencers y psicólogos independientes para que ayuden con la difusión del proyecto y que participen en las distintas actividades, como reels, mención en stories, y asistir en charlas junto a especialistas, que transmitan la información de una manera más atractiva y dinámica, para que se obtenga un aprendizaje en el transcurso de la edición 2022. A su vez ayudando con la difusión del proyecto y que la comunidad tenga un mayor alcance de seguidores.

Como medida de verificación se encuentra la documentación audiovisual de la participación de los influencers/psicólogos (ya sean stories, reels, videos de los lives, menciones en los comentarios entre otros), mensajes / correos intercambiados para contactarlos, invitaciones de los lives, las métricas obtenidas a raíz de su participación (Aumento de followers, número de cuentas alcanzadas y porcentaje de interacción obtenido a raíz de su participación); también, la lista de contacto a influencers y psicólogos, y una encuesta de entrada dentro de los CLOSE FRIENDS de Instagram, en la que para poder realizarla se realizó una matriz de instrumentos (Anexos 13 y 14).

Componente 3: Actividades de apoyo

Resultado esperado:

En el presente componente las actividades que se plantearon fueron en función a poder ofrecer a las personas, actividades, espacios donde puedan obtener información que les ayude a su bienestar socioemocional. De esa manera es que se propusieron las siguientes actividades:

Actividad 1: Creación de un taller experiencial presencial en conmemoración del Día Mundial de la Salud Mental

Se realizó en conmemoración del Día Mundial de la Salud Mental junto a la ayuda de nuestro convenio Colegio de Psicólogos Clínicos del Guayas y nuestros auspiciantes el día 1 de octubre de 10h30 am - 13h30 pm. El objetivo fue lograr que las personas obtengan conocimiento y sean parte de una actividad la cual les ayude a su bienestar emocional.

Para la ejecución de este evento presencial se denominó al taller el nombre Mindness y posteriormente mediante una reunión con nuestro convenio se determinó que el taller sería

netamente experimental y sobre la autorregulación de las emociones, mismo que fue dictado por la Psicóloga Sandra Moreira.

Para una mejor organización y logística del evento se creó un cronograma gantt donde se detalló las cosas contempladas como: La difusión del evento, registro de participantes, creación de la presentación para el inicio del taller, guión del evento en general, cobertura del evento, arreglos, catering, material técnico y presupuesto (Anexo 15 y 15.1). Asimismo, se diseñó un logo tema con el nombre, Mailyng para difusión por e-mail, y posts con la información del mismo (Anexo 16).

Gracias a los auspiciantes involucrados, se puso en contacto con diferentes distribuidores, tiendas que dispongan de los servicios que se necesitaban; tal como la impresión del backup y roll ups, flores, goodies bags, pop sockets y snacks que se entregarán a mitad del taller e incluso camisetas con la palabra “Staff” para poder diferenciar al equipo de AtentaMente de los demás (Anexo 15.2). De igual manera ciertos materiales fueron proporcionados gracias a la Universidad Casa Grande quien nos hizo la entrega de goodies bags, cuadernos y plumas para distribuirlos a los participantes y auspiciantes del proyecto (Anexo 16.1). Cabe destacar que Nosotras, uno de los auspiciantes suministró samples para entregar el día del taller (Anexo 30).

Además, para la decoración del lugar, se compraron flores y se adquirió el servicio de una planner quien se encargó de decorar el lugar y supervisar que todo se encuentre en orden de acuerdo a las necesidades que tenía el taller, soporte para entrega de hojas, luces, globos, organización de sillas, etc. (Anexo 16.2). En cuanto a ideas para un taller más dinámico, se creó un backing y frases impresas con el que las personas podrían tomarse fotos durante el receso o al finalizar el taller.

Para conocer que el objetivo de la presente actividad se logró, se tomará en cuenta los siguientes indicadores:

- Obtener una conversión de 30 inscritos al evento.
- Obtener un alcance pautado de 2.5K
- Información brindada por los expertos que impartirán el taller
- Expectativas y experiencias de los participantes al taller presencial
- Conocer el nivel de satisfacción de los participantes al finalizar el taller

Los medios de verificación fueron la data de Google Forms, Facebook Business Manager, entrevistas a participantes y expertos que fueron publicadas como mini cortos después del evento en Instagram y una Escala de Likert que se enviará a los participantes después de finalizar la sesión del taller.

Para estas entrevistas se realizó una matriz de instrumentos donde se detalló el propósito, herramientas, grupo objetivo y preguntas (Anexo 13, 17 y 18). De la misma manera, para la implementación de la escala Likert, se crearon una serie de preguntas (Anexo 13 y 19).

Actividad 2: Recopilación de testimonios entre los participantes y seguidores del proyecto

Con el fin de conocer más a nuestra audiencia en base a sus experiencias, se buscó hacer una recopilación de testimonios entre los participantes y seguidores del proyecto. Para lograr esto, se mandó por correo a servicios generales de la Universidad Casa Grande solicitando equipo técnico para grabar las entrevistas (Anexo 8).

Con el propósito de cumplir con la presente actividad, se creó un “Se crearon mínimo 8 videos testimoniales en los cuales nuestra comunidad y participantes del proyecto comentaron sobre su experiencia yendo a terapia, manejando sus emociones y el estrés.

Como medida de verificación estuvieron los registros de vídeos publicados en Instagram, y las conversaciones vía WhatsApp/Instagram DM haciendo el acercamiento.

Actividad 3: Creación de conversatorios entre Influencer / creadores de contenido y psicólogos

En esta se elaboró la creación de conversatorios entre influencer / creadores de contenido y psicólogos para que transmitan información desde una instancia social, y que a su vez ayuden a que la comunidad crezca. Se buscó realizar mínimo 3 lives en Instagram (1 por etapa), y se esperaba alcanzar 250 views en la suma total de nuestros 3 lives. El cumplimiento de la actividad se medirá mediante el seguimiento de los posteos e historias del Live, y las estadísticas de Instagram.

Diagrama de GANTT

Para la organización interna del proyecto se desarrolló un diagrama de GANTT que incluye el plan general de las actividades realizadas durante la edición 2022. Está dividido en tres etapas: Escuela de Emociones, Hablemos de Estrés y Hablemos de Terapia, acompañados del apartado Mindness que es el evento final del proyecto, en conmemoración al Día Mundial de la Salud Mental (Anexo 5).

Este diagrama facilita el orden y mantiene al tanto a los integrantes del equipo de las actividades que se aproximan. Además, se utilizó para la creación de la línea del tiempo (Anexo 6) en donde se colocaron cronológicamente las actividades realizadas dentro del proyecto.

Se asignó un encargado para cada actividad del cronograma, quien debía velar por la realización de dicha actividad, gestionar cualquier cosa extra que la misma conlleva, además de mantener al equipo informado de lo que sucedía vía WhatsApp o en las reuniones semanales con todo el equipo. Los encargados se asignaban de dos maneras:

1. Voluntariamente
2. En función de su carrera/destrezas y campos en los que destacan.

Sección 03 - Reconstrucción Histórica de la Experiencia

En la presente sección se detallarán los resultados, caminos, metodologías e instrumentos utilizados para recoger la información necesaria del proceso que nos permitirá conocer si se pudo o no cumplir con lo esperado del proyecto.

Previamente a la ejecución de las actividades del proyecto, se tomó en consideración el tener como eje del proyecto, la Arteterapia. Sin embargo, debido a que es un tipo de terapia de intervención, se descartó y se enfocó el proyecto en la Psicoterapia, cuya información impartida fue siempre avalada por el Colegio de Psicólogos Clínicos del Guayas.

Componente 1: Estrategia digital

- **Resultados obtenidos a raíz de la Actividad 1: Publicación de información en diferentes formatos para captar la atención de nuestro grupo objetivo**

Con el fin de alcanzar los objetivos planteados, a finales de cada mes se realizó un cronograma de contenidos, el cual se desarrolló en base a los tres pilares de contenidos previamente planteados.

Dentro de las redes sociales existe una gran cantidad de posts diarios con los que nuestra cuenta compite para la captación de la atención de nuestro grupo objetivo. Por eso, los

formatos elegidos fueron previamente analizados para que con cada uno de ellos se logre obtener una mayor visibilidad.

Etapas 1: Escuela de emociones

Al ser esta la etapa inicial, julio fue un mes lleno de hallazgos y aprendizajes para analizar cuáles formatos eran más efectivos para la difusión de información que capte la atención del grupo objetivo.

Se desarrollaron 60 publicaciones, de las cuales:

Dentro de Instagram y Facebook se realizaron

- 14 post en feed:
 - 5 posteos estáticos
 - 4 videos (animaciones + corto audiovisual)
 - 1 reel
 - 4 carruseles
- 42 fueron stories
- 1 live junto al influencer Juan José Jaramillo y el psicólogo Francisco Brito

Dentro de la página web se realizaron:

- 3 entradas de blog

Etapas 2: Hablemos de estrés

Al realizar el cronograma de contenidos para este mes, se analizaron los resultados a raíz de la primera etapa. Se llegó a la conclusión que la información si estaba siendo captada

por el grupo objetivo, pero hacía falta aumentar las métricas de alcance y engagement. Por ende, se priorizó el formato de reels, agregando contenido de valor, en muchas ocasiones con sonidos o dinámicas en tendencia.

Se realizaron en total 143 publicaciones:

Dentro de Instagram y Facebook se realizaron:

- 36 fueron post en feed
 - 5 posteos estáticos
 - 5 videos (animaciones + corto audiovisual)
 - 13 reels
 - 13 carruseles
- 103 fueron stories
- 1 live junto a la influencer Viviana Salame y la psicóloga Sandra Moreira

Dentro de la página web se realizaron:

- 3 entradas de blog

Etapas 3: Hablemos de terapia

Al realizar el cronograma de contenidos, se concluyó que la estrategia realizada durante la segunda etapa fue exitosa, por ende, se continuó el mismo camino estratégico.

Se realizaron 294 publicaciones:

Dentro de Instagram y Facebook se realizaron

- 29 fueron post en feed
 - 5 posteos estáticos
 - 5 videos (animaciones + 2 cortos audiovisuales + 1 video recap de evento)
 - 12 reels
 - 7 carruseles
- 115 fueron stories
- 2 lives (1 junto a la influencer Viviana Salame y la psicóloga Sandra Moreira + 1 durante el evento de lanzamiento del e-book)

Dentro de la página web se realizaron:

- 4 entradas de blog

En cuanto a los 3 cortometrajes creados, los actores, estudiantes de escénicas que participaron de las actividades fueron los siguientes:

Tabla 3

Estudiantes de escénicas

Corto	Fecha	Personaje	Estudiante	Correo	Horas reloj	Modalidad	Hora académica
Emociones	16/07	Rosa	Ávila Torres Ericka Viviana	ericka.avila@casagrande.edu.ec	1 hora y media	Presencial	1 hora y media (Por tratarse de hora académica especial)

		Carlos	Meza Chávez José Guillermo	jose.meza@casagrande.edu.ec	1 hora y media	Presencial	1 hora y media (Por tratarse de hora académica especial)
Estrés	21/08	Mario	Cristian Adrián Euvín García	cristian.euvin@casagrande.edu.ec	3 horas	Presencial	2 horas académicas
Psicoterapia	20/09	Daniela	Doménica Vallejo	domenica.vallajo@casagrande.edu.ec	2 horas y 15 minutos	Virtual	1 hora académica

Fuente: *AtentaMente*

Tomando en cuenta los resultados esperados vs. las métricas obtenidas al finalizar el proyecto (Tabla 4), se aumentó la cantidad de posts en la mayoría de formatos, con el fin de obtener mejores resultados.

Tabla 4

Tabla de cantidad de posts distribuidos por formatos

Formatos	Resultado Esperado	Resultado Obtenido
Estáticos	15	15
Carruseles	15	24
Videos	13	14
Reels	15	26
Stories	100	260
Entradas de blog	10	10
Lives	3	4

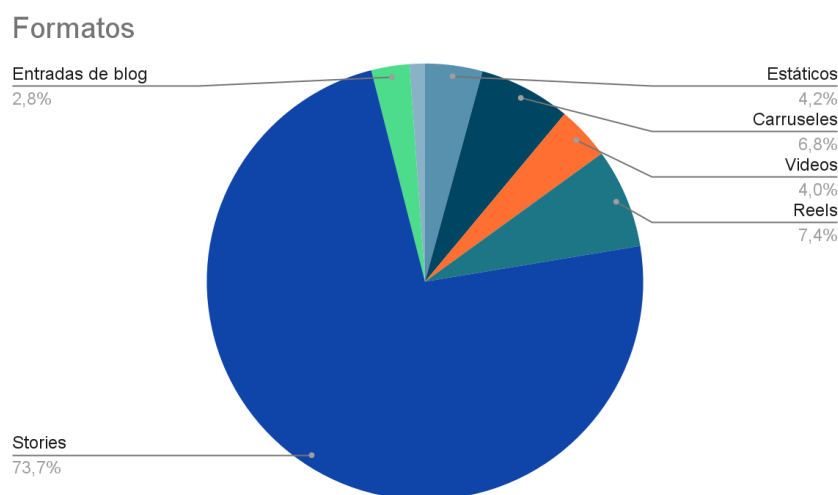
Fuente: *AtentaMente*

Analizando el gráfico 1 se priorizó como se suponía en el apartado de resultados esperados, la cantidad de historias y reels. Se concluyó, a través de la elaboración de los

cronogramas de contenido, que estos formatos convirtieron y aportaron al dinamismo de las publicaciones. También se amplifica el porcentaje de retención dentro del tiempo que nuestro grupo objetivo participa con la página.

Gráfico 1:

Distribución de los formatos dentro del contenido de AtentaMente 2022.



Fuente: AtentaMente

- **Resultados obtenidos a raíz de la Actividad 2: Difusión de información relevante para el grupo objetivo ante su cuidado de la salud mental**

Al ser un Proyecto de Aplicación Profesional con una temática basada en la salud mental, se tuvieron que manejar procesos adicionales (figura 2) durante el procesamiento de la información a difundir.

Figura 2. *Procesos para la creación de los cronogramas de contenido.*

Durante las 3 etapas, mientras se realizaba el desarrollo de la creación de los cronogramas de contenido, se mantuvieron en cuenta los 3 pilares de contenido anteriormente mencionados; Educativo, Informativo y Testimonios & Lifestyle.

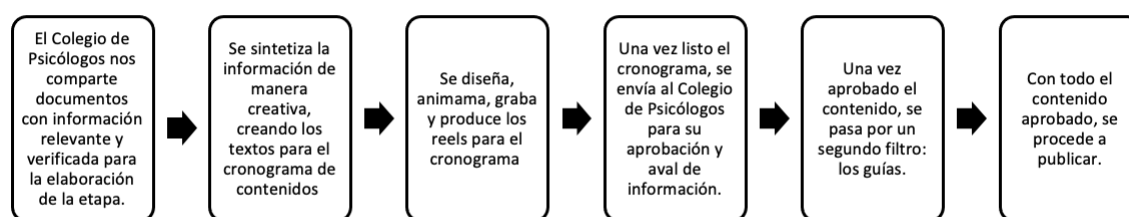


Tabla 5.

Resultados de los pilares de contenido

Pilar de contenido	Resultado Esperado	Resultado Obtenido
Pilar educativo	15	18
Pilar informativo	20	32
Pilar Testimonios & Lifestyle	25	18

Fuente: AtentaMente

Para cada pilar se fijó un resultado esperado según lo muestra la Tabla 5. En el pilar educativo se esperaba publicar 15 posts, sin embargo, como resultado final se publicaron 18. En el pilar informativo se esperaba un total de 20 posts, y se publicaron 32. La razón por la

que se tuvo posts de más en estos dos pilares fundamentales, fue por cumplir con el principal objetivo de informar y prevenir al grupo objetivo respecto a las diferentes situaciones inmersas en el tema de la salud mental.

Además, se identificó que era importante manejar diferentes formatos para que la información llegue de manera adecuada y atractiva a los interesados en el tema. Se publicó en posts, reels e historias.

Por otro lado, en el pilar de testimonios y lifestyle se tenía un resultado esperado de 25 posts, sin embargo, se obtuvo un total de 18 posts, ya que no se quiso intervenir en gran medida, sino cumplir con el objetivo de informar y prevenir.

- **Resultados obtenidos a raíz de la Actividad 3: Presencia de marca en los diferentes medios de comunicación relevantes para nuestro G.O.**

Para reforzar la presencia de la marca de la edición del 2022, se determinó que se difundirá el proyecto con la actividad a realizar, el taller Mindness, en conmemoración al día mundial de la Salud Mental, en dos medios de comunicación mediante boletines de prensa.

Desde el mes de agosto se realizaron acercamientos a distintos medios de comunicación como al Diario Expreso y la Revista Vistazo, mediante correo electrónico (Anexo 20) con el fin de realizar la difusión del boletín y expandir la comunidad de AtentaMente.

Al no obtener respuesta por parte de los medios de comunicación, se recurrió al apoyo del departamento de Comunicación de la Universidad Casa Grande, que ayudó con la difusión del Mailyng del taller mediante correo institucional (Anexo 21). También, con su apoyo se intentó nuevamente contactar a un medio de comunicación, en este caso al Diario El Universo. La UCG fue el emisor de ese boletín informativo (Anexo 22) al medio de

comunicación. Se dieron a conocer cuatro posibles días de su difusión, que sin embargo no se llegó a publicar. Por otro lado, también se realizó acercamiento a una radio externa al proyecto, con el fin de hacer presencia a la marca y para fomentar los espacios de diálogo sobre la prevención de la salud mental.

Para eso, el 7 de septiembre del 2022, la Radio I99, en el segmento Me Time, en la sección El Consultorio, junto a la locutora Valentina Mendoza, abrió un espacio a la Mgs. Sandra Moreira, psicóloga clínica, en representación de AtentaMente y de la Federación de Psicólogos del Ecuador para hablar sobre empoderamiento femenino y salud mental (Anexo 23). Dicho segmento se emitió mediante el canal de YouTube de la radio, y también se transmitió desde la 98.9 FM.

Es recomendable tener o trabajar en una agenda de medios de comunicación desde que inicia el proyecto. Esto facilita el acercamiento a los mismos, y generaría un gran impacto a la comunidad para dar a conocer futuras actividades, y en un tiempo adecuado.

- Resultados obtenidos a raíz de la Actividad 4: Generar interés en las personas en las distintas redes sociales de Atentamente en el año 2022

El objetivo durante esta edición del proyecto ha sido despertar el interés en temas relacionados con la salud mental. Es por esto, que la estrategia digital se basó en la generación de contenido de coyuntura y acercado a nuestro público objetivo.

Se utilizaron las plataformas Instagram, Facebook, y la generación de blogs informativos. Los resultados obtenidos en los blogs fueron los siguientes:

Tabla 6.

Visitas a los blogs de AtentaMente 2022

Blog	Visitas a la entrada
Responsabilidad afectiva	171
Manejo de estrés	80
Hablemos de estrés	57
Estrés: Síntomas comunes	57
Hablemos de emociones	36
Psicólogo perfecto para ti	20
Des romantizando terapia	17
Hablemos de Psic	11
Rol de los amigos	63

Fuente: AtentaMente

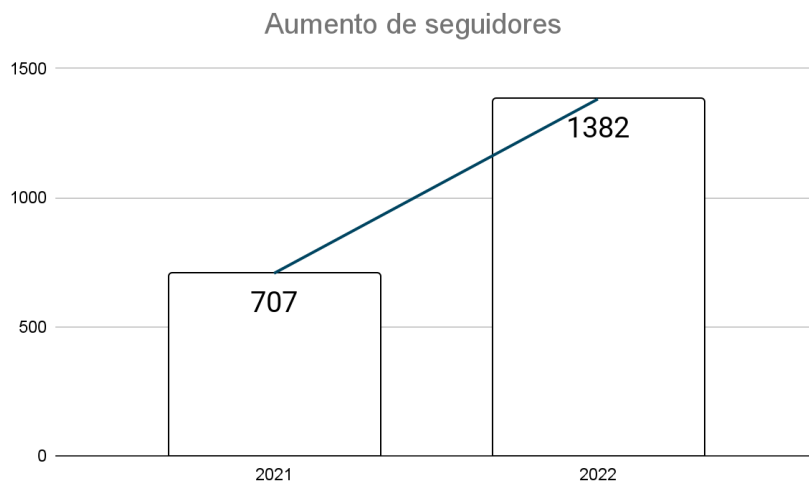
**Resultados parciales*

Se realizaron blogs de acuerdo a cada etapa tratada en la marca. La entrada con mejor resultado orgánico fue sobre la responsabilidad afectiva, uno de los temas más escuchados en la actualidad. Tuvimos un 550% de aumento de visitantes a nuestra web con respecto al año pasado, e incrementamos el promedio de lectura a 5 minutos con 36 segundos, lo que corresponde al 24% más con respecto a la data del año anterior.

En Instagram y Facebook, se obtuvo un crecimiento paulatino en ambas plataformas. Cuando se inició la gestión, la cuenta @atentamente.ecu tenía 707 seguidores en Instagram, los cuales se ha logrado un incremento de 675 seguidores, obteniendo hasta el 16 de octubre de 2022 un total de 1382 seguidores.

Tabla 7.

Aumento de seguidores durante la etapa 2022



Fuente: AtentaMente

Como se ha mencionado anteriormente, se realizó contenido enfocado al target. Así se obtuvo +40.2mil vistas en Facebook e Instagram en uno de nuestros posts en formato reel en la etapa de terapia, consiguiendo viralidad en la cuenta, con +2 mil likes (Anexo 24).

En la etapa del estrés, se generó un reel que obtuvo +17.4mil visitas, y +600 likes. Ambos contenidos dieron la pauta de que se estaba generando contenido de interés para el público objetivo (Anexo 25).

En cuanto al Engagement rate de la marca, se obtuvo un 3.79% de tasa de participación por seguidor. No cumplimos el objetivo planteado al principio del proyecto. Sin embargo, la cuenta se mantiene con una tasa de interacción sólida, en crecimiento, y por encima del promedio.

En cuanto a Tiktok, no se cumplió el objetivo planteado debido a que se priorizó la estrategia de contenidos en Instagram y entradas de blog, debido a que se tuvo que potencializar más la forma en la que se comunicaba en ambos medios. Para esto durante el desarrollo de la estrategia de contenido se debe tomar en cuenta todas las redes sociales, incluso las posibles a

crear. Para que así no se llegue a des priorizar ninguna cuenta de la marca, ni el mensaje a transmitir en las redes sociales.

Componente 2: Participantes externos en el proyecto

- Resultados obtenidos a raíz de la Actividad 1 “Creación de alianzas con auspiciantes”

Dentro del componente 2, se determinó como parte de las actividades la creación de alianzas con auspiciantes para financiar económicamente el proyecto. Para ello, se propuso conseguir al menos 2 de ellos como parte de nuestras métricas. Sin embargo, finalmente se obtuvo un total de 6 auspiciantes los cuales son: Banco Guayaquil, Nosotras Ecuador, Innova Mkt, Léttera, Fs Agency, Nena Ferreti.

Con cada uno de ellos se tuvo acercamientos formales, (Anexo 26), donde se realizaron reuniones para presentar los diversos planes de auspicio que se diseñaron con anterioridad. De la misma manera, realizó correos de seguimiento para la respectiva confirmación y aprobación de presupuesto escogido por cada uno de los auspiciantes. (Anexo 27).

A partir de aquello se concretaron los pagos respectivos a la Universidad para generar las compras respectivas de los preparativos para el proyecto (Anexo 28). Una vez de haber confirmado el pago, se procedió a generar contenido en conjunto a las marcas que lo habían solicitado, que fueron Léttera, FS Agency y Nosotras Ecuador (Anexo 29). Para ello fue importante encontrar la conexión que había entre ambas partes respecto a la salud mental. Se ahondó en cómo se puede ver afectada la mente en un trabajo de agencia de publicidad como lo es Léttera y FS Agency. Así mismo, por otro lado, se enfatizó en cómo Nosotras Ecuador se ha hecho presente en este tema con su campaña Bullying por Loving, donde se busca

reconocer el impacto de entregar más amor al mundo, en vez del odio. Así, entre otras subtemáticas como el estrés, los cambios de humor, etc. se fueron tratando en conjunto a los auspiciantes.

Los auspiciantes también tomaron lugar en las menciones de los captions de todos los posteos, en los cortos realizados por cada etapa, y en el evento final del Taller de Autorregulación de emociones: Mindness.

Este proceso de auspicios ha sido cumplido con satisfacción y ambas partes han sido beneficiadas con la alianza creada. Por un lado, la marca Nosotras Ecuador realizó presencia de marca en el evento final obsequiando kits de sus productos a las participantes, y estuvieron felices con los resultados (Anexo 30). Además gracias a nuestros auspiciantes pudimos cubrir el taller Mindness que fue realizado para los jóvenes universitarios, lo que ayudó a que los participantes pudiesen tener una mejor atención y recibimiento de parte de AtentaMente. Adicionalmente, gracias a estas alianzas, el contenido publicado se convirtió en un poco más variado, debido al contenido que nuestros auspiciantes ofrecen como marca, esto logró que se pudiera crear posts con un enfoque más directo hacia los jóvenes universitarios.

Las recomendaciones que se pueden dar a futuros equipos es que tengan un plan de auspicios bien definido en cuestión de objetivos, contenido personalizado para cada marca a la que se van a dirigir y una buena relación con todas las partes involucradas para que todo el proceso sea llevado a cabo de manera exitosa como se lo supo manejar en esta edición.

- **Resultados obtenidos a raíz de la Actividad 2 “Creación de red de apoyo con convenios de especialistas”**

Se creó una red de apoyo con especialistas de la salud mental gracias a la renovación del convenio con el Colegio de Psicólogos Clínicos del Guayas. A raíz de eso se ha

establecido una comunicación continua y asertiva entre ambas partes, logrando así un resultado prometedor de cada actividad realizada en conjunto.

Primer acercamiento

En primera instancia, se recurrió a la ayuda de uno de los miembros del equipo de AtentaMente edición 2021, quien proporcionó el contacto de Francisco Brito, presidente de la Federación Ecuatoriana de Psicólogos Clínicos. Posteriormente, mediante mensajes de texto y la agenda de una fecha acordada entre todos, se prosiguió a tener una primera reunión en la que junto a los guías hubo una presentación, conversación sobre el proyecto y las expectativas que ambas partes tenían (Anexo 31).

Aval y Participación

A partir del primer acercamiento, se acordó la facilitación de información sobre la salud mental y su aval en el contenido, mientras que, de parte de AtentaMente, en la cuenta habría presencia del logo del colegio en los posteos, mención del aval en los captions y la entrega a Sandra Moreira de las gráficas (Anexo 32).

Mediante varias reuniones y mensajes de texto con principalmente los psicólogos (Anexo 33), Sandra Moreira Ferrín, Francisco Brito y Jorge Rovira se obtuvo su ayuda y aval en la elaboración del contenido, así mismo de la entrega de información relevante y verídica sobre los temas que se trataron en cada mes ya sea en formato ppt o Word (Anexo 34). Así mismo, Moreira y Brito han participado activamente en las actividades que se han realizado en el periodo de estos meses agosto-octubre del presente año, E-Book, Lives, Giveaway, Radio y Taller experiencial Mindness, (Anexo 35). Además, se obtuvo la ayuda de la Mgs. Sandra con la elaboración de preguntas dirigidas a los psicólogos que participaron en los Lives para que el host encargado pueda tener un mejor conocimiento e hilo conductor del

tema a hablar (Anexo 36), mientras que nuestra parte se procedía a la elaboración de las preguntas dirigidas al otro invitado.

Gracias a todo lo planeado y ejecutado, tanto el convenio, como atentamente están gratamente satisfechos con los resultados de las diferentes actividades y con el convenio realizado. Se pudo ofrecer constantemente a través de las redes, el taller, el e-book, y otras actividades, información de valor necesaria para poder aumentar no solo el interés de las personas hacia la salud mental, sino también aumentar su nivel de conocimiento verídico sobre este tema. Esto se pudo percibir gracias a todo el contenido en diferentes formatos que se ha ofrecido y que ha contenido no solo el aval de los profesionales sino también fuentes confiables como organizaciones u otros autores sobre la salud mental. Además, mediante la Escala de Likert realizada después del taller Mindness (Anexo 48) pudimos conocer que nuestra comunidad encuentra fácil de comprender los blogs compartidos a través de nuestra página web y que llevan el aval del convenio.

Una recomendación que se da a las futuras ediciones de este proyecto, es que creen reuniones mensuales por vía zoom para garantizar el recibimiento de la información necesaria que se requiera para crear el contenido. Esto se debe a que uno de los errores como proyecto, fue el retraso de la generación de contenido debido a un incumplimiento en la fecha de entrega de información de parte del convenio.

- Resultados obtenidos a raíz de la Actividad 3 “Crear alianzas con Influencer y Psicólogos”

Alianza con Influencers

El acercamiento con influencer fue un proceso que se mantuvo durante toda la implementación del proyecto. Esto, dado a que identificamos que son un factor importante dentro de las estrategias digitales que se propuso implementar.

En primer lugar, se tuvo como primer objetivo realizar reels e historias en colaboraciones a diferentes Creadores de Contenido. Para lograr esto, lo primero que se tuvo en consideración para un primer acercamiento fue determinar un criterio de selección (Figura 3).

Hablar de temas afines con el bienestar emocional	Personalidad y tonos afines a los de AtentaMente
Ser relevantes para el target directa o indirectamente	Tengan predisposición y dispuestos a colaborar sin barreras

Figura 3. *Criterios de selección de influencers*

De esta manera, se pudo contactar con Antonella Caputti, Frida Contreras y Jorge Aníbal Cassis (Anexo 37).

Por otro lado, como parte de las actividades mensuales de cada etapa, se planteó realizar lives con la dinámica de un conversatorio entre un Influencer, un Psicólogo del convenio del Colegio, y un host del equipo de AtentaMente.

Alianza con Psicóloga

Ma. Belén Sucre

Por parte de los psicólogos aliados se tomó contacto con Ma. Belén Sucre, psicóloga especializada en Arteterapia, quien colaboró en la creación de un reel comentando ¿Qué es la psicoterapia? en sus propias palabras. Este contenido informativo fue de gran validez para

ambas partes dado a que permitió al equipo brindar información avalada por una profesional, y a ella le permitió transmitir su mensaje en una red social dirigida a jóvenes con intereses en este tema de la salud mental (Anexo 38).

Resultados

Fue así, como finalmente se logró cumplir con éxito esta acción dado a que en la matriz de marco lógico se planteó un total de cinco colaboradores entre influencers y psicólogos, y se obtuvo como resultado siete alianzas.

Con ello, se ha podido llegar en gran medida al público objetivo con un mensaje atractivo, pero sobre todo informativo y educativo, con el fin de que la comunidad creada por AtentaMente conozca herramientas claves para cuidar su salud mental. Además, gracias a la colaboración con los influencers y psicólogos ya mencionados, hubo un notable crecimiento de seguidores y engagement. Por lo que podemos concluir que realizar estas actividades junto a ellos, permitió que lleguemos a personas que se interesaron por la salud mental gracias a estas alianzas.

Las oportunidades de mejora que se pudieron identificar son en cuestión de un seguimiento constante a los influencers para que estos puedan agendar y coordinar fechas de actividades en conjunto. Dado que, al ser personas con alta demanda de eventos personales y laborales, se les puede complicar agendar con anticipación el plan propuesto. Además, es importante mantener una comunicación transparente y directa con ellos para evitar malentendidos y desorganizaciones.

Por último, es importante recomendar a los futuros equipos una correcta organización, una buena comunicación y una estrategia de contenido clara al momento de fijar las diferentes acciones con cada uno de los influencers y psicólogos contactados.

Componente 3: Actividades de apoyo

- Resultados obtenidos a raíz de la Actividad 1 “Creación de un taller experiencial presencial en conmemoración del Día Mundial de la Salud Mental”

El proceso de trabajo para el desarrollo de esta actividad se inició con establecer las micro actividades que nos permitirían alcanzar con nuestro objetivo tales como:

1. Determinar tema y profesional para el taller
2. Estructura y logística del evento
3. Invitación a interesados en registrarse
4. Desarrollo del evento

Como ya es de conocimiento, la salud mental es un tema que debe ser tratado con mucho cuidado y profesionalismo, por lo que para poder cumplir con nuestro objetivo el cual se centra en lograr que las personas obtengan conocimiento y sean parte de una actividad la cual les ayude a su bienestar emocional, la psicóloga Sandra Moreira se unió a la causa. Para esto, nos facilitó la información necesaria para realizar una presentación de acuerdo a línea gráfica de AtentaMente que le serviría como material de apoyo para que impartiera el taller experiencial Mindness (Anexo 39)

Después de una reunión con Sandra Moreira, se determinó que la capacidad de participantes ideal sería de 25 personas, pero debido a instancias que suelen ocurrir en este tipo de actividades como las cancelaciones a último momento y ausencias en el día del evento, se permitió un máximo de 50 inscritos por el margen de error.

Métricas

Para determinar la cantidad de personas interesadas en el taller, se procedió a la creación de un Google Form para llevar un registro de inscritos (Anexo 40) y el cual fue colocado en la descripción de la cuenta de IG. Posteriormente y debido al incremento de otra actividad, el link de inscripción fue colocado en un linktree. Mediante esta herramienta, se pudo determinar lo siguiente que se obtuvieron alrededor de 42 inscritos mediante el link compartido. Sin embargo, 9 personas externas a la red social se comunicaron con algunos miembros del equipo, por lo que al final dio un total de 51 personas inscritas. A pesar de ello, de los 51 inscritos, 30 confirmaron su asistencia, y 18 fueron los que asistieron, lo que nos indica que asistió el 60% de personas, logrando así una buena acogida hacia el taller (Anexo 41).

Tabla 8

Resultados de los participantes que asistieron

Participantes	Resultado Esperado	Resultado Obtenido
Inscritos	25	18

Fuente:

Atentamente

También se realizaron publicaciones tanto en historias como en posts sobre el evento para captar la atención de las personas. Inicialmente se tuvo en consideración pautar en Facebook Business Manager el post sobre el evento, sin embargo, debido al exceso del límite establecido de personas inscritas en caso que haya un alto porcentaje de ausencia, se tuvo que cancelar la pauta.

Al finalizar el evento, tanto los asistentes, el equipo de AtentaMente como el convenio, quedaron satisfechos con los resultados vistos durante el taller, ya que se realizaron

entrevistas al concluir el taller a los asistentes donde se conocieron sus comentarios al respecto y como él mismo, les será de gran ayuda para implementar en sus rutinas diarias. También, se observó la participación de las personas durante el taller y aún más en la actividad final que consistía en escribir en un post it y pegarlo en una pizarra que señalaba la siguiente pregunta, “¿Quieres desahogarte?” (Anexo 42).

Según lo visto, se determinó que la convocatoria es uno de los puntos a mejorar debido a que no se pudo cumplir con lo previsto. Una mayor promoción del evento aseguraría una mayor cantidad de asistentes, además de otros medios que nos permitan no solo tener un mayor alcance, sino también mejor cantidad de inscritos y asistentes. Pese a eso, de acuerdo a los resultados obtenidos en las entrevistas y encuestas (Anexo 43), se puede concluir que se ha cumplido con nuestro principal objetivo, ya que se percibió un interés palpable en las personas por asistir a actividades relacionadas a la salud mental y una alta satisfacción del trabajo realizado. Como respuestas recibimos ciertas como:

Participante A, 24 años: “Al nunca haber asistido a un evento similar como Mindness las expectativas de aprender lo más que se pueda eran elevadas, al conocer las diferentes técnicas para manejar las emociones estoy convencido que habrá cambios positivos en mi vida”.

Participante B, 22 años: “El taller me ayudó más de lo esperado a conectar con mis emociones, aprender de diferentes técnicas para no ser tan dura conmigo misma, en la actualidad al asistir a terapia, las técnicas que más llamaron mi atención de seguro las seguiré trabajando cuando las necesite”.

Participante C, 23 años: “Vine para observar qué tenía Mindness que ofrecerme y salgo con muchas herramientas aprendidas, salgo sorprendida por la parte experimental, no

tenía conocimiento de lo que realizaríamos en vivo y en directo, pero definitivamente me llevo más aprendizaje de lo que esperaba”.

Con esto y también con los resultados obtenidos en la Escala de Likert (Anexo 48) realizada a los participantes, se pudo concluir que la comunidad que se presentó al taller pudo a través del mismo, obtener más información y conocimiento sus emociones, y ser más consciente de las mismas gracias a la psicóloga Sandra Moreira. Además, según sus testimonios, este taller fue un desencadenante para que su interés sobre la salud mental aumente. Incluso muchos llegaron a mencionar sobre el cómo el haber asistido les ayudó a resolver ciertas dudas que tenían en torno a sus emociones y la salud mental. Por lo que concluimos que el taller no solo fue un éxito en cuanto a la logística, sino que además fue de utilidad y les ha servido a los asistentes a conocer más sobre sus emociones y cómo manejarlas. Asimismo, hubo una participación activa tanto en hacer preguntas a la psicóloga como en la toma de apuntes mediante el taller. Esto se pudo concluir mediante las observaciones que hicieron en el taller y el registro en video y fotografía.

Además, a través de la entrevista realizada a la psicóloga y los testimonios a los asistentes podemos determinar que obtuvieron herramientas de uso práctico, de fácil acceso y conocimiento actual sobre la salud mental que ayudará a mejorar su bienestar emocional. Se recibieron muy buenos comentarios al respecto, y el equipo recibió felicitaciones por la iniciativa.

Para los futuros equipos interdisciplinarios se recomienda una buena organización, comunicación y dedicación desde la primera reunión de planificación del evento para conseguir excelentes resultados como fue el caso de Mindness. Además, se aconseja un asesoramiento acerca de los financiamientos del proyecto, ya sea de auspicios o por cuenta de

los miembros interdisciplinarios, para que puedan definir la dirección en la que se costeara el proyecto, y en el caso de que les surjan dificultades en las que necesiten un respaldo.

- **Resultados obtenidos a raíz de la Actividad 2 “Recopilación de testimonios entre los participantes y seguidores del proyecto”**

Para la presente actividad lo más importante es el material audiovisual recolectado que permitió conocer si se cumplió en gran medida con lo prometido o no. Además de la publicación de un video recopilatorio que ayudó a tener un registro de lo realizado.

Es por este motivo que, al inicio del taller, mientras cada participante pasaba a firmar la hoja de asistencia, se le era entregado al mismo tiempo una hoja de Autorización de su uso de imagen para poder grabarlos sin problemas en el transcurso del taller (Anexo 44). A medida que avanzaban las actividades que la psicóloga Sandra Moreira explicaba a los participantes, se capturaron en foto y video los momentos más importantes del taller, y cómo los mismos tomaban apuntes. Todo esto en conjunto, permitió crear un video recopilatorio y fotos importantes del evento que eventualmente fueron publicados en el feed de AtentaMente (Anexos 45).

La intervención fue la ideal ya que las personas pudieron acceder a un espacio en el que recibieron y realizaron una serie de actividades que permitieron que tengan una ayuda en su bienestar emocional, y que sobre todo puedan realizarlas en cualquier momento. El taller fue relajante y enriquecedor para los participantes; y esto se lo puede demostrar en alguno de sus testimonios tales como:

Una de las asistentes al evento consideró lo siguiente: “Me ayudó muchísimo a entender y sobre todo aprender técnicas que realmente voy a usar en mi día a día para

gestionar mejor mis emociones’’. Por lo que podemos determinar que el taller fue de mucha ayuda en el reconocimiento y manejo de emociones de los participantes.

En la finalización del taller, algunos participantes abandonaron el lugar, por lo que se pudo realizar entrevistas a 7 asistentes de 8 que se tenía previsto grabar (Anexo 46). Esto ayuda a que se contemple en otra ocasión una mejor organización al final de un evento ya que las personas dejan el lugar rápidamente al finalizar. Se recomienda a la futura edición de AtentaMente tener una actividad o la creación de un espacio pequeño que permita que los participantes se mantengan en un solo sitio al finalizar la actividad para así poder proseguir a realizar fotos y entrevistas de los participantes.

Sin embargo, al finalizar el taller se procedió a enviar mediante WhatsApp un mensaje de agradecimiento por su participación y apoyo hacia el proyecto junto a un link con una escala de Likert para evaluar la satisfacción sobre el contenido impartido en la actividad del taller Mindness y la edición 2022 de AtentaMente (Anexo 47).

El cuestionario obtuvo un total de 10 respuestas (Anexo 48), aunque fue enviado a las 18 personas que asistieron al taller. Dentro de este formulario se presentó una interrogante:

En relación a la edición 2022 y al taller Mindness al que asististe, ¿En qué medida estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

En esta se incluyeron 10 afirmaciones, en la cuales el participante tenía que elegir entre cinco variables como respuesta:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Me es indiferente
4. De acuerdo

5. Totalmente de acuerdo

En relación al taller Mindness se mencionaron afirmaciones como, si el participante se sentía satisfecho/a con el taller experiencial, si cumplió con sus expectativas, le sirvió de ayuda para reconocer sus emociones o si la enseñanza de estos conceptos y actividades resuelven sus dudas.

En cambio, sobre AtentaMente 2022 se cuestiona si los blogs de la página web son fáciles de entender, o las herramientas impartidas despertaron su interés en torno a la salud mental. También, si considera que la salud mental es un tema relevante, si apoya la iniciativa de la edición actual, y si volvería a asistir a sus eventos sobre salud mental.

Entre las afirmaciones más destacadas se determinó que:

6 de 10 están de acuerdo con que la enseñanza de los conceptos y actividades presentadas en el taller experiencial Mindness resuelven las dudas de los participantes.

9 de 10 están totalmente de acuerdo con que el contenido impartido tanto en redes sociales como el taller experiencial fue relevante.

8 de 10 están totalmente de acuerdo con que las herramientas impartidas despertaron un mayor interés de los participantes en torno a la salud mental.

Esto permitió brindar un espacio donde la comunidad de AtentaMente pudo dar a conocer sus puntos de vista acerca del proyecto y cómo este les ha ayudado. Sin embargo, aunque las respuestas fueron favorables hay que considerar ciertos comentarios en los que recomendaron al proyecto realizar alguna actividad más dinámica e interactiva entre los asistentes al taller. Así mismo, se recomienda al futuro equipo de AtentaMente el considerar un espacio cerrado en el que se pueda grabar sin dificultad alguna las entrevistas tanto a los participantes como a los psicólogos implicados.

- **Resultados obtenidos a raíz de la Actividad 3 “Creación de conversatorios entre Influencer / creadores de contenido y psicólogos”**

Como se mencionó anteriormente, dentro del marco lógico se planteó realizar 3 lives, 1 en cada una de las etapas definidas. En la primera etapa se trabajó con el Deportista e Influencer Juan José Jaramillo, quien participó en el Live de Escuela de Emociones y contó su experiencia respecto a cómo ha sabido manejar sus emociones en conjunto a su vida deportiva (Anexo 49).

En la segunda etapa se trabajó con la actriz y creadora de contenido Viviana Salame, quien participó en el live de Hablemos de Estrés VS. Creadores de Contenido, donde se manifestó cómo se suele ver perjudicada la salud mental de los influencers con respecto al estrés que manejan en su vida cotidiana con su exposición en las redes sociales (Anexo 49).

En la tercera etapa se tomó contacto con la actriz, candidata a Reina de Guayaquil y creadora de contenido, Paula Lituma. Con ella se trabajó el tema de la psicoterapia a través de un live en vivo en Instagram, este tuvo de título “Los 20 's, las expectativas y la terapia”. Se dio este enfoque dado a que está dentro de esta edad de cambios de la adolescencia a la adultez, y ha mostrado en sus redes sociales cómo ha podido sobrellevar las expectativas de los demás y de qué manera la terapia ha sido un fiel amigo dentro de todo su proceso para encontrarse a ella misma (Anexo 49).

Como parte de las métricas se definió llegar a +250 vistas en el conteo de los 3 lives. Sin embargo, esto no fue cumplido dado a que solo se obtuvieron 105 vistas entre los tres lives.

Dentro de las oportunidades de mejora y recomendaciones para futuras ediciones, sería fijar fechas y horarios estratégicos para obtener mayor cantidad de vistas en los lives.

Asimismo, difundir la comunicación de los lives con mayor anticipación para que los seguidores conozcan de la actividad con tiempo y estén pendientes para conectarse a la misma.

- **Resultados obtenidos a raíz de la Actividad 4: “Creación de E-book” y gráfica del libro**

A partir de la observación y monitoreo de la audiencia digital de la página durante los primeros meses del proyecto. Se concluyó que la necesidad tácita y común de la audiencia era la necesidad de sentirse identificados y acompañados con el contenido que se comparte en las redes sociales de AtentaMente. Es por esto que se decidió crear una herramienta atemporal que sirva de compañía para todos quienes quieren empezar su propio proceso de bienestar emocional.

Se trabajó en la creación del corazón del proyecto, aportando el granito de arena a la comunidad. Creamos el E-Book *Anécdotas para acompañarte* siendo las estudiantes María Belén Medina y María Emilia Vela, las coautoras del mismo. El texto se compone de cartas abiertas sobre salud mental, procesos y amor propio. Ha sido muy importante y especial contar con el apoyo de Úrsula Strengge, psicóloga clínica y fundadora de “Armonía by Úrsula” quien escribió el prólogo de nuestro E-book. Este acontecimiento fue anunciado en la cuenta de Instagram del proyecto el día del lanzamiento para crear expectativa y generar curiosidad (Anexo 50). Del mismo modo, se hizo un arte para difusión del día de lanzamiento en la Feria Internacional del Libro el cual se realizó el día 23 de septiembre, el arte de difusión fue subido a nuestras redes sociales y por mail (Anexo 51). Dos semanas después del lanzamiento del E-book, se ha obtenido +160 descargas orgánicas en nuestra página web.

El objetivo de este componente fue introducir a la conversación actual temas relacionados con la salud mental. Por la misma razón, se decidió plasmar un poco del proceso

de las coautoras del E-Book “Anécdotas para acompañarte”, seguido de algunas cartas que amigos han compartido durante charlas personales.

La portada del libro simboliza la mente y la gran capacidad de poder pensar, imaginar, recordar y liberar esos pensamientos e ideas que pueden estar presentes en ese momento (Anexo 52). La gráfica del libro ha sido diseñada para disfrutarse de manera experiencial. Cada capítulo tiene un color de fondo diferente y a su vez, las tipografías e iconos cambian de acuerdo a la temática (Anexo 53). Con esto se busca representar cada tema se trata diferente, ya que es un libro que recopila diversos momentos e instancias de los participantes, donde tal vez pudo ser más desafiante, difícil o fácil al momento de escribir (Anexo 54).

Para las ilustraciones, se empleó el recurso del trazo, técnicamente el estilo de arte lineal abstracto. Atentamente lleva utilizándolo desde su primera edición, pues refleja cómo la mente puede enredarse por las cosas que ocurren día a día, sin embargo, estas líneas pueden expresar mucho más que eso. Es ahí cuando se implementó diversas ilustraciones de acuerdo a la temática, esto ayuda a reflejar y empatizar con las cartas de los participantes y así generar una lectura más amena, donde los lectores podrán identificarse de acuerdo a las situaciones narradas en el libro (Anexo 55).

Sección 04 - Compendio de Reflexiones Individuales

Reflexión individual generada a partir de la creación de la estrategia digital para concientizar la importancia de la salud mental en las personas en AtentaMente 2022. -

María Auxiliadora Reyes Avilés

En la presente sección reflexionaré sobre el proceso realizado para la creación de la estrategia de contenidos digitales que realicé para el Proyecto de Atentamente 2022, el cual desarrollamos en Instagram y Facebook. Además, expondré mis conclusiones y aprendizajes para que nuevos estudiantes los usen de guía en próximas ediciones del proyecto.

Teniendo en cuenta nuestro objetivo principal del proyecto "Continuar la concientización sobre la importancia del cuidado de la salud mental en los jóvenes universitarios de 18 a 27 años en la ciudad de Guayaquil, durante los meses mayo a octubre del 2022", comprendí que debíamos aprovechar el alcance e impresiones de las redes sociales dentro de nuestro proyecto para ayudarnos a difundir y concientizar sobre la comunidad.

El mundo de las redes sociales está evolucionando constantemente, por eso, como equipo debíamos mantener una estrategia de comunicación digital fuerte para poder transmitir siempre de la mejor manera nuestro mensaje. Para realizarlo, mi aporte principal a este proyecto fue liderar el equipo de la estrategia de redes sociales, junto a mis otras dos compañeras de Marketing, María Belén Medina Albán y Nayeli Valero Franco. Juntas trabajamos y pulimos dicha estrategia. Más adelante mencionaré todos los pasos por los que pasamos para crear y pulir continuamente la estrategia digital.

Al tomar en consideración el objetivo principal del proyecto, la decisión sobre la audiencia específica que escogimos para las redes sociales del proyecto se tomó bajo el hallazgo del estudio realizado por U-Report Ecuador. Este estudio indicó que, en mayo del 2021, el 79% de 782 jóvenes entre los 13 y 25 años no pidió ayuda al momento de necesitar una guía para poder manejar situaciones difíciles o de estrés, a pesar de necesitarla. Este hallazgo nos dejó pensando en ¿qué tal si es que hay más jóvenes que necesitan ayuda para manejar su bienestar psicológico?

Para solucionar esta interrogante, concluimos que vivimos en una era digital en donde, según las plataformas de métricas digitales Hootsuite y We Are Social, el 52% de la población mundial utiliza redes sociales (Adame, 2019). Por eso, tomamos la decisión de convertir las redes sociales de Atentamente en una plataforma activa de escucha hacia las necesidades y preferencias de nuestro grupo objetivo y comunidad, principalmente sobre en

las temáticas de bienestar psicoemocional en las que se desenvuelve el proyecto, para así ser relevantes dentro del ecosistema digital que de por sí ya está saturado.

Objetivos de la estrategia de contenidos digital

Como fue mencionado anteriormente, más de la mitad de la población utiliza las redes sociales, por lo que convertimos las del proyecto en el principal medio de comunicación. Por eso, creamos estos objetivos para la creación de contenidos digitales:

1. Posicionar en Instagram a Atentamente 2022 como un Proyecto de Aplicación Profesional cercano, alerta a tendencias y a necesidades, pero principalmente alerta a los cambiantes de nuestra comunidad.
2. Volver las redes sociales de Atentamente 2022 plataformas de escucha activa hacia el usuario, en donde se cumpla el claim de que somos una carta abierta, para así captar nuevos integrantes dentro de nuestra comunidad.
3. Convertir a Atentamente 2022 como un perfil relevante dentro del ecosistema digital, para así poder crear cada vez más una comunidad fidelizada con contenido de valor.

Para lograr la relevancia digital, la frecuencia de posts debía ser frecuente, pero principalmente y tal como lo indica HubSpot Academy, el contenido que creamos debía ser valioso en medio de todo el ruido digital si es que buscábamos resaltar (Coppola, 2020). Para ello, algunos integrantes del proyecto teníamos roles específicos (Tabla 9).

Tabla 9.

Rol dentro de la estrategia de contenidos digital de los integrantes de AtentaMente 2022

Estudiante	Rol
María A. Reyes	Content Creator
María B. Medina	Content Creator

Nayeli Valero	Content Creator
Salomé Muñoz	Realizador Audiovisual
María E. Vela	Community Manager
Ericka Villavicencio	Diseñadora Gráfica

Fuente: Elaboración propia

La última semana del mes nos llegaba la información otorgada por la Psic. Sandra Moreira y junto a esta información trabajamos el contenido del siguiente mes junto al equipo mencionado en la tabla 9. Las Content Creators desglosamos dicha información y la bajamos creativamente para que sea relevante dentro del mundo digital, creando los textos para los posts junto a sus respectivos captions. Luego, pasaba al área de Diseño y Multimedia para su elaboración. Por último, pasaba al área de la Community Management para su publicación una vez aprobado. Además, la Community Manager también estaba encargada de responder comentarios y menciones en las redes sociales.

Como aprendizaje de la creación de las mallas de contenido junto a aliados, concluyo que los procesos son muy importantes, pero dentro de lo digital, el factor tiempo es lo primordial, además de otorgarle a la comunidad información verificada. Por ende, cuando la Psic. Moreira enviaba los PDF's con la información para realizar posts, recomendaría a los futuros participantes del proyecto que:

1. Lean todo el contenido informativo que facilitan los aliados estratégicos.
2. Anoten cosas que les hayan llamado la atención, que además podrían servirles para realizar posts, como también cosas que no les queden claras para así poder despejar cualquier tipo de duda.
3. Reunirse con la psicóloga antes de realizar el contenido, para así poder aclarar los detalles mencionados en el punto dos. Además, podría ocurrir que dentro

de la reunión con los psicólogos empiecen a surgir nuevas ideas que podrían llegar a ser muy útiles luego.

Por otro lado, era importante para el proyecto comunicar dentro de redes sociales contenido que se acerque a los momentos que sean relevantes para el target, para que así el contenido sea realmente de valor. Por eso, junto al Colegio de Psicólogos Clínicos del Guayas, durante reuniones iniciales definimos que el proyecto se dividía en 3 momentos (tabla 10).

Tabla 10.

Momentos de comunicación AtentaMente 2022

Momento	Mes
Escuela de emociones	Julio
Hablemos de estrés	Agosto
Hablemos de terapia	Septiembre

Fuente: Elaboración propia

El primer momento de comunicación que hablamos dentro del mes de julio, fue el primer contacto que tuvo AtentaMente 2022 con su comunidad, llamado "Escuela de emociones". Aquí era importante la conexión inicial para el despegue de este nuevo año de proyecto. Los temas tratados englobaron la educación de las emociones de nuestra comunidad (tabla 11). Como aprendizaje dentro de este primer mes pude ver que la comunidad digital estaba buscando algo más. No solo les bastaba con posts estáticos o animados, que tal vez podrían llegarles a resultar un poco aburridos. Por eso, al finalizar esta primera etapa nos

reunimos como equipo para analizar hallazgos y oportunidades para darle un extra a la estrategia por realizar en la etapa 2 y así, poder evolucionar y darle más información a la comunidad en otros formatos.

Tabla 11.

Temas de posteos con Escuela de Emociones

Temas

ABC de emociones

Frases motivacionales conectadas a información que promueva el bienestar

Emociones funcionales vs. Disfuncionales

Relaciones Responsables

Emociones aplicadas en la universidad

Hablemos de Emoción: Miedo

Hablemos de Emoción: Amor

Rol de los amigos en la salud mental

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, el segundo momento de contacto comunicacional con nuestra comunidad fue en el mes de agosto, llamado Hablemos de estrés. Dentro de esta etapa se tocaron temas relacionados al manejo del estrés y todo lo que conlleva este tema (tabla 12). A este mes se le agrega que aprovechamos aún más el contenido enviado por nuestro convenio, produciendo contenido para que nuestra comunidad pueda conectarse con nosotros los 21 días laborables del mes. Como fue mencionado anteriormente, en esta etapa propuse contenido

que le dé un plus a la estrategia para así poder mejorar las métricas y llegarle de una manera más efectiva a la comunidad. Por eso, en esta etapa implementamos una estrategia de reels, sumando nuestro contenido a tendencias o a los mismos sonidos en tendencia de la plataforma, para así lograr aumentar el alcance y engagement de los mismos. Además, también aumentamos la frecuencia de historias interactivas con la comunidad, para así poder hacer medio una estrategia de listening, utilizando las herramientas de "Caja de encuestas", "Caja de preguntas" que otorga la plataforma, para así escuchar que piensa y opina la comunidad, conocerlos mejor y así poder interactuar más con ellos.

Tabla 12.

Temas de posteos de Hablemos de Estrés

Temas

Significado de estrés

Burnout laboral

Estrés en un minuto

Estrés negativo

Síntomas físicos del estrés

Frases que no le debes decir a una persona estresada

Señales de estrés

Productividad Vs Estrés

Consejos anti estrés

7 maneras para calmarte ante una crisis de estrés

Síntomas Psicológicos del estrés

Estrés universitario y laboral

Afrontamiento del estrés

Estresómetro

El estrés y la presión social

¿qué hacer por el estrés?

Somatizar

Fuente: Elaboración propia

Para finalizar, el último momento de valor que se tocó con nuestra comunidad digital fue durante el mes de septiembre cuando englobamos temas que normalizan el hecho de que la comunidad asista a terapia (tabla 13). Para mí fue grato que durante esta etapa recibimos mensajes de agradecimiento de la comunidad, en donde nos mencionaban que estaban conectando con los temas que otorgamos y más. Además, conectado al tema de la etapa, leí mensajes de la comunidad donde nos preguntaban sobre recomendaciones de psicólogos, por lo que aquí propuse tomar la Guía de Psicólogos que realizaron en la primera edición, y la dejamos anclada a nuestras historias para que así estén a la mano para la comunidad.

Tabla 13.

Temas de posteos de Hablemos de Terapia

Temas

Introducción a la terapia

¿Se siente demasiado abrumado para hacerle frente a sus problemas?

Día Mundial para la Prevención del Suicidio

Tipos de psicoterapia - Terapia Cognitivo-conductual

¿Cuándo considerar la psicoterapia como opción?

Razones para ir a terapia

Consejos para cuidar salud mental

Razones para ir a un psicólogo

¿Cómo elegir a tu psicólogo ideal?

¿Cómo encontrar un buen psicólogo?

¿Qué preguntar a un psicólogo?

¿Qué ocurre en la primera consulta?

Fuente: Elaboración propia

Recomiendo que en futuras ediciones se les otorgue una lista de proveedores aprobados por la Universidad Casa Grande para que los proyectos puedan escoger entre ellos y así tener excelentes resultados. Además, dicho listado de proveedores tendría precios previamente regulados por la universidad, posiblemente creando un espacio de optimización de tiempos al momento del reembolso de dinero. Por otro lado, también recomendaría que se agregue un guía más al proyecto, que sea docente de la carrera de psicología de la universidad, debido a que tener este contacto permitirá que fluyan más rápido los procesos para las futuras personas que manejen este proyecto, se tomarán decisiones netamente enfocadas en el bienestar emocional de la comunidad y también podrá facilitar información avalada más rápido que al tener que contactarnos con un psicólogo externo. Para concluir mis recomendaciones, sería interesante que los futuros proyectos migren a las nuevas plataformas de redes sociales más actualizadas. Al iniciar la 3ra etapa unimos a AtentaMente a Tik Tok, lo cual no tuvo los resultados esperados debido a que ya estábamos casi en la recta final del

proyecto y no adaptamos nuestro contenido para esta plataforma si no que realizamos una estrategia espejo con lo que se publicaba en reels de Instagram.

Ser la líder de la estrategia de contenidos digitales aportó a mi crecimiento profesional debido a que el mundo cada vez está migrando más a estas plataformas, por tanto, fue enriquecedor trabajarlas. Tener un equipo multidisciplinario aportó a las grandes ideas que creamos para potenciar las redes sociales, agregando que cada uno me permitió conocer sus diferentes enfoques para aportar a la realización del PAP.

Aprendí muchas cosas nuevas cada día dentro del proyecto, como por ejemplo la forma tan peculiar de interactuar de la comunidad con las redes sociales que cumplen con un propósito en la sociedad. Anteriormente en este documento se muestran los resultados de que dentro de los contenidos que más efectivos eran se encontraban los reels, por ende, concluyo que esta comunidad necesita visualizar y oír las cosas para realmente engancharse con el contenido. Necesitan aprender a sentir y notar que no están solos dentro de este mundo, sino que allá afuera hay personas que también podrían haber pasado por lo mismo. Para finalizar, con toda la estrategia desarrollada para este PAP entendí que el bienestar emocional es primordial dentro del ámbito laboral, personal y estudiantil, siendo gratificante ver mi crecimiento desde que empezó el proyecto hasta hoy.

Reflexión individual sobre la dirección visual en la segunda edición de Atentamente

2022 realizada por la estudiante Ericka Villavicencio

La dimensión a la que me enfoqué principalmente durante mi participación en la segunda edición del proyecto Atentamente es la dirección de arte. Bajo esta dirección se establecieron los lineamientos de identidad de la marca y cómo ésta actuaría en los diferentes formatos donde se difundió el proyecto a lo largo del 2022. Para poder conservar la esencia y al mismo tiempo lograr que impactemos en nuestro grupo objetivo, se requirió una votación

grupal para definir quién cumpliría con el rol mencionado, siendo yo la encargada de todo el aspecto visual.

Para empezar, realicé una nueva propuesta de línea gráfica sugerida por nuestros guías, donde propuse un estilo en el cual las ilustraciones serían las protagonistas en cada pieza que compartiéramos al público. Las ilustraciones fueron un diferenciador a comparación de la primera edición de este proyecto, esto con el objetivo de que la información sea más fácil de digerir y capte la atención de los seguidores.

A su vez, el color celeste fue introducido en la marca, para no solo contar con colores vivos como el amarillo, rojo y turquesa. Según Llasera (2021), “los colores más cálidos pueden producir un efecto óptico de expansión en nuestro ojo y dar la impresión de que un elemento cuenta con un tamaño mayor”. Es por esto que el celeste me pareció un contraste interesante, ya que crearía un equilibrio entre los colores ya designados y el blanco, que es también uno de los principales de la marca.

Para la creación de contenido nos dividimos en dos grupos, uno se encargaría de plasmar netamente las ideas con copys y referencias, y el segundo grupo que intervendría después con el diseño y ejecución de cada pieza solicitada de acuerdo a la temática designada. Esta responsabilidad como líder del grupo de diseño y multimedia, fue un completo reto para mí, pues siempre he trabajado de manera individual o con compañeros de la misma carrera que comprenden cómo funcionan los programas como Illustrator y Photoshop. Llevar este papel me enseñó que la paciencia es indispensable, y que, aunque tal vez mis compañeros se demoraban un poco más en diagramar y necesitaban de retroalimentación constante, pudimos crear grandes cosas como equipo.

La comunicación fue clave para lograr que todo funcione y que podamos salir adelante con las piezas, las cuales se subían casi todos los días. Esto nos tomó de mucho

esfuerzo y reuniones donde les mostré herramientas y opciones de diagramación que podrían ser atractivas para el público y así se logren bajar más rápido las ideas que tenían en mente.

Dentro de la ejecución del proyecto, analicé cómo los seguidores interactúan con nosotros y vi la necesidad de crear algo más que solo las piezas. Es ahí donde conceptualice a *Atentito*, la mascota que acompaña una cantidad significativa de artes. Enhorabuena, el personaje tuvo una buena acogida del público y esperamos que siga siendo empleado en las futuras ediciones del proyecto. Sin embargo, me hubiera gustado poder crear más cosas en torno al personaje, tales como cortos, animaciones y mini-historias que puedan exponer diversas situaciones por las que las personas pasamos día a día. Llegué a comentar estas ideas al grupo de diseño, pero por la cantidad de cosas que teníamos pendiente, no se logró llevar a cabo.

Una de las cosas más inesperadas del proyecto, fue la creación del libro digital “Anécdotas para acompañarte”. Este fue uno de los mayores retos que tuve en lo que respecta a mi carrera profesional, pues era básicamente realizar y maquetar un libro desde 0. El diseño editorial es una gran rama del diseño gráfico que siempre me había interesado, y el hecho de poder diseñar un libro antes de graduarme, fue muy gratificante para mí. Cumplir con la fecha límite de entrega fue una odisea, pues tuve menos de 5 días para poder diseñarlo. Así como el diseño editorial, la ilustración es otra de las ramas que llama mi atención, y es así cómo plasmé diversas emociones, sentimientos y situaciones narradas en el libro.

En toda la ejecución del proyecto, siempre busqué la forma de poder aplicar los conocimientos de la carrera de acuerdo al tono de la estrategia creada entre todos. Es por esto que utilicé el estilo de arte abstracto, porque el libro no es teórico en sí, más bien son vivencias y anécdotas, como lo dice su nombre, que buscan empatizar y transmitir al lector que el camino de la vida es difícil, pero no tiene porqué ser malo. Aunque el mensaje del libro

es ese, se sabe que la subjetividad de cada persona es diferente y puede sentir o pensar de una manera diferente. Así que, busqué la manera de representar esa posibilidad de ver algo diferente en los textos con esa técnica, así que aposté por páginas blancas, espacios despejados, íconos minimalistas hechos a través de un trazo, el cual transmite al lector esa cercanía y más que nada libertad para poder ser quién en realidad es.

Siguiendo cronológicamente con las actividades de nuestro proyecto, el gran evento presencial Mindness también requirió de piezas gráficas para su buen desarrollo. Se conceptualizó un logo tema que represente al evento en las redes sociales y otros portales de difusión. A su vez, con la ayuda de la psicóloga Sandra Moreira, se realizó en equipo una presentación didáctica con la que realizaría el taller.

La presencia de nuestros sponsors estuvo en el backing con logos de todos los participantes del proyecto. Además, dos Roll-ups también fueron diseñados con información general de nuestras redes sociales y otro con información sobre lo que va el taller para que así puedan informarse más sobre el tema. Para agradecer la asistencia de los participantes se dieron Goodie bags, las cuales contaron con un pop socket de Atentamente con el mensaje “Keep Calm & Have Fun”, recordando que el taller se basaba en técnicas de respiración que invitan a la relajación y paz.

Para concluir, ser la líder y/o directora de arte en este proyecto fue algo que no esperaba que ocurriese, trabajar junto a otras carreras y tener la palabra final en muchas decisiones me permitió crecer, no solo profesionalmente, sino que también personalmente, porque entendí que a lo largo de tus días mientras vas creciendo, tienes que tomar decisiones cruciales y todo dependerá de las ganas y el esfuerzo que se les pone a las cosas.

Para las siguientes ediciones, recomiendo que se siga usando el recurso de las ilustraciones, y se implemente más el formato de vídeos, sean estos de tendencia o

informativos. La animación también es un buen recurso que aportaría a la marca a no solo ser publicaciones estáticas, sino que inviten a leer. AtentaMente es un proyecto único, al cual se le puede implementar una infinidad de recursos para llegar a las personas y ayudarles a entender que por más difícil que esté la situación, no estás solo, siempre hay una mano amiga dispuesta a escuchar y ayudar.

Haber sido partícipe de la segunda edición ha sido una experiencia increíble. Más allá de crear piezas visuales y conseguir likes, pude sentir la empatía y el acompañamiento que le aportamos a las personas. No tiene precio el ver que estoy ayudando y escuchando a alguien que teme ser juzgado por los demás. La salud mental es tan importante como la economía del hogar, los estudios y las relaciones que formamos cada día. Así mismo ver el interés de las personas por unirse, como los auspiciantes, me generó emoción, pues no solo se unen por reconocimiento, sino también porque están confiando en lo que creamos, en toda la logística detrás de lo que mostramos al público.

En el ámbito profesional, espero con ansias poder volver a vivir una experiencia así. Ser la directora de todo lo visual del proyecto me generó grandes expectativas de mi futuro. Agradezco la oportunidad y espero que la comunidad de AtentaMente siga creciendo y ayude a cientos de personas que callan por miedo a ser juzgadas por los demás. La salud mental no es algo que deba quedarse atrás.

Reflexión individual sobre el aprendizaje generado a partir de la producción y post producción de cortometrajes, animaciones, eventos del proyecto, con el fin de concientizar la importancia de la salud mental de las personas. - Salomé Alexandra

Muñoz Castillo

En esta sección se expone la reflexión desde una mirada autocrítica hacia lo realizado en el proyecto AtentaMente Edición 2022 en relación a la gestión y post producción de

determinadas actividades para concientizar la importancia de la salud mental de las personas. En el presente año 2022, AtentaMente buscó continuar la concientización sobre la importancia del cuidado de la salud mental, sobre todo en los jóvenes universitarios quienes son uno de los grupos que más se han visto afectados tras la emergencia sanitaria COVID 19. Y gracias a las diferentes actividades que se realizaron alrededor del proyecto junto al aval del Colegio de Psicólogos Clínicos del Guayas, se pudo cumplir. Para tal efecto se crearon actividades, que abarcan desde la creación de contenido para redes sociales, hasta un taller presencial denominado Mindness, en el que se tuvo como objetivo lograr que las personas obtengan conocimiento sobre el manejo de las emociones y sean parte de una actividad la cual les ayude a su bienestar emocional.

Según, Antoni Gutiérrez-Rubí, asesor español de comunicación (El Universo, 2018), “Las zetas es la generación del ver para creer. Buscan información y aprenden en YouTube y se relacionan en Snapchat e Instagram, las redes más visuales”. En consecuencia, debido a que nuestro grupo objetivo son jóvenes universitarios, es decir son la generación Z (nacidos nacidos entre 1995 y 2010) y gracias a mis conocimientos adquiridos a través de toda mi carrera, mi principal contribución al proyecto se basó en la producción visual. Por mi parte, desde mis conocimientos como comunicadora audiovisual y multimedia, durante el presente proyecto, he sido partícipe en la producción y edición de diversos contenidos en varios formatos.

En lo que se refiere a la creación de contenido para redes sociales, como multimedia, me encargué de animar gráficas en Adobe Effects para aportar dinamismo a los posts y así poder captar más la atención de nuestro grupo objetivo. A su vez, mediante el programa de Adobe Premiere, edité y animé vídeos para las marcas auspiciantes que aportaron al proyecto en relación al paquete que habían escogido previamente. Adicionalmente, con la ayuda del

software Adobe Illustrator y gracias a conocimientos previos, diseñé ciertas artes que posteriormente fueron supervisadas por la diseñadora del grupo quien se encargaba de avalar el diseño realizado. Esto último me ayudó a ser consciente una vez más sobre la importancia de aprender sobre materias no relacionadas específicamente a mi carrera. Pese a que en mi carrera hago más uso de otro tipo de herramientas, el haber tenido conocimiento y práctica previa con el diseñar piezas gráficas me ayudó a poder aportar más al proyecto y conocer desde una perspectiva de diseño, el cómo usar sus herramientas para de igual manera comunicar algo, no tan solo a través de la animación o la edición, sino también desde las gráficas.

Asimismo, aprendí sobre la importancia de lo visual y cómo las animaciones aportan a esto. Considero que, si las personas interactúan más con un contenido, hay más probabilidades de retener su atención hacia el mismo. Es por esto que, a través del proyecto, aprendí que mientras más vídeos y animaciones interactivas con contenido de valor se realicen, mejores probabilidades hay de captar la atención de las personas. Dado esto y con el fin de aportar información relevante y en diferentes formatos que permita a la comunidad a sentirse más identificados y cercanos con el contenido impartido, se produjeron 3 cortometrajes a lo largo del proyecto con los distintos temas: Las emociones, El estrés y La psicoterapia.

Dentro de estas producciones a pesar de estar involucrada en todo el proceso, mi rol principal fue el de editora y productora. Empleé conocimientos y experiencias que he obtenido, tanto a través de mi carrera, como extracurricularmente. Es por esta razón que, en primera instancia, para los cortometrajes me comunicaba con el psicólogo correspondiente al tema del mes para que me brindaran información y así posteriormente crear el guión junto a María Emilia Vela e Isaac Hidalgo, que era avalado tanto por el psicólogo como por nuestro

guía Santiago Toral. Para la fase de preproducción de cada cortometraje, con el objetivo de mantener un orden y control sobre el rodaje que nos permita realizarlo de manera efectiva, creaba cada mes un plan de rodaje que nacía a partir del desglose de guión, la locación y día establecido previamente. Al mismo tiempo me comunicaba con la Facultad de Comunicación de la Universidad Casa Grande, para solicitar estudiantes de la Carrera de Escénica que ayuden interpretando los papeles indicados. Una vez establecidos junto a María Emilia Vela, los actores, el plan de rodaje, el guión, el equipo de producción (cámara, luces) y los elementos que irían en escena, se proseguía al rodaje de los cortometrajes los cuales grabé junto a mi compañera Vela. Una vez realizado eso, se determinaba alrededor de una semana, o semana y media para la post producción, la cual me encargaba tanto de editarlos (colorización, edición, selección de material y musicalización), como de coeditarlos en ciertas ocasiones. A través de este proceso, comprendí que en un tema tan importante como lo es la salud mental, se debe prestar más atención al contenido del guión, no solo para generar un impacto más fuerte en las personas que lo vieran, sino para aportar algo que en realidad sea valioso para ellos. Es por esto que me queda como experiencia, que no solo basta con saber cómo organizar algo, sino se tiene una buena base en el contenido que se realizará.

Por otro lado, en el primer En Vivo realizado por AtentaMente llamado “Escuela de emociones”, me encargué de mantener contacto con el deportista Juan José Jaramillo, con quien se coordinaron fechas de encuentro para ensayo vía online y el día del En Vivo. Sin embargo, por problemas de gestión y organización dentro del grupo, existieron dificultades con la fecha acordada, pero que, sin embargo, se pudieron resolver, permitiéndonos así realizarlo sin problemas. De igual manera, respecto a la parte técnica, me encargué de enseñarle al psicólogo Francisco Brito, presidente del Colegio de Psicólogos Clínicos del Guayas, a ingresar a un En Vivo, como prevención de un cambio a última hora de psicólogo.

Todo esto me ayudó en posteriores actividades a tener una mejor organización para evitar problemas similares al mencionado previamente.

Otra habilidad que considero debo perfeccionar, es la cobertura de eventos. Comprendí, una vez más, que, aunque uno conozca cómo grabar, o utilizar una cámara, no necesariamente hace de alguien una buena camarógrafa. Al grabar los dos eventos que se llevaron a cabo como parte del proyecto, entendí que saber qué momentos capturar, qué tipos de ángulos o planos usar, son importantes para comunicar bien a las personas lo que se vivió. Si bien pude haber capturado en imagen momentos importantes, el saber cómo posteriormente editarlos también es esencial. Es de esta manera que también edité el video del evento de la Feria del Libro y edité las fotografías de ambos eventos que posteriormente fueron difundidas en las redes sociales. Me di cuenta una vez más que el saber comunicar algo no solo se lo aplica cuando se considera crear una historia para un cortometraje o película sino también en aspectos como los mencionados.

Así mismo, para poder realizar la cobertura de ambos eventos, se necesitó una planificación previa, en la que se creó un cronograma Gantt donde se detalló todo. En contraste a esto, otra cuestión que hice y que en lo personal considero me ayudó mucho, es el haber creado la escaleta del evento, puesto que a pesar de tener experiencia creando guiones para cortometrajes o realizando un plan de rodaje, es distinto que elaborar una escaleta para un evento, ya que son muchas directrices que tomar en consideración. El tener presente no solo las personas que asistirán, o el contenido que se impartirá, sino también el saber regular el tiempo invertido por actividad, es importante. Ya que es un evento en el cual hay muchas personas involucradas y, sobre todo, actividades, o temas a tratar, la organización es vital.

A pesar de toda la experiencia obtenida a través del proyecto, considero que una de las que más tendré presente cuando realice futuras producciones, será el saber manejar bien un

presupuesto. Una vez más, aprendí la importancia de saber gestionarlo de la manera correcta y eficiente. Sobre todo, la importancia de tener a alguien con experiencia guiándote en el proceso. Si bien el dinero invertido en el proyecto pudo haber sido administrado de manera diferente y más eficaz para la inversión de otros elementos, es una experiencia que se queda con nosotros para un futuro.

En lo concerniente al manejo y la relación con personas en las producciones, siento que pude entablar una buena comunicación sobre todo con agentes externos al grupo de *Atentamente* - los psicólogos, actores- lo que me permitió poder realizar las diferentes actividades de manera amena. A través de este proyecto, he aprendido que la paciencia, trabajo duro, responsabilidad, y pasión son elementos significativos que aportan un gran valor a un proyecto como el que se realizó.

Asimismo, siento que a través de mis conocimientos y mi carrera pude aportar bastante desde la parte visual y creativa gracias a los cortometrajes y la gestión de ciertas actividades realizadas. Además, este proyecto no solo me ayudó considerablemente a darme cuenta de las cosas que debía mejorar o de aprender en el ámbito de mi carrera, sino que igualmente me ayudó una vez más, a comprender cuán sustancial es el bienestar emocional para las personas.

Este proyecto, *Atentamente*, me ha dejado la satisfacción no solo de haber aportado con mis conocimientos, sino también me ha dado la dicha de poder hablar del tema con más personas y, sobre todo, de dar información que ha sido avalada por profesionales. También se ha quedado conmigo la idea de que en el país se debe trabajar con mucho más esmero por la salud de las personas, tanto física, como mentalmente.

Luego del proceso, me siento alegre con los resultados obtenidos y sé que me llevo esto como una experiencia que me hizo crecer como profesional. Este proyecto me ayudó a

poner en práctica lo adquirido no solo en la universidad, sino también en los distintos trabajos en los que he estado.

Reflexión Individual sobre las Alianzas estratégicas con Sponsors, Influencers y Psicólogos. - Nayeli Vanessa Valero Franco.

La reflexión individual está enfocada en las alianzas estratégicas que se realizaron durante el proyecto, tanto con marcas auspiciantes para la financiación de las diferentes actividades, con una psicóloga especialista y también con influencers como parte de la estrategia digital implementada.

Alianzas con Sponsors

Como parte del componente 2, se planteó realizar alianzas con al menos dos auspiciantes para financiar económicamente el proyecto. Para ello fue necesario definir criterios de selección para afinar las marcas que se iban a unir a nuestro proyecto. Entre ellos: Que fueran marcas que hablaran sobre temas afines a salud mental, que su tono de comunicación fuera acorde a AtentaMente, y que estuvieran dispuestas a colaborar con material y financiamiento.

Una vez identificados aquellos factores, procedí a contactarlos por medio de diferentes medios, ya fuera por correo electrónico, teléfono y reuniones virtuales para conversar sobre la alianza y su participación como marca.

Para ello fue importante realizar paquetes de auspicios para que cada marca pudiera elegir la que mejor se ajustara a su tipo de colaboración y presupuesto:

1. Plan Golden (Evento final + redes sociales) \$500:
 - En videos de apertura y cierre del evento.
 - En el espacio principal del evento con apertura para entrega de sampling,

colocación de merchandising, roll ups y más.

- En 10 posteos/historias dedicadas a la difusión del evento.
- En 6 posteos/historias alrededor de todas las etapas del evento.
- En 3 cortometrajes multimedia (1 por cada etapa del proyecto) + video recopilatorio final del evento.

2. Paquete Silver (Evento final) \$300:

- En un espacio compartido en el evento con apertura para entrega de sampling, colocación de merchandising, roll ups y más.
- En 10 posteos/historias dedicadas a la difusión del evento.

3. Paquete Cooper (Evento final) \$150:

- En un espacio compartido en el evento con apertura para entrega de sampling, colocación de merchandising, roll ups y más.

Finalmente se obtuvo un total de seis auspiciantes que fueron: Banco Guayaquil, Nosotras Ecuador, Innova Mkt, Léttera, Fs Agency, Nena Ferreti. Sin esperarlo, pero con mucha dedicación y esfuerzo se buscó contactarlas tanto a marcas grandes como pequeñas agencias, ya que lo importante era su interés en querer ser parte de este cambio comunitario en el área de la salud mental. Fue así como se obtuvo un mix entre Agencia bancaria, marca de cuidado e higiene íntima, y agencias de publicidad, que reconocen y avalan la importancia de promover esta causa social, específicamente en nuestro target de jóvenes.

Ser parte de este tipo de acciones de bienestar común, proyecta a las marcas no solo como solidaria con la causa, sino también refleja que quiere ser parte de ese cambio al cual apunta el objetivo de este proyecto sobre la salud mental.

Por otro lado, una vez de haber confirmado el pago y acuerdo con cada uno de los auspiciantes, se empezó a trabajar en conjunto de acuerdo al plan de auspicios que habían elegido. Este se basó en crear contenido en conjunto, por ejemplo, con Nosotras Ecuador, FS Agency y Léttera, se enfatizó la conexión del estrés laboral en las agencias de publicidad, las diferentes afectaciones en las emociones y la autoestima que se suele presentarse en el periodo menstrual con la salud mental. Al ser yo también creadora de contenido de las publicaciones de la cuenta, se tomó en consideración que cada contenido se alineara al tono de comunicación, línea gráfica y valores de cada una de las marcas.

Las otras marcas, Banco Guayaquil, Innova Mkt y Nena Ferreti aparte de también estar involucradas en los captions de las publicaciones fueron las responsables de hacer posible el evento de Taller Experiencial de Autorregulación de Emociones “Mindness”. Gracias a su aporte tanto económico como también la entrega de sampling de la marca Nosotras, backing, roll ups y demás material, en unión al esfuerzo y gestión de nuestro equipo, se hizo realidad nuestro evento, dedicado a promover herramientas que les permita regular sus emociones a nuestros participantes.

Alianza con influencers

Otra de las alianzas realizadas tuvo que ver con Influencers o también llamados Creadores de Contenido. El acercamiento también lo realicé por medio de criterios de selección que fueron: Que hablaran de temas afines al bienestar emocional, personalidad afín a los valores de AtentaMente, que su imagen fuera relevante para el target directa o indirectamente y que sobre todo tuvieran disposición a colaborar.

Fue así como finalmente, se pudo establecer alianza con los siguientes influencers: Antonella Caputti, Jorge Aníbal Cassis, Frida Contreras, Cristina Reyes, Juan José Nuñez, Viviana Salame, Paula Lituma, Juan José Jaramillo. Con ellos realizamos diferentes

actividades en conjunto, como la creación de contenidos para redes sociales en collab, historias con menciones e Instagram lives.

Lo que se puede destacar de esta colaboración es que, por nuestra parte, su participación nos ayudó a tener mayor alcance y llegar a más personas que se alinearan a nuestro grupo objetivo. Y por su lado, les permitió tener un espacio digital donde promover y dar a conocer su perspectiva y lo que significa para ellos la importancia de la salud mental.

Para mí fue muy gratificante tener el cargo de tomar contacto con ellos y conocer su interés por participar y ser parte de esta causa que afecta en gran medida a la sociedad. Cabe recalcar que, desde la perspectiva de mi carrera Marketing, la importancia de este tipo de alianzas, es que hoy en día en el mundo digital, dentro de las estrategias de marca, se encuentra como principal la creación de contenido por influencers. Por ello, me parece muy acertado y válido poder conocer en mayor medida cómo es el contacto con estos creadores de contenido y saber cómo abordar una conversación o negociación con ellos con respecto a que es lo que espera nuestro proyecto de ellos, y lo que ellos también esperan de nosotros. En este caso, nosotros le ofrecimos las propuestas de contenido en las que nos podrían colaborar, y ellos a su vez lo aceptaban sin necesidad de un valor monetario a cambio, sino más bien siendo parte de este espacio donde ellos podían concientizar a su propia comunidad acerca de la salud mental, que era algo que a ellos también los llenaba de satisfacción gracias a los valores que compartimos en común. Y de esa manera, también logramos un mayor alcance de nuestro mensaje en nuestras redes sociales, gracias a este trabajo en conjunto.

Alianza con profesional de salud mental

Como parte del acercamiento con un profesional de salud mental, tomé contacto con María Belén Sucre, quien es psicóloga, especialista en Arteterapia y también creadora de

contenido sobre salud mental. Colaboramos con un Instagram reel, donde dio su perspectiva sobre lo que significa e implica la psicoterapia.

Desde mi punto de vista, esta participación tuvo vital importancia, ya que a pesar de que nuestro contenido publicado está avalado por psicólogos, es relevante para la audiencia que también puedan conocer la información brindada directamente por una especialista en el tema.

Reflexión desde el Marketing

Desde el punto de vista de Marketing y mi experiencia personal, ser la principal encargada de la toma de contacto y las alianzas estratégicas logradas ha permitido poner en práctica mis conocimientos adquiridos sobre estrategia digital, creación de alianzas, identificación, selección y contacto de influencers, y a su vez generar más aprendizajes en esta área de mi carrera profesional.

Como, por ejemplo, la creación de planes de auspicios, tener protocolos para el contacto y reuniones virtuales con cada una de las marcas, dado a que, centrándonos en el contexto actual, aún se ha mantenido la virtualidad a raíz de la situación pandemia, por ende, se ejecutaron las reuniones y contactos de aquella manera. Así mismo para gestionar con cada marca, se realizó una lista de base de datos para contactar a los ejecutivos o encargados del departamento de auspicios de cada una de las empresas. También aprendí a realizar acuerdos de trabajo según los lineamientos con cada marca, por ejemplo, con Nosotras Ecuador, quien solicitó planes personalizados para la creación de contenidos, y así también con Léttera y las demás marcas participantes. Nos supimos ajustar y adaptar a los límites de cada auspicio, y también con la gestión del presupuesto y la logística de reembolso brindado por la Universidad, a quien se tuvo que mostrar el reporte de gastos y facturas correspondientes para poder ejecutarlo con la transparencia y responsabilidad pertinente.

De igual manera la gestión con influencers se logró de manera satisfactoria con las personas acordadas para que el contenido creado en conjunto y los conversatorios con los profesionales, mantengan un enfoque informativo y se alinee a los objetivos que promueve el proyecto Atentamente como se mencionó anteriormente.

Sin embargo, también se presentaron desafíos que varían entre el tiempo de espera a la respuesta de cada parte contactada, la coordinación de tiempos con los influencers y el manejo de presupuesto para las actividades de acuerdo con el valor aportado con cada marca. Pero como se mencionó anteriormente, es parte del aprendizaje de crear y gestionar un proyecto para la comunidad y que, de esto, llevo conmigo la experiencia y la formación de un criterio profesional para manejar actividades de esta área y demás acciones en las que me he visto inmersa a lo largo del proyecto.

Reflexión individual sobre el aprendizaje generado a partir de la comunicación, cobertura de evento, E-Book Anécdotas para acompañarte y edición de videos sobre la salud mental - María Emilia Vela

Mi aporte al proyecto ha sido desde la comunicación, la cobertura del evento Mindness y la edición de videos para el proyecto. He seguido muy de cerca el proyecto desde su nacimiento el año pasado y hoy por hoy me siento orgullosa de haber contribuido a esta gran comunidad, a la que le entregué el corazón para transmitir a los demás lo que yo recibía de AtentaMente cuando era seguidora en su momento.

Siempre he creído que para poder comunicar algo debería ejercerlo y creerlo. Cuando empecé a seguir AtentaMente en su primera edición, tenía pocos meses de haber empezado terapia y de sumergirme en libros de autoayuda e información. Mi camino ha sido acompañado de terapia psicológica con mi psicóloga María Luz Pólit quien, en esta segunda

edición, en la que yo ya empecé a participar como parte del equipo, también ayudó con información y creó conversaciones para entender la salud mental. Desde el lado personal puedo decir con mucho orgullo que con el acompañamiento terapéutico adquirido no soy la misma estudiante antes de entrar al proceso de titulación. Al planear las actividades del proyecto, comunicación en redes sociales y más, he moldeado mis conocimientos profesionales, mi inteligencia emocional, he reducido mi ansiedad logrando vivir mi vida de una manera más ligera y feliz.

Dentro de las diferentes actividades realizadas me encargué de: La publicación de contenido en la cuenta de Instagram @atentamennte.ecu donde puse en práctica la responsabilidad y atención a la comunicación a primera cara con nuestra comunidad digital. Cuidé que los posts cumplan los horarios de publicación en horas de alcance más alto, utilicé canciones en tendencia para viralizar el contenido, contesté los mensajes privados y comentarios de la comunidad. Este último punto fue donde más pude crecer dentro del proyecto. Aplicando el contenido en mi vida personal y como grupo de trabajo, lo que dices y haces debe ir de la mano. Al trabajar en grupo aparecen diferentes personalidades y maneras de pensar, así que esto me permitió desarrollar más la empatía y aprendí a escuchar diferentes opiniones a las mías. Aprendí también a organizar mi tiempo para trabajar y cumplir con mis responsabilidades, a veces se retrasaban las entregas, pero entre todos buscamos soluciones para no interrumpir la planificación de cada actividad a realizar. A partir de los comentarios de los seguidores, aprendí que toda respuesta personal de la salud mental es válida. El proceso de todos es válido y único.

También estuvo a cargo de la creación de tres cortos audiovisuales que abordaron la temática del miedo, el estrés y la importancia de la terapia. Me involucré desde la preproducción, producción y parte de la post producción. Los guiones se trabajaron en

conjunto con mi compañera de carrera, Salomé Muñoz. Aporté desde el ojo crítico a que las historias se cuenten lo más aterrizadas a la realidad, sin exagerar las situaciones ni los temas que se trabajaron. También fui parte de la dirección de arte, al darle vida a los personajes, en vestuario, actitud en la cámara y props para las escenas. La locación de las historias fue supervisada por mi siendo además la locación de nuestro segundo cortometraje, *Mi casa*, ya que tuvimos un problema con la locación inicial. También, el constante contacto con Andrea Cobos junto a mi compañera Salomé Muñoz para elegir a los actores ideales para los personajes. Como estudiante, entiendo que los contratiempos ocurren en el mundo profesional, de cualquier manera, como por ejemplo cambios a último minuto. Durante el proyecto de PAP he tenido en cuenta que debo buscar soluciones.

La edición de videos la comencé en los cortometrajes con la selección de videos, colorización y musicalización, pero, al tener problemas con la licencia de mi software de edición, junto a mi compañera Salomé nos repartimos responsabilidades en el proceso de post producción y así evitar retrasos que afectarán a la experiencia audiovisual de nuestra comunidad digital.

La creación de reels ha sido lo que más disfruté en todos los sentidos. Desde mi primer acercamiento a *AtentaMente*, disfrutaba ver cómo era la comunicación del proyecto, muy amigable y empática. Decidimos el grupo y yo mantener el cálido acercamiento y transparencia con las personas que siguen nuestra cuenta de Instagram. Cada video lo sentí muy personal y como oportunidad para darle cara a un mensaje que muchos necesitan escuchar. Decidí buscar los audios y canciones en tendencia dentro del algoritmo de la salud mental para llegar a las personas indicadas no sólo en nuestro país sino en más países de Latinoamérica, como nos pasó con el reel “Por donde puedo empezar a sanar sino he ido a terapia” teniendo un alcance sorprendente de más de 51k cuentas internacionales.

El factor tiempo ha sido un problema recurrente en el lado personal ya que trabajaba en una empresa que se extendía varias veces del horario laboral. Fue un reto para mí, ya que debía cumplir con mis funciones para sacar el proyecto adelante. Al crear los reels y subir el contenido a la cuenta de Instagram definitivamente alimenté la búsqueda para solucionar problemas.

Tuve la oportunidad de escribir un e-book llamado *Anécdotas para acompañarte* junto a mi compañera Belén Medina. El libro está enfocado en la ayuda para atravesar un proceso terapéutico. Me hubiese encantado tener un libro así a la mano en mis momentos personales más difíciles, al escribirlo pensé “cómo ayudaría a muchas personas en necesidad porque la salud mental es una necesidad. La psicóloga y mediática Úrsula Strenge fue parte de esto al escribir el prólogo de nuestro libro, algo que para mí fue muy importante ya que la considero una puerta a nuevos corazones. Este e-book lo llamo el corazón del proyecto porque es un regalo tangible y permanente que las personas tendrán a la mano cuando lleguen a necesitar leer unas palabras de apoyo en los momentos necesarios. Estuvimos presentes en la Feria del Libro de Guayaquil para presentarlo al público, es una responsabilidad entregar un documento con información de algo que no es tu profesión, sino más bien tu experiencia, por lo que el libro pasó por filtros de revisión profesional por la Psic. Sandra Moreira quien es psicóloga de nuestro convenio, misma que aprobó el e-book al ser completamente experiencial. Lo trabajamos en poco tiempo ya que no hubo una planificación como otras actividades, pero los resultados fueron mejor de lo que esperé, la planeación en este punto es algo para mejorar para lograr alcanzar aún mejores resultados.

También, realicé la cobertura de fotos del evento Mindness para luego utilizar el contenido en nuestras redes sociales. Se trabajó en un cronograma Gantt del mismo para tener orden en el transcurso del evento. Logré observar qué, cuándo y cómo capturar momentos en

cámara, la importancia del ojo visual es sumamente importante para comunicar no sólo un mensaje sino también las emociones que se presentan en un evento, teniendo en cuenta la configuración para que luego el material pase a una correcta edición sin tener complicaciones.

Gracias a mi proyecto de PAP, considero que la dedicación y paciencia es esencial para que mi trabajo sea exitoso, esto logró moldearme mucho mejor como una profesional. Considero que todos los conocimientos aprendidos a lo largo de mi carrera universitaria fueron necesarios para la elaboración del proyecto. Logré aportar correctamente desde la comunicación audiovisual y parte multimedia para complementar el trabajo que he realizado en AtentaMente. Logré darme cuenta de que también hay cosas que mejorar como: La importancia del tiempo y organización antes de un evento, cumplir fechas de entrega, coordinar con tu equipo de trabajo. La organización digital para crear las piezas audiovisuales, realizar un cronograma que me permita visualizar mis tareas pendientes y así no interrumpir un calendario de publicaciones. A su vez, he entendido más a fondo la gran importancia del mundo emocional no sólo en mi vida, sino en quienes forman parte de este gran proyecto.

Para mí es una completa satisfacción haber trabajado con la salud mental como proyecto de titulación, he logrado abrir nuevos temas de conversación desde la vulnerabilidad en mi familia, en mi trabajo y con mis amigos, he conseguido que dos personas muy importantes para mí empiecen a ir a terapia, lo cual es satisfactorio por mi trabajo realizado logrando que la salud mental sea un tema de conversación de prioridad, empático y transparente, que para mí era mi objetivo personal al trabajar en mi proyecto de tesis.

Reflexión individual sobre la estrategia de marca, branding del proyecto, y acciones en digital para AtentaMente 2022. - María Belén Medina Albán

El siguiente apartado tiene como objetivo dar una mirada desde la autorreflexión acerca de la gestión de mi campo profesional en el Proyecto Atentamente 2022. Con el objetivo de analizar lo aprendido, oportunidades de mejora y obtener conclusiones sobre nuestro aporte personal en AtentaMente.

Al ser la segunda edición de un proyecto nuevo en la universidad nuestro objetivo fue: “Continuar con la concientización sobre la importancia del cuidado de la salud mental en los jóvenes universitarios de 18 a 27 años en la ciudad de Guayaquil”. Además de ser nuestro objetivo, quería abordarlo como nuestro propósito de nuestra edición para la marca. Desde el punto de vista del Branding, el cual tuve la oportunidad de realizar mi itinerario en la universidad en dicha especialización, pude reconocer que AtentaMente podría tener un impacto real en la vida de las personas que son parte de nuestra comunidad digital.

Desde la estrategia digital

Una vez entendido el potencial del proyecto nos pusimos en marcha con la ejecución del mismo en digital. Los medios por los cuales realizamos nuestra gestión fueron: Instagram y utilizamos nuestra plataforma web para realizar entradas de blog con temas de interés para nuestra audiencia. El equipo de contenidos lo trabajamos en conjunto con María Auxiliadora Reyes y Nayeli Valero, encargadas de analizar nuestra propuesta en digital del proyecto. Definimos la segmentación para los medios digitales de nuestro proyecto y en medio de la data que estábamos analizando tuve un momento de reflexión que me ayudó a discernir a quienes deberíamos dirigirnos. Un estudio realizado por U-Report Ecuador nos dio la pauta para poder decidir, debido a que este exponía que 79% de más de 700 jóvenes de 13 a 25 años no tenían las herramientas para poder buscar ayuda en situaciones de estrés, ansiedad o cambios emocionales. Gracias a esto, me di cuenta que debíamos ser la plataforma que

hubiera deseado tener como herramienta de apoyo en el momento que estaba atravesando por mis propios procesos personales en los cuales necesitaba ayuda.

La visibilización es de suma importancia para poder lograr cambios reales, e incluso más cuando se trata de una temática que puede ser tan íntima para cada individuo. Para convertirnos en la plataforma de apoyo que me había planteado lograr, sabía que teníamos que asumir este reto con la responsabilidad del caso. Actualmente, las redes sociales se encuentran saturadas por influencers, voceros de marca o incluso usuarios comunes quienes comparten información no verificada y desproporcionada al momento de hablar de salud mental. Sabíamos que esto sería un reto para nosotros, por lo cual acudimos a nuestra alianza con el Colegio de Psicólogos del Guayas para empaparnos de la materia para poder comunicar de manera responsable, verificada y avalada por los profesionales de la salud que nos acompañaban en el proceso.

Dividimos el proyecto en 3 instancias: Escuela de Emociones, Hablemos de Estrés y Hablemos de Terapia, en las que se desarrollaron posts estáticos, lives e historias en Instagram. Me encargué de la conceptualización de los mismos, otorgándoles el nombre, la finalidad, y puntos claves a tratar en ella. Nuestra estrategia digital tuvo un cambio de rumbo al analizar que las métricas de nuestro contenido no eran las esperadas, por lo que concluimos que necesitábamos un giro en la manera en la que nos comunicábamos. Implementamos *Reels* y tendencias dentro de nuestra malla de contenidos, y logramos resultados de más de 51mil visualizaciones en uno de ellos de manera totalmente orgánica.

Desde el branding y la co-creación del E-book

Como mencioné anteriormente, el branding fue la disciplina que escogí como itinerario durante la carrera. Por lo que antes de cualquier decisión debíamos volver a repasar el “Por qué de AtentaMente”, es decir el propósito de nuestra marca, el cual definía gracias al

ejercicio del Círculo Dorado de Simon Sinek. Cuando entendí que a las personas nos mueven las causas y nuestra marca representa una causa, fue cuando nuestro contenido obtuvo mejor impacto y pudimos mejorar en resultados. Recordar constantemente el “Por qué” lo hacemos refiriéndome a nuestro proyecto, me ayudó a mantenerme motivada y proactiva durante el mismo. El conocer el propósito de nuestra marca, y la responsabilidad de la misma nos ayudó en la toma de decisiones del proyecto, tales como: las acciones que deberíamos tomar, quienes podrían aliarse con nosotros, el tono de la comunicación que llevábamos y la gestión junto con el manejo de marca en todos los medios.

Después del desarrollo de lives, posts, reels, visitar radios, conceptualizar el evento final y el resto de actividades que llevamos a cabo durante el proyecto, entendí que algo nos faltaba para poder cumplir realmente con lo que nos habíamos propuesto de ser la plataforma de acompañamiento en temas relacionados con la salud y bienestar emocional. Es por esto que propuse al equipo la elaboración de un E-book que sirva como recopilatorio de distintos testimoniales que son palabras vivas de nuestros procesos, para que quienes lo lean puedan sentir un “no estás solo” de nuestra parte. Compartí la idea con mis compañeros de grupo y junto con María Emilia Vela nos pusimos en marcha en la redacción del mismo. Además, me encargué de la conceptualización del E-book, con el fin de que fuera interactivo y brindara recomendaciones para temas que consideramos importantes y bastante comunes en jóvenes de nuestra audiencia objetiva. Tuve a cargo la realización del naming del libro el cual, después de muchas ideas y socializaciones de las propuestas con Zaylín Brito, lo llamamos: Anécdotas para acompañarte.

El E-book se dividió en 4 capítulos:

- Hola, amor propio
- Estimado camino a crecer
- Hola autenticidad

- Querida terapia

Redactamos el libro en formato de cartas, recordando que nuestro proyecto lo definimos como: “Cartas abiertas de la salud mental”. En este E-book, María Emilia y yo tuvimos la oportunidad de recorrer todos nuestros procesos desde un lugar diferente esta vez. Contamos nuestras historias, recomendamos podcasts, libros, frases y ejercicios que nos ayudaron a nosotras en su momento, pusimos a disposición de la comunidad nuestros propios procesos personales. Junto con Ericka Villavicencio, realizamos la conceptualización visual del libro. Queríamos que fuera fácil de leer y digerir, después de varias propuestas y de revisar varios referentes de cómo nos imaginábamos el libro visualmente, logramos el objetivo que queríamos.

El libro estaba casi terminado, pero sentía que necesitábamos a alguien referente en el medio para darle fuerza a nuestra idea. Después de varios días de gestión, logramos contactarnos con Úrsula Strenge, quien nos ayudó redactando el prólogo de nuestro libro, dando todo su amor y experiencia como psicóloga al servicio de los jóvenes que alguna vez necesitaron las palabras que en el libro están leyendo. Para finalizar esta experiencia, tuvimos la oportunidad de lanzar nuestro libro en la Feria del Libro de Guayaquil 2022, gracias al apoyo de Expoplaza quienes nos otorgaron una sala de lanzamiento, los equipos y fueron parte de la difusión del libro.

El E-book, y el proyecto en general obtuvo varios comentarios de agradecimiento por la creación de esta herramienta y espacio que les permite entender que las cosas por las que ellos están pasando muchos jóvenes también la están viviendo.

Con esto puedo concluir que: tanto mi propósito en el proyecto de ser voz y medio para que este cumpla su propósito también, ha sido de total satisfacción. He podido implementar estrategias digitales a nivel de Marketing de contenidos e inbound, acciones de

valor adicionales que aporten al objetivo de la marca y el monitoreo constante de nuestra comunidad digital para toma de decisiones. Además, tuve la oportunidad de implementar acciones junto a aliados estratégicos para Atentamente. Desde el inicio entendí que este proyecto tenía una magnitud enorme para impactar en la vida de las personas. La terapia debe dejar de ser tabú, y nosotros hemos aportado un poco desde nuestras disciplinas para que esto sea posible. Gracias a la Universidad Casa Grande, y a los Proyectos de Aplicación Profesional por darnos este espacio de explorar nuestras carreras en causas que nos mueven.

Reflexión autocrítica sobre el papel del periodismo en el desarrollo de actividades del proyecto AtentaMente 2022 - Bryan Isaac Hidalgo Baque

Esta reflexión autocrítica se enfoca en el papel que realicé desde la base del periodismo hacia lo desarrollado en el proyecto AtentaMente edición 2022, en relación a la difusión, creación de contenido y ejecución de actividades, con el fin de sensibilizar sobre la prevención y cuidado del bienestar emocional de las personas.

Mi participación en este proyecto me ha permitido como estudiante de periodismo demostrar los aprendizajes a lo largo de la carrera. He aplicado herramientas fundamentales del oficio y la investigación como la documentación, investigación de campo, desarrollo de preguntas, y de herramientas de recolección de datos (encuestas y entrevistas). “La investigación no es una especialidad del oficio, sino que todo el periodismo debe ser investigativo por definición” (García Márquez, 1996, publicado en la Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, 2007).

Los encuentros y charlas para tratar los enfoques elegidos me han hecho ver la poca relevancia con la que se han tratado estos temas. Además, las investigaciones preliminares

nos dieron a entender que no solo la investigación documental es necesaria, también que el acercamiento es preciso para confirmar los datos recolectados. A través de una encuesta, en la que evaluamos la noción sobre la salud mental de los ecuatorianos, se determinó que los jóvenes adultos han sido unos de los grupos más afectados tras el confinamiento, debido al Covid-19.

Con estos resultados iniciales se desarrolló una campaña de comunicación digital con diversas actividades, para concientizar sobre el cuidado de la salud mental. Las cuales necesitaron ser avaladas por profesionales. Para esto a nombre del grupo interdisciplinario realicé el primer acercamiento al Colegio de Psicólogos de Guayas, quienes ya se involucraron en la edición anterior, y participaron nuevamente como asesores de los trabajos a desarrollar. Además, que, nos proporcionaron la información necesaria para desarrollar el contenido digital de las tres etapas definidas: Regulación de emociones, estrés y psicoterapia, estas fueron abordadas en cada mes en lo que restaba el año.

A pesar de ser estudiante de periodismo y de realizar trabajos acordes a mi carrera, puse en práctica otras habilidades que no son afines al oficio. Debido a que en nuestro equipo solo hubo una diseñadora gráfica, Ericka Villavicencio, otros miembros del proyecto también tuvieron que diseñar contenido. Así que, bajo su dirección, me involucré en la creación de artes en las tres etapas de la campaña. Ya que parte de la estrategia digital implicaba la publicación diaria de piezas gráficas en nuestras redes sociales, principalmente en Instagram. Esto me sirvió para reforzar y mejorar mis habilidades tanto en Photoshop como en Illustrator. Para los contenidos de redes, realicé algunos de los posts e historias. También, redacté algunas descripciones o captions del post.

De igual manera, aporté en la producción de los dos primeros cortometrajes. Al trabajar con la documentación brindada por el Colegio de Psicólogos, y acorde a mis

experiencias y conocimientos a lo largo de mi carrera, trabajé en la escritura junto a Salomé Muñoz del primer corto sobre la regulación de emociones, que fue avalado por la psicóloga Sandra Moreira y el guía de tesis Santiago Toral. Asimismo, para la siguiente etapa realicé una propuesta cuya idea fue tomada para desarrollar el guión del cortometraje sobre el estrés. A pesar de contar con un conocimiento básico, esto me permitió conocer a mayor profundidad el proceso de planificación y orden de un plan de rodaje.

Para cada etapa también se realizaron entradas digitales que fueron subidas en el portal web de AtentaMente como blog. Redacté gran parte del contenido dedicado al estrés como que hay diferentes tipos, el negativo y positivo, la manifestación de varios síntomas desde lo físico, psicológico y conductual; también, las variables implicadas en la respuesta de estrés acorde a como se lo maneje y controle. Al desarrollar esta actividad me di cuenta de que un tema tan importante como este, puede dar a conocer aspectos que no tomamos en cuenta con facilidad, y que de alguna manera hemos llegado a invisibilizar.

Aunque sí desarrollé mis habilidades en torno a mi carrera, este proyecto me permitió entender que pese a tener conocimientos de la gestión de ciertas actividades, no siempre se puede dar como lo planeé. Como parte del proyecto se realizó una actividad presencial, un taller experiencial, conocido como Mindness, que abarcó la regulación de emociones. Para reforzar la presencia de la marca de la edición del 2022, se determinó que se difundiría el proyecto con la actividad, en dos medios de comunicación mediante boletines de prensa. Desde el mes de agosto se realizaron acercamientos a distintos medios de comunicación como al Diario Expreso y la Revista Vistazo, mediante correo electrónico con el fin de realizar la difusión del boletín y expandir la comunidad de AtentaMente. Sin embargo, no se obtuvo respuesta por parte de dichos medios. Recurrimos entonces al departamento de Comunicación de la Universidad Casa Grande, que ayudó con la difusión del mayling del taller mediante

correo institucional. También, con su ayuda se contactó nuevamente con otro medio noticioso, en este caso el Diario El Universo. Posterior a ello, se dieron a conocer cuatro posibles días de la difusión del boletín. A pesar de eso, no se llegó a publicar.

Por otro lado, también se realizó un acercamiento a la Radio I99, con el fin de hacer presencia a la marca y para fomentar los espacios de diálogo sobre la prevención de la salud mental. Para eso, se le abrió un espacio a la psicóloga clínica, Sandra Moreira, en el segmento Me Time, en la sección El Consultorio, para hablar sobre empoderamiento femenino y salud mental. Dicho programa se emitió mediante el canal de YouTube de la radio, y también se transmitió desde la 98.9 FM.

En estos casos, en los que no se logre una difusión esperada, se sugiere tener una agenda de medios de comunicación desde que inicia el proyecto. Esto podrá facilitar el acercamiento a los mismos, y de ser así, generaría un gran impacto a la comunidad para dar a conocer futuras actividades, y en un tiempo adecuado.

Me ayudó mucho comprender el seguimiento de la campaña mediante una matriz de monitoreo que fui actualizando al término de cada etapa. De esta manera, se pudo identificar si se alcanzaron los objetivos por mes o si algo se necesitaba mejorar.

Este proyecto me sirvió como un punto de reflexión sobre mis habilidades y conocimientos de mi carrera. Inicialmente como host en el Q&A (preguntas y respuestas) del lanzamiento del E-book: Anécdotas para acompañarte, aprendí la necesidad de ser más perspicaz y locuaz al hablar en público, o en el caso de una transmisión en vivo. El lenguaje que maneje decidirá qué tan interesada puedo mantener a la audiencia.

A pesar de que conozco cómo realizar ciertas actividades, como la redacción o manejo de cámara, comprendí que no me servirán de nada si no las mantengo en constante

práctica. La cobertura fotográfica en el Taller Mindness me hizo recordar la importancia de capturar un momento y de comunicar debidamente lo que aconteció. “Fotografiar es colocar la cabeza, el ojo y el corazón en un mismo eje. El fotógrafo no puede ser un espectador pasivo, no puede ser realmente lúcido si no está implicado en el acontecimiento” (Henri Cartier Bresson, como lo citó Irene Gil Ortiz, 2021).

De la experiencia obtenida en el proyecto puedo destacar un aspecto importante, que lo aprendido en la teoría sin una práctica más humana con contacto con el público no es nada, es aire. Es necesario escuchar a la audiencia o usuarios. Hay que ver las cosas desde su punto de vista, ser más empáticos, y reconocer sus necesidades, sus deseos, sus emociones, sus sueños, de ser necesario. Como la base del oficio, que es el periodismo, he aprendido la importancia de la ética en la profesión. “Para ejercer el periodismo, ante todo, hay que ser buenos seres humanos. Las malas personas no pueden ser buenos periodistas. Si se es una buena persona se puede intentar comprender a los demás, sus intenciones, su fe, sus intereses, sus dificultades, sus tragedias” (Ryszard Kapuscinski, citado por Ana Alonso Montes, 2014).

Además de entender la ética en el oficio, hay que saber que no hay periodismo posible que se separe de la relación con otros seres humanos. Esta relación con las demás personas es el elemento imprescindible de mi profesión. En este trabajo es indispensable tener nociones de psicología, hay que saber cómo dirigirse a los demás, y de qué manera tratar con ellos y comprenderlos.

Referencias Bibliográficas

Aaker, J. (1997). *Dimensions of brand personality*. Journal of Marketing Research, 34, 347-356.

Adame, A. (2019, 25, Abril). *Redes sociales más usadas en el mundo hispano: tips para crecer tu presencia y alcance social*. Hootsuite. Recuperado de:

<https://blog.hootsuite.com/es/redes-sociales-mas-usadas/>

Aviles. (s.f). *Enfermedad mental*. Recuperado de: <https://avifes.org/enfermedad-mental/>

Aguado, L. (2014). *Emoción, afecto y motivación: un enfoque de procesos*. Madrid, ES:

Difusora Larousse - Alianza Editorial. Recuperado de:

<https://www.casadellibro.com/libro-emocion-afecto-y-motivacion-un-enfoque-de-procesos/9788420642673/1045690>

Alarcón, R. (1982). *Alternativa de Asistencia Psiquiátrica en Bolivia*. Sucre: Instituto Nacional de Psiquiatría “Gregorio Pacheco”.

Alarcón, R. (1986). *Psiquiatría*. Guillermo Vidal. ISBN 10: 9500623072

Asociación Americana de Psicólogos. (2008). *Salud mental/corporal: Estrés*. Asociación

Americana de Psicólogos. Recuperado de: <https://www.apa.org/topics/stress/estres>

Asociación Americana de Psicólogos. (2012). *Entendiendo la psicoterapia*. Asociación

Americana de Psicólogos. Recuperado de:

<https://www.apa.org/topics/psychotherapy/entendiendo-la-psicoterapia>

AA.VV. (2010). *Manual de control de estrés*. Madrid, ES: Editorial CEP, S.L.

- Bernardi, R., Defey, A., D., Garbarino, A., Tutté, J. & Villalba, L. (2004, 2 diciembre). Guía clínica para la psicoterapia. *Revista de Psiquiatría del Uruguay*, 68, 99. Recuperado de: http://www.spu.org.uy/revista/dic2004/02_guia.pdf
- Castro, A. M. (2021, 05 octubre). *Más de US\$30 mil millones se pierden en las economías de América Latina y el Caribe cada año debido a los trastornos de salud mental de los jóvenes*. UNICEF Ecuador. Recuperado de: <https://www.unicef.org/ecuador/comunicados-prensa/m%C3%A1s-de-us30-mil-millones-se-pierden-en-las-econom%C3%ADas-de-am%C3%A9rica-latina-y-el>
- Coppola, M. (2020, 22, mayo). *6 ideas para el marketing de contenidos en tiempos de crisis*. Hubspot Academy. Recuperado de: <https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-en-tiempos-de-crisis>
- Davini, Gellon de Salluzzi, Rossi. (1978). *Psicología General*. Argentina: Kapelusz.
- Escudero, M. (2021, 25 junio). *La importancia de la salud mental - Psicólogos en Madrid*. Centro Manuel Escudero. Recuperado de: <https://www.manuelescudero.com/la-importancia-de-la-salud-mental/>
- Ekman, P. (2017). *El rostro de las emociones*. Barcelona: RBA Bolsillo.
- El Comercio. (2017, March 30). *La OMS promueve la psicoterapia frente a las medicinas para tratar la depresión*. El Comercio. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/tendencias/salud/oms-psicoterapia-medicinas-depresion-salud.html>

El Universo. (2018, Enero 21). *Generaciones Y y Z modifican la visión del mundo*. EL

Universo. Recuperado de:

<https://www.eluniverso.com/noticias/2018/01/21/nota/6575800/generaciones-z-modifican-vision-mundo/>

Egas, V., Torres, L., Hidalgo, N., Andrade, S., Salao, E. (2020, 09). Salud mental, virtualidad y pandemia: Experiencias de Psico Escucha PUCE. *Revista Latinoamericana de Políticas y Acción Pública*. Vol 7. 19.

Felman, A. (2021). Salud Mental. Medical News Today. Recuperado de:

<https://www.medicalnewstoday.com/articles/es/salud-mental>

Fernández Martínez, E. (2009). *Estrés percibido, estrategias de afrontamiento y sentido de coherencia en estudiantes de enfermería: su asociación con salud psicológica y estabilidad emocional*. Tesis Doctoral. Universidad de León. Recuperado de:

<https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/902/2009FERN%C3%81NDEZ%20MART%C3%8DNEZ,%20MAR%C3%8DA%20ELENA.pdf?sequence>

García, J., Ruiz, L., Molina, X., Jaspez, C., Montagud, N. (2015, 29 junio). *Arteterapia: terapia psicológica a través del arte*. Psicología y Mente. Recuperado de:

<https://psicologiaymente.com/clinica/arteterapia>

Garduño, M. (2021, 10 agosto). *Millennials y centennials escuchan música y podcast para mejorar su salud mental: Spotify*. Forbes. Recuperado de:

<https://www.forbes.com.mx/noticias-millennials-centennials-escuchan-musica-podcast-mejorar-salud-mental-spotify/>

García Rodríguez, B., Jiménez Sánchez, M. P., Martín Díaz, M. D., García Fernández-

Abascal, E., & Domínguez Sánchez, F. J. (2010). *Psicología de la Emoción*. Editorial Universitaria Ramón Areces.

INEC. (s.f.). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico* |. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Recuperado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/>

INEC. (s.f.). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Recuperado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf

Johnson,C., Cuesta,S., Tumas, N. (2020). Emociones, preocupaciones y reflexiones frente a la pandemia del COVID-19 en Argentina. *Artigo Article*. Recuperado de: <https://scielosp.org/pdf/csc/2020.v25suppl1/2447-2456/es>

La Ciencia al Servicio de la Salud y la Nutrición (2022). *Evaluación de estrés, ansiedad y depresión en Ecuador durante la pandemia de Covid-19. Vol. 13 Num. 1*. Ecuador. Recuperado de: <http://revistas.esPOCH.edu.ec/index.php/cssn/article/view/667/666>

Machado, J. (2022, 19 febrero). *Ribadeneira: "50% de aspirantes a las universidades no consigue cupo"*. Primicias. Recuperado de: <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/universidades-cupos-estudiantes-examenesenescyt/>

Ministerio del Trabajo. (2021). *MINISTERIO DEL TRABAJO Resumen Ejecutivo del Estudio de empleabilidad juvenil*. Ministerio del Trabajo. Recuperado de:

<https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/08/MDT-DIET-0111-2021-Resumen-Estudio-Employabilidad-Juvenil.pdf?x42051>

Ministerio de Salud Pública. 2019. “MSP impulsa la construcción participativa del Plan Nacional de Salud Mental 2020-2025”. Noticias Ministerio de Salud Pública, 6 de Mayo de 2019. Acceso 25 de Enero de 2021. Recuperado de:

<https://www.salud.gob.ec/msp-impulsa-la-construccion-participativa-del-plan-nacional-de-salud-mental-2020-2025>

McEwen, Bruce S.T (2000). *The neurobiology of stress: from serendipity to clinical relevance*. Brain Research. (886,1-2), 172-189.

Morgado, M. A. (2021, 07 agosto). *¿Qué significa el color azul en psicología? - Mejor con Salud*. Mejor con Salud. Recuperado de: <https://mejorconsalud.as.com/significa-color-azul-psicologia/>

Montaño, D. (2020, 07 diciembre). *La odisea de los jóvenes por acceder a la atención de salud mental en Ecuador*. Activamente. Recuperado de:

<https://activamente.elclip.org/la-odisea-por-acceder-atencion-mental-ecuador.html>

Marlasca, L. (s.f.). *Las consecuencias psicológicas en personas desempleadas*. Centro psicológico Cepsim. Recuperado de: <https://www.psicologiamadrid.es/el-desempleo-consecuencias-psicologicas/>

Monroy, A. (2018, 08 abril). *¿Cuál es el estado de la salud mental en Ecuador?* El Telégrafo.

Recuperado de: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/estado-salud-mental-ecuatorianos>

Montes, A. (2014, 25 de septiembre). *Tres mosqueteros del periodismo*. El Mundo.

Recuperado de:

<https://www.elmundo.es/television/2014/09/25/5423491622601d820f8b4575.html>

Organización Panamericana de la Salud. (2021, 24 noviembre). *La OPS destaca la crisis de salud mental poco reconocida a causa de la COVID-19 en las Américas - OPS/OMS*.

PAHO. Recuperado de: <https://www.paho.org/es/noticias/24-11-2021-ops-destaca-crisis-salud-mental-poco-reconocida-causa-covid-19-americas>

OPS/OMS | Organización Panamericana de la Salud. (s.f.). *Salud Mental y COVID-19*.

PAHO. Recuperado de: <https://www.paho.org/es/salud-mental-covid-19>

OIT. (2004). *Recomendación sobre el desarrollo de los recursos humanos* (Vol. Nro. 195).

Ginebra. Recuperado de:

<https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/edit/docref/rec195.pdf>

OMS. (2022, 17 junio). *Salud mental: fortalecer nuestra respuesta*. Organización Mundial de

la Salud. Recuperado de: <https://www.who.int/es/news-room/factsheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>

Oliver, D. (2022, 18 de junio). *La demanda de profesionales de la salud mental se potencia*. *El*

País. Recuperado de: <https://elpais.com/extra/elige-tu-carrera/2022-06-19/la-demanda-de-profesionales-de-la-salud-mental-se-potencia.html>

Ortiz, I. (2021, 28 de enero). *Henri Cartier-Bresson, biografía del padre del fotoperiodismo*.

Recuperado de: <https://fototrending.com/henri-cartier-bresson/>

Polit, L. (2022). Temas o situaciones que afectan el bienestar mental/Entrevistado por Maria Emilia Vela.

Pesantes, K. (2020, 08 septiembre). *La ansiedad y el estrés de la pandemia se enfrentan con déficit de psicólogos*. Primicias. Recuperado de:

<https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/ansiedad-estres-pandemia-deficit-psicologos/>

Raigosa, A., Solano, V. (2020, 29 de agosto). *YouTube, Facebook e Instagram son las plataformas más utilizadas durante la pandemia*. La República.

<https://www.larepublica.co/internet-economy/youtube-facebook-e-instagram-son-las-plataformas-mas-utilizadas-durante-la-pandemia-3052470>

Romero, B. L. (2004). Arte terapia. Otra forma de curar. *Educación y futuro: revista de investigación aplicada y experiencias educativas*, (10), 101-110.

Revista Latinoamericana de Comunicación. (2007, junio) *El mejor oficio del mundo*.

Núm. 98. Chasqui. Recuperado de:

<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/389/389>

Stakeholders. (2022). Lluvia de ideas Stakeholders. Stakeholders. Recuperado de:

<https://docs.google.com/presentation/d/1L7TxX7LnFaefjHkuWCxkeCv1q0TftDk0ekSLD5oz42U/edit#slide=id.p>

UTPL. (2021, 07 julio). *Salud mental de la población ecuatoriana* | Blog. Noticias UTPL.

Recuperado de: <https://noticias.utpl.edu.ec/salud-mental-de-la-poblacion-ecuatoriana>

UNICEF. (2020). *El impacto del COVID-19 en la salud mental de adolescentes y jóvenes.*

Unicef. Recuperado de: <https://www.unicef.org/lac/el-impacto-del-covid-19-en-la-salud-mental-de-adolescentes-y-j%C3%B3venes>

UNICEF. (2021, 05 octubre). *Salud mental: 1 de cada 7 adolescentes diagnosticado* |

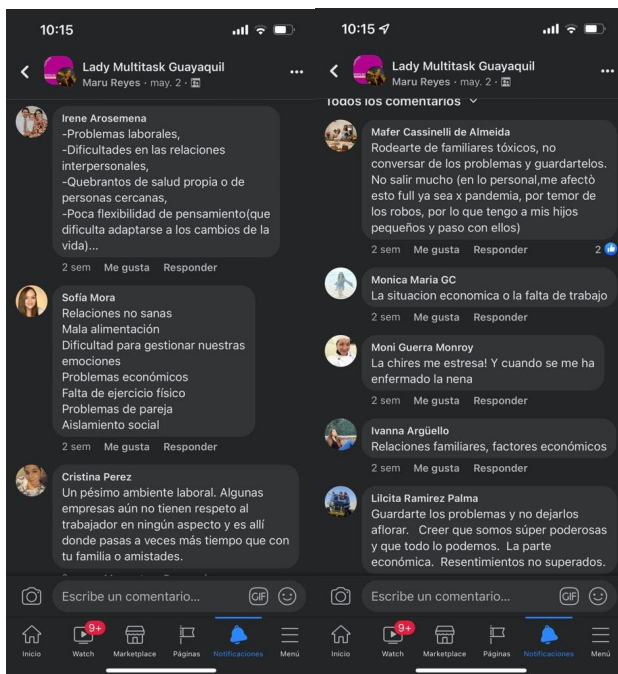
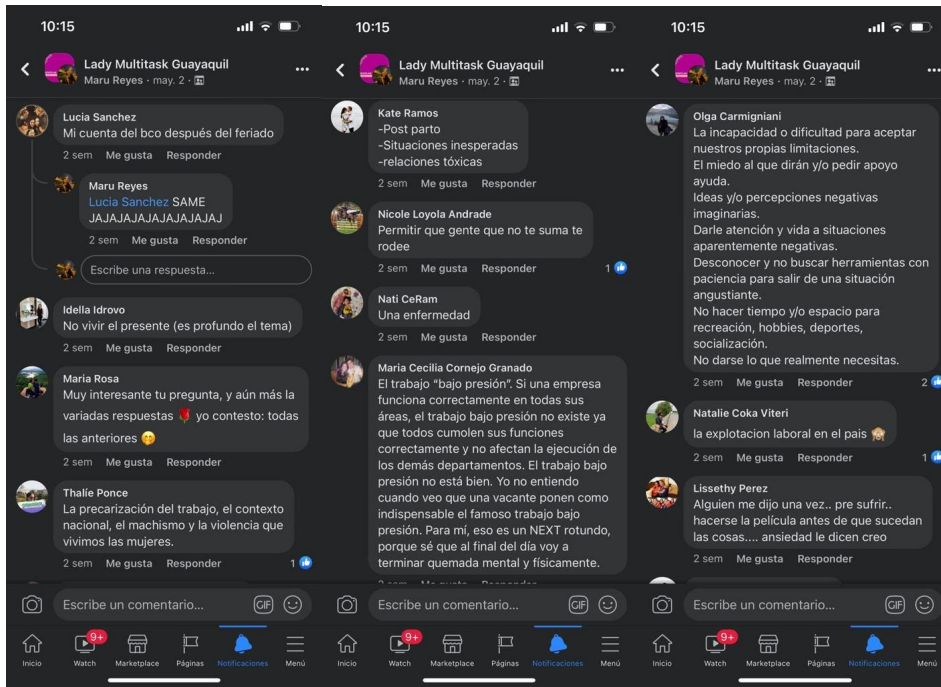
UNICEF Salud mental: 1 de cada 7 adolescentes diagnosticados. Unicef. Recuperado de: <https://www.unicef.es/noticia/salud-mental-adolescentes-estado-mundial-infancia>

Vivas, M. (2021). *Estudio muestra que la edad en la cuál aparecen más trastornos mentales es a los 14 años.* Consultorsalud. Recuperado de:

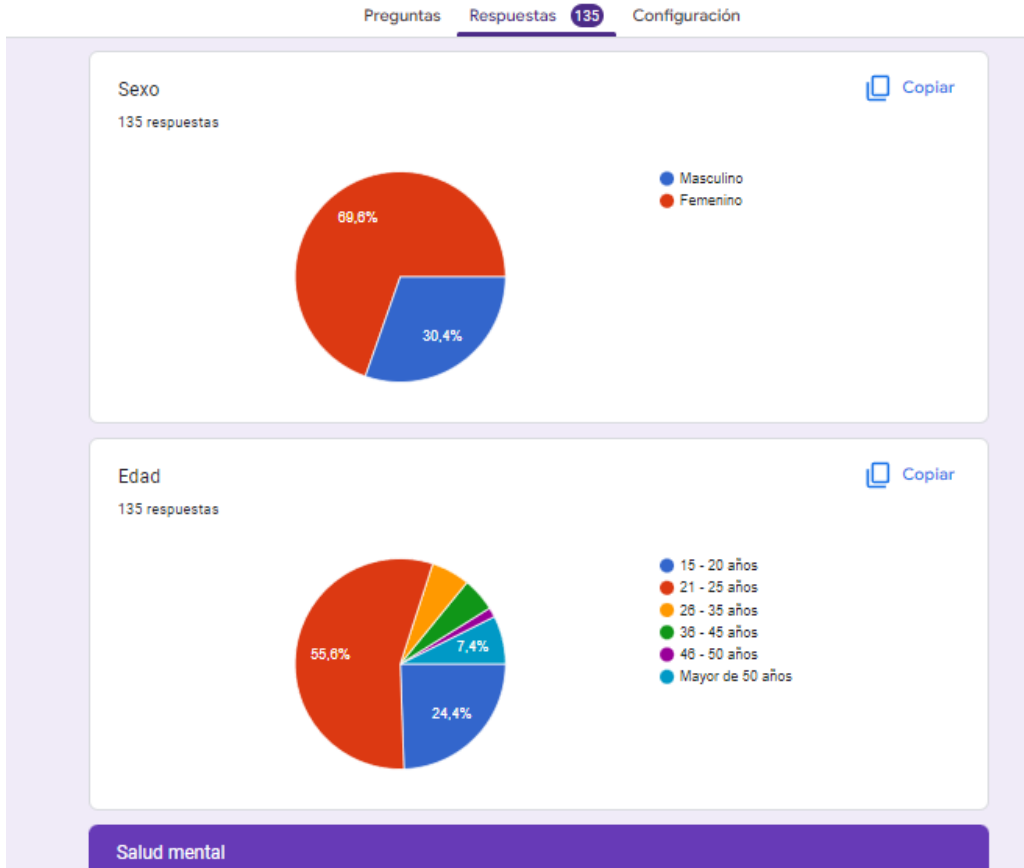
<https://consultorsalud.com/trastornos-mentales-aparecen-a-los-14-anos/>

Anexos

Anexo 1. Foro en grupo de Facebook.

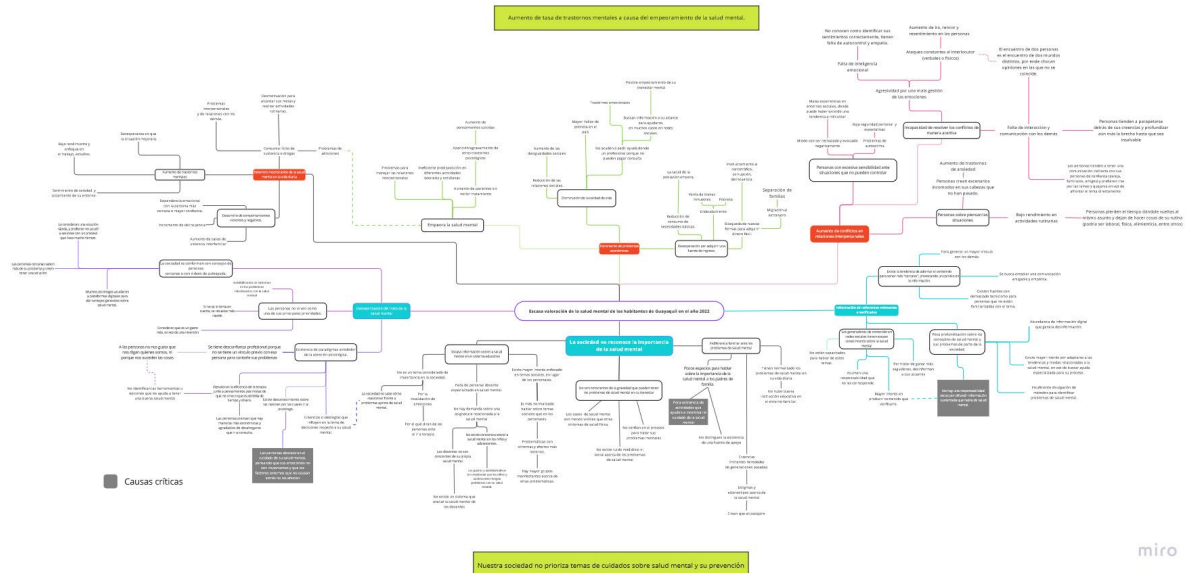


Anexo 2. Encuesta inicial.



https://docs.google.com/forms/d/1zlti2UpXnY2BSTQLOdT1c8s6vnVR50RX_1SRhWFsgrg/edit#responses

Anexo 3. Árbol de problemas.



Anexo 4. Marco lógico.

ATENTAMENTE 2022			
Finalidad / objetivo	Indicadores	Fuentes/Medios de verificación	Supuestos
Concientizar sobre la importancia del cuidado de la salud mental en los jóvenes universitarios de 18 a 27 años en la ciudad de Guayaquil, durante los meses Julio a Octubre del 2022.	Aumento de personas que busquen o reciban programas de prevención junto a profesionales debido al deterioro de su salud mental.	Consulta a Psicólogos Ministerio de salud APA	
Propósito			
Incentivar la valoración de la salud mental entre los habitantes de Guayaquil en el año 2022.	-En la primera edición del proyecto obtuvieron el alcance de su mensaje de concientización en 54k cuentas. Para esta edición 2022 buscamos aumentar un 20% el alcance (10.800 cuentas más).	Instagram Business Manager Encuestas Cuestionario de satisfacción Comparación con edición 2021	
Componentes / Resultados esperados			
C1: Lograr que los guayaquileños reconozcan la importancia de la salud mental.	- Nivel de interés que nuestros seguidores le dan al contenido publicado. -Obtener un 75% los seguidores (+525 seguidores) al finalizar la edición 2022 en IG -Conseguir un mínimo de 450 seguidores a raíz de la creación de la cuenta en TikTok -Aumentar en un 30% las visitas a la página web (+75) -Crear mínimo 3 lives en Instagram (1 por etapa)	-Grupo focal - Data de Instagram -Estadísticas de TikTok -Data de WIX	- Incremento de personas que asisten a terapia psicológica - Las personas tienen mayor conciencia sobre la importancia de la salud mental en su vida diaria. - Los medios de comunicación hablan más sobre la salud mental - Aumento de información avalada por psicólogos en las cuentas de generadores de contenido que hablen sobre la salud mental - Las personas dejan de romantizar la salud mental en las redes sociales - Más personas hablan sobre la salud mental abiertamente.
C2: Lograr que nuestros seguidores tengan mayor conocimiento general sustentado con fuentes verificadas de conceptos sobre la salud mental.	-Renovar un nuevo convenio con profesionales especializados para asesoramiento del contenido digital a compartir. -Generar alcance con un mínimo de 5 psicólogos e influencers que apoyen al crecimiento de AtentaMente 2022, y que participen en las actividades realizadas -Aprendizaje obtenido en el transcurso de la edición 2022 mediante las actividades realizadas	-Lista de auspiciantes contactados -Lista de influencers contactados -Documentación audiovisual de reuniones con el convenio -Encuesta de entrada y salida	
C3: Lograr que las personas tengan actividades que ayuden a su bienestar emocional	-Creación de un evento presencial junto a profesionales que hablen sobre la salud mental. -Información brindada por los expertos que impartirán el taller -Expectativas y experiencias de los participantes al taller presencial -Nivel de satisfacción entorno al contenido presentado durante el evento final, el cual sería un taller presencial	-Estadísticas de Instagram -Entrevista a expertos que imparten el taller -Entrevista a participantes -Escala de Likert	

COMPONENTE 1: ESTRATEGIA DIGITAL			
Actividades	Indicador	Medios de verificación	
C1 A1: Publicación de información en diferentes formatos para captar la atención de nuestro grupo objetivo	-Publicación de +100 stories -Publicación de + 15 reels -Publicación de +10 posteos animaciones -Publicación de 3 cortos audiovisuales (1 por cada etapa) -Publicación de + 15 posteos carruseles -Publicación de + 15 posteos estáticos -Publicación de 10 blogs en la página web	Estadísticas de Instagram Estadísticas de Wix	
C1 A2: Difusión de información relevante para el grupo objetivo ante su cuidado de la salud mental	-Creación de 3 pilares de contenido relevantes para el proyecto y el grupo objetivo: Educativo (+ 15 posteos y entradas del blog en total) Informativo (+ 20 posteos y entradas del blog en total) Testimonios & Lifestyle (+ 25 posteos y entradas del blog en total)	Cronograma de contenidos dividido por cada una de las 3 etapas Instagram Página web	
C1 A3: Presencia de marca en los diferentes medios de comunicación relevantes para nuestro G.O.	-Aumentar 1 red social más a las existentes (Tik Tok). -Difundir el proyecto mediante boletines de prensa en 2 medios de comunicación externos a la plataforma. -Participar de 1 podcast externo al proyecto.	Estadísticas de Tik Tok Impresiones del Medio de Com. -Publicación de boletín de prensa en la página web de los distintos medios de comunicación. Spotify - Estadísticas	
C1 A4: Generar interés en las personas en las distintas redes sociales de Atentamente en el año 2022	Instagram -Aumentar en un 75% los seguidores (+525 seguidores) -Aumentar en un 75% las interacciones con los posteos (+2250): Dentro de esta métrica se incluyen los likes, shares, saves y comments Tik Tok -Conseguir un mínimo de 450 seguidores a raíz de la creación de la cuenta -Conseguir un mínimo de 1000 interacciones con los videos Página Web -Aumentar en un 30% las visitas a la página web (+75) -Aumentar en un 50% las vistas totales de las entradas del blog (+64.5) - Nivel de interés que nuestros seguidores le dan al contenido publicado.	Estadísticas de Instagram Estadísticas de Tik Tok Estadísticas de Wix Grupo focal	

COMPONENTE 2: PARTICIPANTES EXTERNOS EN EL PROYECTO		
Actividades	Métricas	Medios de verificación
C2 A1: Crear alianzas con auspiciantes	-Conseguir al menos 2 auspiciantes para financiar económicamente el proyecto	-Pruebas fotográficas de reuniones con auspiciantes -Correos de aprobación de presupuesto de los auspiciantes -Contenido generado junto a los auspiciantes -Lista de auspiciantes contactados -Presencia de logo en los posteos y mención del auspicio en los captions
C2 A2: Crear alianzas con convenios	Renovar el acuerdo con el convenio conseguido en la primera edición con el Colegio de Psicólogos Clínicos del Guayas	-Pruebas fotográficas de reuniones con el convenio -Aval y entrega de información por parte del convenio mediante correo electrónico -Presencia de logo en los posteos y mención del aval en los captions -Participación activa del convenio en actividades de Atención (Lives y evento presencial)
C2 A3: Crear alianzas con Influencers y Psicólogos	- Conseguir mínimo 5 influencers y psicólogos independientes para que nos ayuden con la difusión del proyecto y que participen en las actividades realizadas por el mismo. -Aprendizaje obtenido en el transcurso de la edición 2022 mediante las actividades realizadas con los influencers y psicólogos	-Pruebas fotográficas/Audiovisuales de la participación de los influencers/psicólogos (ya sean stories, reels, videos de los lives, menciones en los comentarios entre otros) -Mensajes / correos intercambiados para contactarlos -Invitaciones de los lives -Métricas obtenidas a raíz de su participación (Aumento de followers, número de cuentas alcanzadas y porcentaje de interacción obtenido a raíz de su participación) -Lista de contacto a Influencers -Lista de contacto de psicólogos -Encuesta de entrada y de salida dentro de los CLOSE FRIENDS de Instagram

COMPONENTE 3: ACTIVIDADES DE APOYO		
Actividades	Indicador	Medios de verificación
C3 A1: Creación de un taller experiencial presencial en conmemoración del Día Mundial de la Salud Mental	-Obtener una conversión de 30 inscritos al evento. -Obtener un alcance pautado de 2.5K - 7k en los posteos del evento -Información brindada por los expertos que impartirán el taller -Expectativas y experiencias de los participantes al taller presencial -Conocer el nivel de satisfacción de los participantes al finalizar el taller	-Google Forms -Facebook Business Manager -Entrevistas a participantes y expertos que serán publicadas como mini cortos post evento en Instagram -Escala de likert que se enviará en el mismo evento antes de dar por finalizada la sesión del taller
C3 A2: Recopilación de testimonios entre los participantes y seguidores del proyecto	-Crear mínimo 8 videos testimoniales en los cuales nuestra comunidad y participantes del proyecto comenten sobre su experiencia yendo a Psicoterapia, Manejando sus emociones y el estrés.	-Videos publicados en Instagram -Conversaciones via Whatsapp/Instagram DM haciendo el acercamiento
C3 A3: Creación de conversatorios entre Influencer / creadores de contenido y psicólogos	-Crear mínimo 3 lives en Instagram (1 por etapa) -Alcanzar 250 views en la suma total de nuestros 3 lives	-Posteos del Live -Historias del Live -Estadísticas de Instagram

Anexo 5. Cronograma Gantt



Andrea Cobos
para mí ▾

mar, 4 oct, 8:01 (hace 7 días) ☆ ↶ ⋮

Estimada Salomé, su gentil ayuda armando un excel con el detalle de los estudiantes que han participado en su pap como actividades de apoyo.



Andrea Cobos
Asistente de Pasantías, Prácticas y Actividades Extraprogramáticas
Comunicación/Artes/Arquitectura y Diseño

Frenta a la Puerta No. 6 del C.C. Albán Borja • PBX: 2202180 ext. 152 • Guayaquil - Ecuador

El jue, 29 sept 2022 a las 15:18, Santiago Toral (<storal@casagrande.edu.ec>) escribió:
Hola Andrea:

Para tu conocimiento:



Santiago Toral Reyes
Coordinador Literatura

Frenta a la Puerta No. 6 del C.C. Albán Borja • PBX: 2202180 ext. 152 • Guayaquil - Ecuador



1 de muchas < >



SALOME ALEXANDRA MUÑOZ CASTILLO <salome.munoz@casagrande.edu.ec>
para Andrea ▾

mar, 4 oct, 8:51 (hace 7 días) ☆ ↶ ⋮

Buenos días estimada Andrea,

Aquí le adjunto lo que me pidió en jpg y también un excel por si lo necesita:

ESTUDIANTES DE ESCENICA - APOYO PAP ATENTAMENTE							
CORTO	FECHA	PERSONAL	ESTUDIANTE	CORREO	HORAS RELOJ DE ACTIVIDAD	Modalidad	HORA ACADÉMICA
Emociones	16 de julio	Rosa	Avila Torres Ericka Viviana	ericka.avila@casagrande.edu.ec	1 hora y media	Presencial	1 hora y media (Por instancia de hora académica especial)
		Carlos	Mesa Chavez José Guillermo	jose.mesa@casagrande.edu.ec	1 hora y media	Presencial	1 hora y media (Por instancia de hora académica especial)
Estrés	21 de agosto	Mario	Cristian Adrian Ewin Garcia	cristian.ewin@casagrande.edu.ec	3 horas	Presencial	2 horas académicas
Psicoterapia	20 de septiembre	Daniela	Domenica Vallarín	domenica.vallarín@casagrande.edu.ec	2 horas y 15 minutos	Virtual	1 hora académica

Muchas gracias



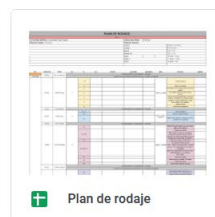
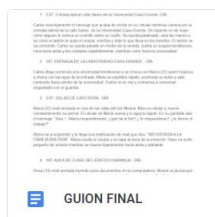
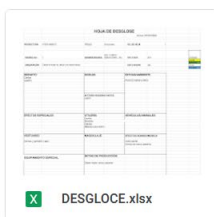
- Pre-producción

Compartido conmigo > ... > CORTOS > Corto etapa 1 ▾



Archivos

Nombre ↑





Adriana Loor
para Luis, Elvis, mi

lun, 19 sept, 16:45

Buenas Tardes Luis y Elvis un gusto saludarlos

Me pueden ayudar indicando si estos requerimientos que detalla el correo de abajo tenemos disponible para el evento.

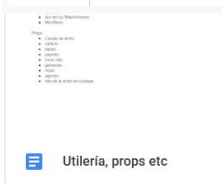
Muchas gracias por toda su colaboración.

El mar, 13 sept 2022 a las 15:52, SALOME ALEXANDRA MUÑOZ CASTILLO (<salome.munoz@casagrande.edu.ec>) escribió:
Buenas tardes estimada Gabriela.

De antemano me gustaría agradecer su tiempo al leer este correo y por ayudarnos con este proyecto :).

Hace unas semanas Adriana Loor fue tan amable de ayudarnos reenviandole a ud una solicitud que le envié a ella para el evento que hará mi PAP el día 1 de Octubre en el auditorio. Ayúdeme con eso por favor. Le paso por aquí lo que había solicitado anteriormente para el día del evento y si es que nos podría ayudar con eso. Mis guías y Adriana tienen conocimiento de eso.

1. 32 sillas para el auditorio, 30 son para los participantes y 2 para los psicólogos que impartirán el taller.
2. Plantas, o cosas de decoración que podríamos usar en la parte interior y exterior del auditorio.
3. 2 Mesas con mantel negro para catering que será puesto afuera del auditorio.
4. Pizarra Móvil para realizar una actividad
5. Aparatos técnicos: Proyector junto a sus cables para proyectar desde la computadora, Laptop, Cable HDMI, 2 Micrófonos y parlantes para que los que darán el taller puedan presentarse.



https://drive.google.com/drive/folders/1GaXVEs_0O5FprfWwAYgbpYoeoMteykgR?usp=sharing

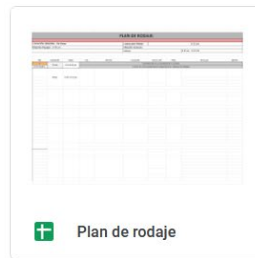
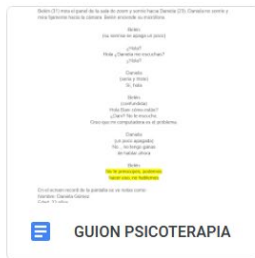
<https://drive.google.com/drive/folders/18IPzoKdlt9Ak3HjsZw8MSat5n8Bd3IJP?usp=sharing>

Compartido conmigo > ... > ETAPAS-EVENTOS > ETAPA 3

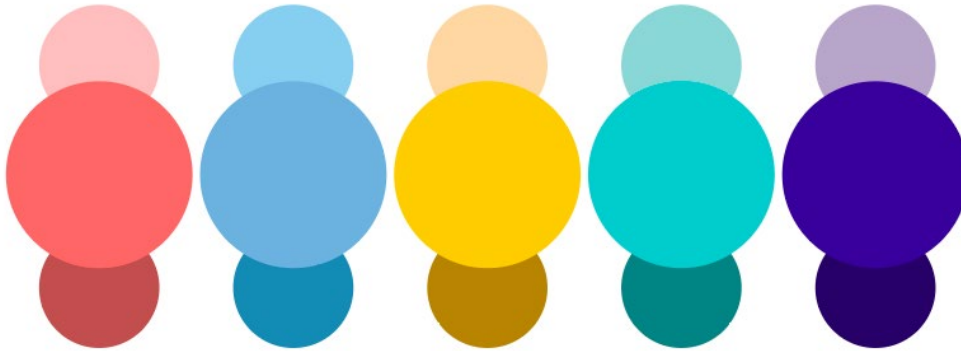
Carpetas



Archivos



Anexo 8. Petición equipos y auditorio para evento Mindness



Luis Marcillo

para Christian, Ruben, Adriana, mí, Elvis ▾

lun, 19 sept, 19:43 ☆ ↶ ⋮

Buenas noches, se confirman los requerimientos solicitados.

Respecto al día anterior para arreglar todavía no le podemos confirmar porque hay un evento, si se llegara a cancelar el evento que está programado le avisamos.

Saludos,

Luis



Anexo 9. *Paleta de colores usada para la segunda edición de AtentaMente 2022.*

SOLCITUD PAP

Recibidos x



SALOME ALEXANDRA MUÑOZ CASTILLO <salome.munoz@casagrande.edu.ec>

para Luis, Elvis, Adriana ▾

mié, 28 sept, 18:25 (hace 13 días) ☆ ↶ ⋮

Buenas tardes estimados,

Quería solicitar prestado si se puede, dos cámaras de la U para poder hacer cobertura de evento el día Sábado 1 de Octubre en el auditorio de la universidad.

Muchas gracias por su ayuda!



SALOME ALEXANDRA MUÑOZ CASTILLO

----- Forwarded message ----- De: SALOME ALEXANDRA MUÑOZ CASTILLO <salome.munoz@casagrande.edu.ec> Date: mié, 28 sept 2022 a las 18:25 Su... ☆

jue, 29 sept, 10:01 (hace 12 días) ☆



Elvis Macias

Buenos días, solo tenemos disponible 1 camara, por está razón se aprueba solo 1 camaraSaludos

jue, 29 sept, 10:53 (hace 12 días) ☆

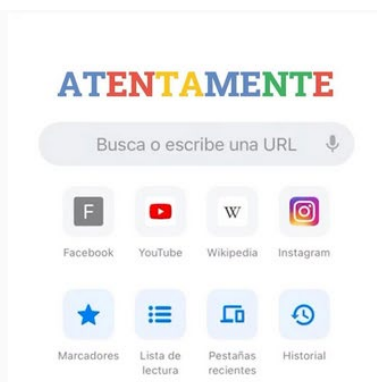
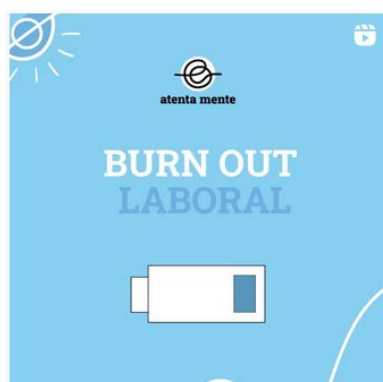
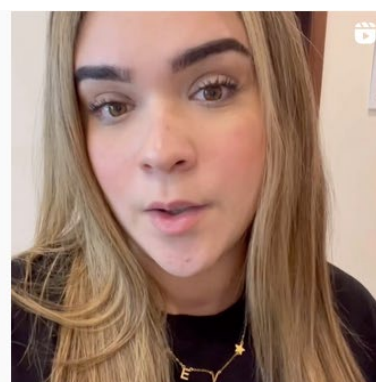


SALOME ALEXANDRA MUÑOZ CASTILLO

perfecto! No hay problema, muchas gracias. Donde la paso a buscar? El mismo día Sábado?

jue, 29 sept, 11:10 (hace 12 días) ☆

Anexo 9.1. *Alteraciones en los colores, portada del feed*



Anexo 9.2. Chronopost. Ejemplo

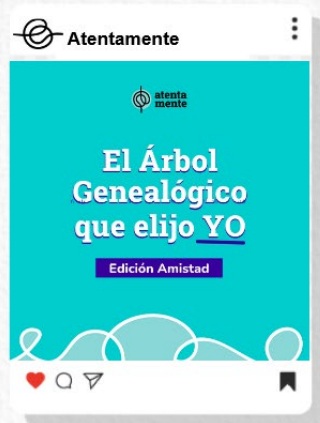
Fecha: 31 de agosto
Pilar informativo



TEMA	Somatizar
CAPTION	<p>La somatización es un término muy escuchado últimamente.</p> <p>Dale swipe y te contamos de qué se trata...</p> <p>Recuerda, nuestro cuerpo habla mucho antes que nosotros. Cuando algo no se siente bien, tu cuerpo te avisará. Aprendamos a escucharlo, puede estar dándonos señales de alerta que no hemos aprendido a ver. 🧠</p> <p>Contenido avalado por @fepscli 👤👤👤 Con el auspicio de @bancoguayaquil 📍 @innovamktec ✍️</p> <p>#Atentamente #Atentamente2022 #SaludMental #HablemosDelEstrés #Estrés #SintomasDelEstrés</p>

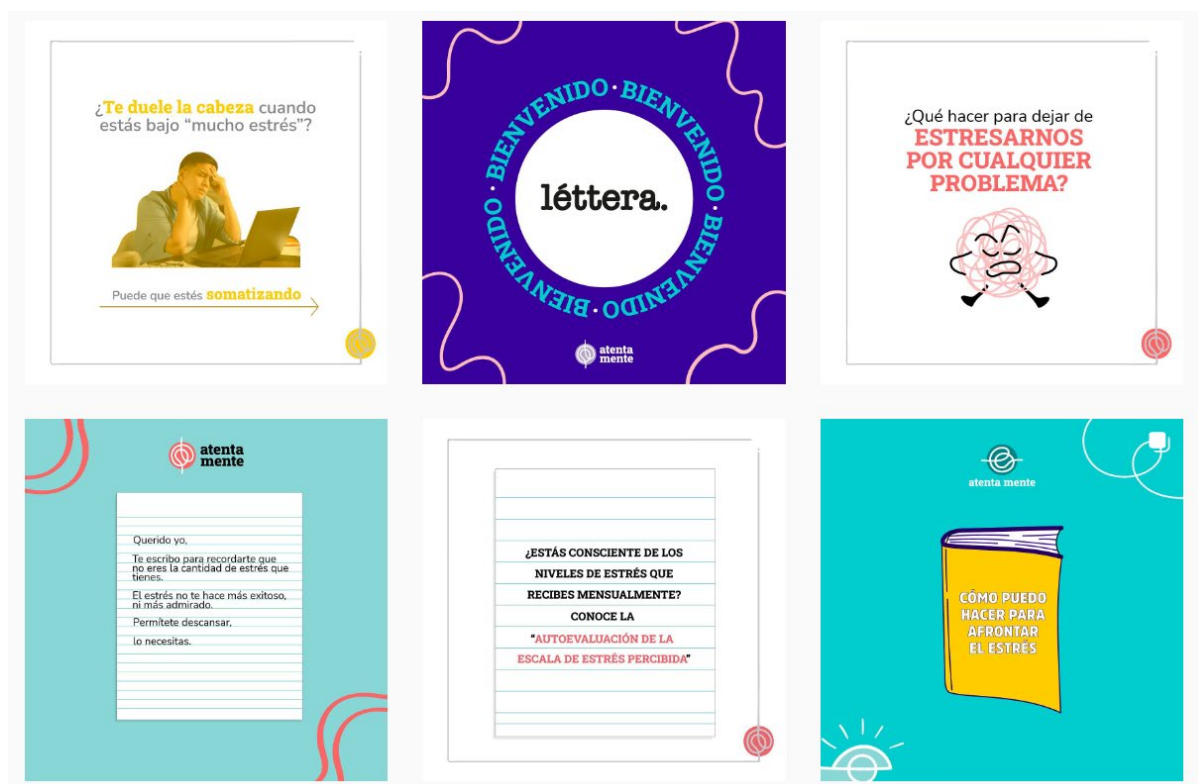


Pilar: Educativo
Fecha: 20 de julio

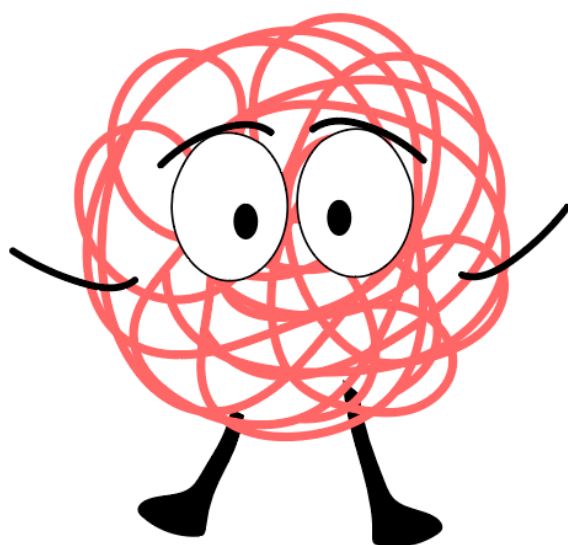


TEMA	Rol de los amigos en la salud mental
CAPTION	<p>Este post está dedicado a los amigos: la familia que uno elige ❤️</p> <p>Las amistades que formemos, deben crecer junto a nosotros, teniendo presente el amor, respeto, lealtad y compromiso.</p> <p>¡Hoy es momento de agradecer a quienes caminan junto a nosotr@s!</p> <p>Taggea a tu amigo o amiga, quien te ha acompañado en tus ups and downs 🙌</p> <p>#Atentamente2022 #Atentamente #SaludMental #Amigos #ManejoDeEmociones</p>
LINK DRIVE POSTEO	ERICKA

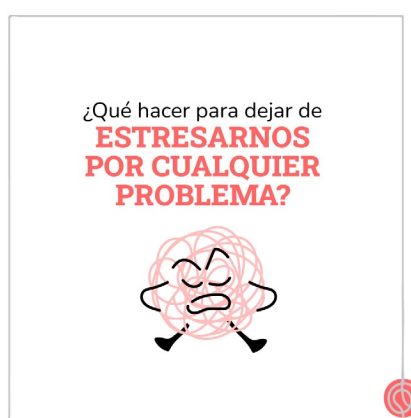




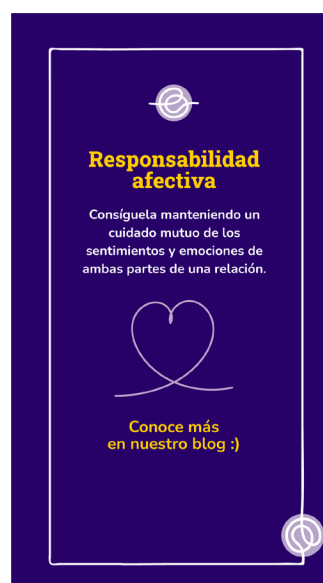
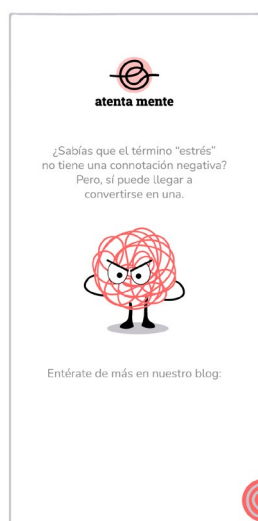
Anexo 10. Personaje "Atentito" creado para la segunda edición de AtentaMente 2022.



Anexo 11. Publicaciones donde el personaje de la marca refleja emociones, sentimientos.



Anexo 12. Piezas diseñadas para invitar a leer los blogs de la página web de AtentaMente.



Anexo 13. Matriz de instrumentos.

Matriz general				
Componentes / Resultados	Indicadores	Instrumentos	Monitoreo	Evaluación
Lograr que nuestros seguidores tengan mayor conocimiento general sustentado con fuentes verificadas de conceptos sobre la salud mental.	Aprendizaje obtenido en el transcurso de la edición 2022 mediante las actividades realizadas	Encuesta de entrada		x
Lograr que las personas tengan actividades que ayuden a su bienestar emocional	Información brindada por los expertos que impartirán el taller	Entrevista a expertos que imparten el taller	x	
	Expectativas y experiencias de los participantes al taller presencial	Entrevista a participantes		x
	Nivel de satisfacción entorno al contenido presentado durante el evento final, el cual sería un taller presencial	Escala de Likert	x	

Matriz de instrumentos				
Instrumentos	Objetivo	Unidad de análisis	Categoría	Temporalidad
Encuesta de entrada y salida	Evaluación de conocimiento antes y después de las charlas y el evento presencial.	Seguidores del Instagram de Atentamente	-Nivel de conocimiento -Utilidad de conocimiento -Recomendaciones	Al inicio de la edición 2022
Entrevista a expertos que imparten el taller	Conocer mediante una entrevista las herramientas e información que brindará la Psic. Sandra Moreira, en el evento final del PAP llamado "Mindness", el cual será un taller experiencial.	Profesionales que dictarán el taller presencial	Opinión de análisis sobre el taller a implementar	Antes del taller presencial
Entrevista	Conocer las expectativas que tenían las personas al asistir al evento y la experiencia que tuvieron al asistir	Personas inscritas en el Taller Experiencial Atentamente 2022.	-Expectativa -Experiencia -Satisfacción -Reconocimiento sobre la importancia del bienestar emocional -Edad -Género	Al terminar el taller presencial
Escala de Likert	Evaluar la satisfacción sobre todo el contenido impartido en el taller presencial	Personas inscritas en el Taller Experiencial Atentamente 2022.	-Opinión sobre las etapas impartidas -Nivel de interés -Satisfacción -Contenido del taller	Al terminar el taller presencial

Anexo 14. Preguntas para encuesta de entrada

Objetivo: Evaluar el conocimiento antes y después de las charlas y el evento presencial.

A quién va dirigido: Seguidores de la cuenta Atentamente en el año 2022

Mecánica: Empezaremos nuestra prueba de entrada mediante cuestionarios en nuestra cuenta de Instagram. Sin embargo, este será solo para nuestra comunidad de "Close Friends", quienes serán agregados con una pregunta previa de consentimiento.

Utilizando esta herramienta de mejores amigos en Instagram, controlaremos la muestra a quienes les haremos la prueba de entrada y de salida.

A continuación encontrarás una serie de preguntas relacionadas a la salud mental y las emociones, agradecemos que respondas de manera sincera y honesta. Atentamente, te lo agradece.

1. Edad
2. Género
3. ¿Sabes qué es la salud mental?
4. ¿Te sientes "informado" acerca de temas de salud mental?
 - Sí
 - No
 - Un poco
 - No mucho
5. ¿Conoces la diferencia entre emociones y sentimientos?
 - No
 - Sí
6. ¿Conoces los diferentes tipos de emociones?
 - Sí
 - No
 - Algunas
 - Pocas
7. ¿Consideras que implementas acciones diarias en beneficio de tu salud mental?
 - Sí
 - No
 - Algunas veces
 - Pocas veces
8. ¿Consideras que mantienes conversaciones activas acerca de temas relacionados a la salud mental?
 - Sí
 - No
 - Algunas veces
 - Pocas veces

Anexo 15. Cronograma y guión del evento

FASE	DETALLES	T3					T4										
		JUL	AGO	SEPT			OCT			NOV	DIC						
ETAPAS DEL EVENTO				29	5	12	19	26	1	3	10	17	24	31			
1	Previa del Evento	DIFUSIÓN															
		<ul style="list-style-type: none"> - Posteo Informativo del Evento - Posteo de Inscripción del Evento - Pauta de información e inscripción del Evento - Entrega de Boletines de prensa (medios) 															
1	Previa del Evento	LOGÍSTICA															
		<ul style="list-style-type: none"> - Confirmación lugar, equipos de evento (sillas, mesas, parte técnica) - Ppt de presentación del evento lista - Diseño del roll up listo - Mandar a imprimir y compra de recuerdos para el evento - Listos los recuerdos para el evento - Contrato de Catering - Entrega de goodie bags a influencers - Lista de Inscripción llena - Entrega de lista de Inscripción a la U - Confirmación de asistencia al taller (participantes) - Reunión de Revisión y Control de contenido. Ensayo de las coach del taller. (On line) 															
2	Evento	<ul style="list-style-type: none"> - Recordatorio del evento en RRSS (día del evento) - Lanzamiento del Evento 															
2	Evento	<ul style="list-style-type: none"> - Recordatorio del evento en RRSS (día del evento) - Lanzamiento del Evento 															
3	Post Evento	Firma consentimiento uso de imagen															
		<ul style="list-style-type: none"> Entrevista participantes Entrevista psicólogos Edición de la cobertura del evento/Bts Publicación del video de cobertura y Bts del evento 															

GUIÓN DEL EVENTO

Fecha: 1 de Octubre del 2022

Lugar: Auditorio Universidad Casa Grande

Hora de entrada (Staff): 8 am

Hora de entrada (Psicólogos): 9:15 am

Hora de entrada (Participantes): 10:15 am

Hora de inicio: 10:30 am

Hora de salida: 13:30 pm

Duración del evento: 3 horas

Host: Belén Medina

Experto: Msg Sandra Moreira

Pre Evento - SÁBADO

Duración	Hora I.	Hora S.	Descripción
15 min	9 am	9:15 am	Llegada de staff con materiales a la universidad y de Sandra
5 min	9:15 am	9:20 am	Ir donde servicios generales para anunciarles nuestra llegada/ abran el auditorio
10 min	9:20 am	9:30 am	Ir a pedir soporte técnico (cámara, cables, etc)
30 min	9:30 am	10:00 am	Verificación de sonido, presentación en el proyector (3 personas del staff)
30 min	9:30 am	10:00 am	Practica con Sandra
15 min	10:00	10:15 am	Confirmación de que el guardia tenga la lista de participantes

Inicio de Taller presencial

Duración	Hora I.	Hora S.	Descripción	Nota
15 min	10:15 am	10:30 am	Llegada de participantes a la universidad	
15 min	10:15 am	10:30 am	Recepción de participantes afuera del auditorio con la lista y stickers en mano para hacer su entrega/ Firma de autorización de uso de imagen	
5 min	10:30	10:35	La gente se termina de acomodar	
20 min	10:35 am	10:55 am	Inicio de primera parte: Presentación del proyecto y convenio Colegio de Psicólogos	
5 min	10:55 am	11:00 am	Segunda parte: Inicio del taller	
10 min	11:00 am	11:10 am	Explicación: ¿Qué es la regulación emocional?	Breve explicación.
7 min	11:10 am	11:17 am	Técnicas de respiración: Respiración diafragmática	Preguntar a Sandra si va a dar una explicación de cada técnica antes

				de decirles que las haga.
5 min	11:17 am	11:22 am	Técnicas de respiración: Respiración y relajación	
6 min	11:22 am	11:28 am	Técnicas de respiración: Meditación de la respiración	
5 min	11:28 am	11:33 am	Técnicas de imaginación emotiva: Rayo de luz	Que Sandra aclare a que se refiere con "sensación corporal perturbadora"
3 min	11:33 am	11:36 am	Técnicas de imaginación emotiva: Cojín mágico	
5 min	11:36 am	11:41 am	Técnicas de imaginación emotiva: Cojín mágico (Las personas dicen cómo se sienten)	
6 min	11:41 am	11:47 am	Técnicas de imaginación emotiva: Expandir nuestras emociones positivas (Participación personas)	
4 min	11:47 am	11:51 am	Técnicas de imaginación emotiva: Expandir nuestras emociones positivas	
30 min	11:51 pm	12:21 pm	Pausa/Entrega de snack	
3 min	12:21 pm	1:24 pm	Tercera parte: Continuación del taller	
4 min	12:24 pm	12:30 pm	Técnicas de imaginación emotiva: La caja o baúl de problemas	
4 min	12:30 pm	12:34 pm	Técnicas de imaginación emotiva: Lugar Seguro	
15 min	12:34 pm	12:49 pm	Técnicas de imaginación emotiva: Bloqueo de pensamientos	Dar un ejemplo de una actividad que ocupe su mente

20 min	12:49 pm	1:08 pm	Defusión cognitiva	
5 min	1:08 pm	1:13 pm	Nota legal	
7 min	1:13 pm	1:20 pm	Invitar a los participantes a que escojan un post y pongan en la pizarra cómo se sienten.	
5 min	1:20 pm	1:25 pm	Cierre del evento	
5 min	1:25 pm	1:30 pm	Finalización del taller	

Total tiempo	3 horas 15 min
---------------------	----------------

Post Taller

Duración	Hora I.	Hora S.	Descripción
15 min	1:30 pm	1:45 pm	Entrevistas a participantes

Anexo 15.1. Presupuesto y dinero ingresado

Sponsors	Dinero dado
Banco Gye	300
Lettera	100
Nosotras	300
Fs	300
Nena	100
Innova	Material
Total	1100

Presupuesto ATENTAMENTE 2022 SPONSORS				
Detalle	Cantidad	Valor	Subtotal	Total
EBOOK				175,00
Ilustraciones E-book	N/A		25,00	
Editora E-book	N/A		150,00	
EVENTO				926,95
Pop Sockets Mindness	50	\$1,89	94,64	
Camisetas staff Mindness	7	\$10,08	70,56	
Envío camisetas	1	\$5,60	\$5,60	
Impresión tarjetas Mindness	10	\$0,45	4,50	
Impresión frases Mindness	4		6,00	
Catering Mindness	40	\$4,38	175,00	
Decoración	1	\$570,00	570,00	
Etiquetas para nombres Mindness	5	1,6	0,65	
TOTAL				1.101,95

Anexo 15.2. Facturas

Medina Alban Maria Belèn
 ACTIVIDADES DE SERVICIOS DIVERSOS
 R.U.C. 0930061031001
 Dir.: Urb. Entre Rios - Mz. V - Sl. 36 - 37 *Telf.: 0997782361
 Email: belenmedinaa26@gmail.com
 Samborondón - Guayas - Ecuador

FACTURA
 SERIE 001-001-00 0000033

FECHA DE AUT: 09 / Septiembre / 2021 Aut. S.R.I. 1128743219


LUGAR	DÍA	MES	AÑO
Guayaquil	29	09	22

Sr. (es): Inves. ciudad Caracá Grande

Dirección: Urdusa Teléfono: _____

R.U.C./C.I.: 0992541539001 Guía de Remisión: _____

CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT.	V. TOTAL
	Reembolso de gastos PPA Atentamente		436,3



PAPRIKA
• BREAKFAST & LUNCH •

Catering
R.U.C. 0993358223001
Dir: Av. Joaquín Orrantía # 114 - Edif. Profesional C.
Local # 9 - Cel: 0999615275
Email: ealban@ballercorp.com
Guayaquil - Ecuador

FACTURA
SERIE 002-001-00
0000081

DOCUMENTO CATEGORIZADO : NO
FECHA DE AUT: 10 / MAYO / 2022
AUT. S.R.L. # 1129913740
"Contribuyente Régimen RIMPE"

Fecha: 26 / Septiembre / 2022.
 Cliente: Maria Belén Medina
 Dirección: _____
 R.U.C.: 0930061031001 Telf.: _____

Cant.	DESCRIPCION	P. Unitario	TOTAL
	Servicio de lifeigento 40 unpdos		\$175 ⁰⁰ /100

Raposau S.A.
CONFECIONAMOS UNIFORMES Y CALZADO PARA:
Fuerzas armadas, compañías de seguridad,
Policía, C.T.G. ECAOS, academias navales, aéreas,
y Militares - Institutos educativos, empresas.
www.raposau.com.ec
ASISTENTE DE GESTIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE MAC.DONASCO@R.S.

R.U.C.: 0992300027001
Dirección: Poma 1311 y Po. Montalvo
Telf.: 246222 - 246203
Cel.: 0994027790 - 0994970056 - 0994705710
Email: raposau_2022@raposau.com * Guayaquil - Ecuador

FECHA DE AUT. 26/09/2022
OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD

FACTURA
SERIE 001-001-00 **0004137**

CLIENTE: MARIA BELÉN MEDINA
AUT. S.R.L.: 1130251017

DIRECCIÓN: Cilla Eibarrios
R.U.C.: 0930061031001

CUIDAD: Guayaquil

N: Setenta y seis con 16/100 DÓLARES

Verónica Rodríguez
Firma Autorizada Recibi Conforme

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	VALOR TOTAL
1	CAMINETAS ENVIO	9.00	63.00
		5.00	5.00
Sub-Total			68.00
I.V.A. 0 %			
I.V.A. 12%			8.16
TOTAL USD			76.16

SEGARRA LAURA BEATRIZ - PUEBLAJO - R.U.C. 09178955001 AUT. 2006 TELF.: 2402398
 (0504121 - 0504150) VALIDO PARA SU EMISION 22/JUN/2022 * DOCUMENTO CATEGORIZADO: NO
 Original: Adquirente / Copia: Miembro / Copia: Afiliado / Sin Derecho Titularlo

FRANCO TOBAR INGRID VANESSA
R.U.C.: 0920427366001
 VENTA AL POR MAYOR Y
 MENOR DE SOUVENIRS
 ACTIVIDADES RELACIONADAS
 CON LA CONTABILIDAD

FACTURA
 001-001-00 **0005969**
 AUT. S.R.I. # 1129415631
 Fecha Aut. 30/Enero/2022

Dirección: Roca 210 entre Panamá y Rocafuerte
 email: ingridfranco82@hotmail.com
 Telf.: 042314537 * Cel. 0982985355
 Guayaquil - Ecuador


Ciudad: OYE DIA: 28 MES: 07 AÑO: 22.
 Documento Categorizado: NO

CLIENTE: **MARIA BELEN MEDINA**
 DIRECCIÓN: **Cdla Entre Rios**
 C.I. & RUC: **09300610310001** TELF.: G.de Remisión

Cant.	DESCRIPCION	V. UNIT.	VALOR
2	Centros de Mesa. Flores Varias	35,72	71,43

CONTRIBUYENTE REGIMEN RIMPE
Choco Dulzuras
 El placer de regalar sentimientos

FORMA DE PAGO
 Efectivo: Dinero Electrónico: Transferencia:
 Tarjeta de Crédito/Débito: Otros:

SON:  Dólares

FIRMA AUTORIZADA RECIBI CONFORME

SUBTOTAL 12% 71,43
 SUBTOTAL 0%
 DESCUENTO
 SUBTOTAL 81,57
 IVA 12%
 TOTAL \$ 80,00

CEDENO SALAS MARIA CONCEPCION (GRAFICAS DIVICON) Telf.: 0999608741 RUC 0907750962001 Cal. Artesanal 140358 ORIGINAL ACQUIRENTE COPIA EMISOR
 AUT 9557 58: 100x2 del 9501-6100 VALIDO HASTA 30/Enero/2023



Emisor: PROMOSTORE ECUADOR
 PROMOEC CIA.LTDA.
RUC: 0993257613001
Matriz: AV NARCISA DE JESÚS KM 1.5 VÍA
 TERMINAL TERRESTRE PASCUALES, PARQUE
 DE NEGOCIOS NEXUS LOCAL 21
Correo: info@promostore.ec
Teléfono: 04 375 5258 - 0987948858
Obligado a llevar contabilidad: SI

FACTURA No.001-010-000002763

Número de Autorización:
 2209202201099325761300120010100000027632887019814

Fecha y hora de Autorización:
 22/09/2022 15:18:54

Ambiente: PRODUCCION
Emisión: NORMAL
Clave de Acceso:



2209202201099325761300120010100000027632887019814

Razón Social: MEDINA ALBAN MARIA BELEN
Dirección: Cdla Entrerios
Fecha Emisión: 22/09/2022

RUC/CI: 0930061031001
Teléfono:
Correo: belenmedinaa26@gmail.com

Código Principal	Cantidad	Descripción	Detalles Adicionales	Precio Unitario	Descuento	Total
4.2.1	1.00	Servicio de envíos nacionales		5.00000	\$0.00	\$5.00
POPO101(BLAN CO)	50.00	Popper / Soporte para Smartphone		1.59000	\$0.00	\$79.50

Información Adicional		Subtotal Sin Impuestos:		\$84.50
Descripción	Incluye logo full color	Subtotal 12%:		\$84.50
Adicional 1	Tiempo de entrega de 5 a 6 días laborables	Subtotal 0%:		\$0.00
Formas de pago		Subtotal No Objeto IVA:		\$0.00
Otros con Utilización del Sistema Financiero		Descuentos:		\$0.00
	\$94.64 0 días	ICE:		\$0.00
		IVA 12%:		\$10.14
		Servicio %:		\$0.00
		Valor Total:		\$94.64

Dokumento
planos, copias, ploteos e impresiones

**RIVAS RIVAS
ANGELICA MARIA**
Dirección: C.C. Milann - Local 4
km. 12.5 via Salitre
e-mail: dokumento3@hotmail.com
Telef.: 0991516378
Salitre - Ecuador

RUC: 0908953797001
FACTURA
Serie 001-001
0027984
AUT S.R.L.: 1130434727
CONTRIBUYENTE
RÉGIMEN "RIMPE"

Escaneos - Tarjetas de Presentación - Anillados - Plastificación - Ampliaciones - Reducciones de Planos
Ploteos Color/BN - Copias de Planos Color/BN - Copias Láser Color/BN - Impresiones Color/BN
Diseño Gráfico - Papelografos - Papelería en General - Gigantografías.

FECHA: miércoles, 28 de septiembre de 2022 9:02:06
CLIENTE: MARIA BELEN MEDINA
DIRECCION: CDLA ENTRERIOS
TELEFONO: 0997782361 RUC.: 0930061031001

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	TOTAL
1	A4 MARFIL	1,50	6,00
10	IMPRESIONES	0,45	4,50

IMP. SAN GREGORIO-FABRICA TORRES WILSON GREGORIO-RUC 0944372976001-AUT. 1134

FORMA DE PAGO	ELECTIVO	DINERO ELECTRONICO	TARJETA DE CREDITO/ DEBITO	OTROS
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SUB-TOTAL \$ 9,38
IVA 0% \$ 0,00
IVA 12% \$ 1,13
TOTAL \$ 10,50

*SALIDA LA MERCADERÍA NO SE ACEPTA DEVOLUCIÓN ALGUNA
*NO NOS RESPONSABILIZAMOS POR TRABAJOS OLVIDADOS POR MAS DE 15 DÍAS
*GIRAR CHEQUE A NOMBRE DE ALBERTO ALVAREZ POZO

10B 100X2 NUM 27851-28850 Fecha de Autorización:03/Septiembre/2022 Caduca:03/Septiembre/2023

Anexo 16. Logotema y piezas para el evento presencial "Mindness".

TALLER EXPERIENCIAL

MINDness
Autorregulación emocional

Dictado por:
Mgs. Sandra Moreira
Psicóloga clínica

📅 **Sábado 01 de octubre del 2022**

🕒 **De 10h30 a 13h30**

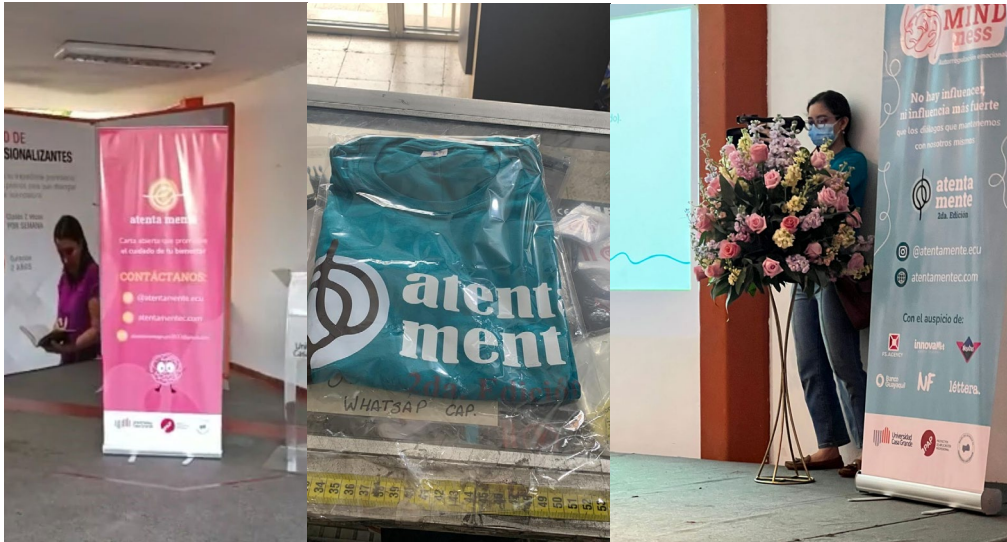
📍 **Auditorio de la Universidad Casa Grande de Guayaquil**

atenta mente

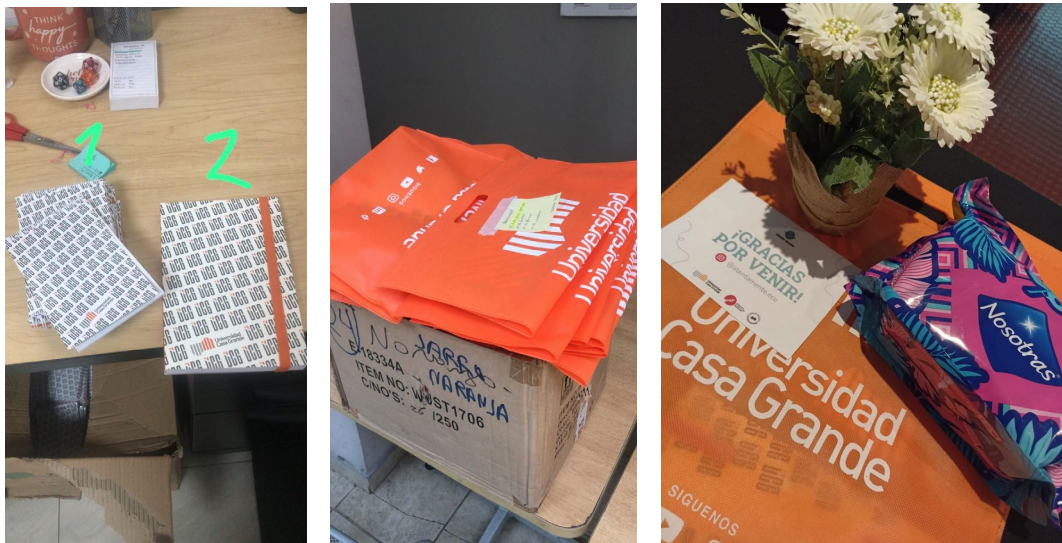
Universidad Casa Grande | PROYECTOS DE APLICACIÓN PROFESIONAL | En alianza con

Anexo 16.1 Material comprado

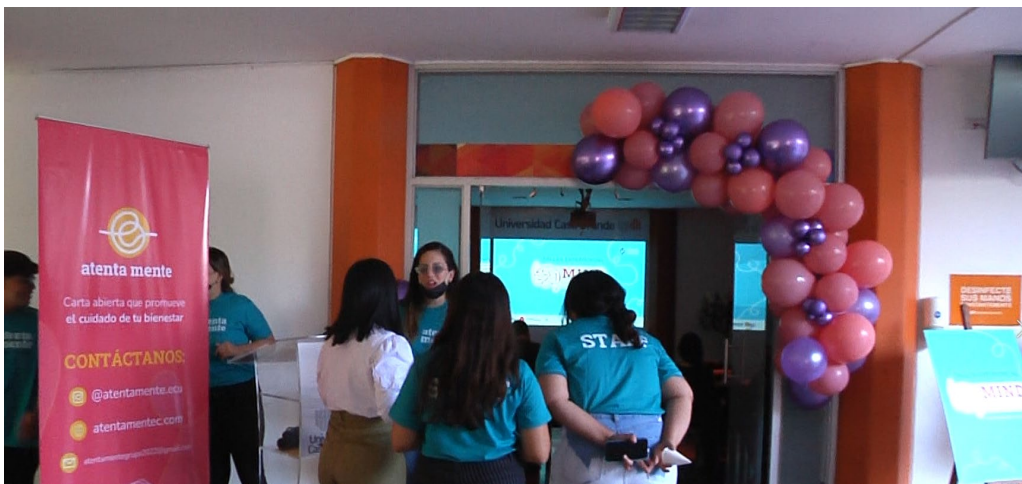
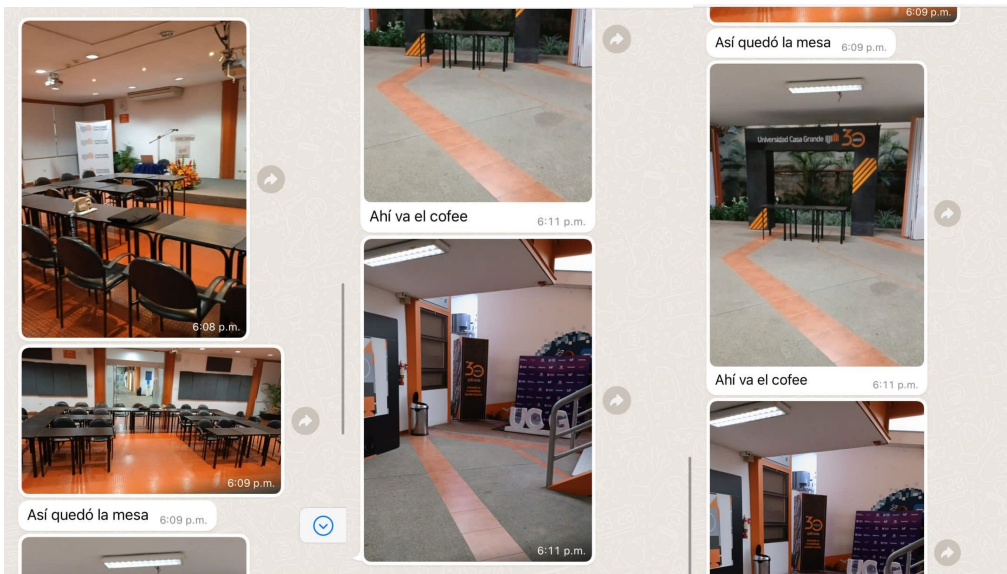




Entrega de goodies bags y material



Anexo 16.2 *Decoración de Planner*





Anexo 17. Preguntas para entrevistas a expertos.

Entrevista a expertos

Unidad de Análisis:

Experto en Psicología.

Componente:

Lograr que las personas reconozcan la importancia de asistir a psicoterapia, otorgándoles información identifiquen nuevas herramientas y opciones para mejorar su bienestar socioemocional.

Indicador:

Información brindada por los expertos que impartirán el taller.

Objetivo:

Conocer mediante una entrevista las herramientas e información que brindará la Psic. Sandra Moreira, en el evento final del PAP llamado "Mindness", el cual será un taller experiencial.

PREGUNTAS

1. ¿Qué esperas de este taller?
2. ¿Ya has trabajado antes con jóvenes universitarios? Si es que si, y se puede, cuéntenos alguna experiencia.
3. ¿Qué es un taller experiencial? Y ¿qué lo hace diferente de los talleres normales?
4. El taller se enfocará en la autorregulación de emociones ¿Cuéntenos un poco más de esto y de las herramientas que enseñarás?
5. ¿En qué casos es más recomendable utilizar este tipo de técnicas?
6. ¿Cuáles son las precauciones que debe tomar el staff y el speaker para este tipo de talleres?
7. ¿Cómo se manejaría los primeros auxilios psicológicos en caso de necesitarlos, debido a alguna situación específica con algún asistente o incluso hasta en una sesión de terapia?
8. Sabemos que asistir a terapia es una relación de confianza y de largo plazo...¿Cuáles son sus métodos para "generar confianza" en los pacientes y poder lograr un tratamiento efectivo?
9. ¿Ha impartido el taller antes? Cuéntenos tu experiencia compartiendo este taller?
10. ¿Cuáles han sido los retos a los cuales se ha enfrentado el campo de la psicología en estos últimos años?

Entrevista a participantes - Después del Evento

Objetivo: Conocer las experiencias que tenían las personas al asistir al evento.

A quién va dirigido: Personas inscritas en el Taller Experiencial Atentamente 2022.

Mecánica: Se entrevistará a los participantes una vez acabado el taller experiencial.

Instrucciones: A continuación encontrarás una serie de preguntas para conocer tu interés en la participación del taller experiencial sobre autorregulación de emociones. Las respuestas serán anónimas, por ello agradecemos que respondas de manera sincera y honesta porque esto nos ayudará a tomar en consideración tus expectativas sobre el evento.

1. ¿Qué expectativa tenías del evento?
2. ¿Cuál fue tu experiencia con el taller?
3. ¿Qué es lo que más te llamó la atención?
4. ¿Alguna vez has asistido a alguna temática similar?
5. ¿Cómo te sientes respecto a la terapia ahora?
6. ¿Has asistido a terapia antes?
7. Si no, ¿lo consideras ahora?
8. ¿Consideras poner en práctica las herramientas enseñadas en el taller?
9. ¿Qué otros temas relacionados a la salud mental te gustaría recibir en un taller experiencial?
10. ¿Qué crees que se puede mejorar del taller experiencial para futuras ediciones?

Escala de Likert

Objetivo: Evaluar la satisfacción sobre todo el contenido impartido en el taller presencial y en nuestras redes

A quién va dirigido: Personas que asistieron al taller presencial

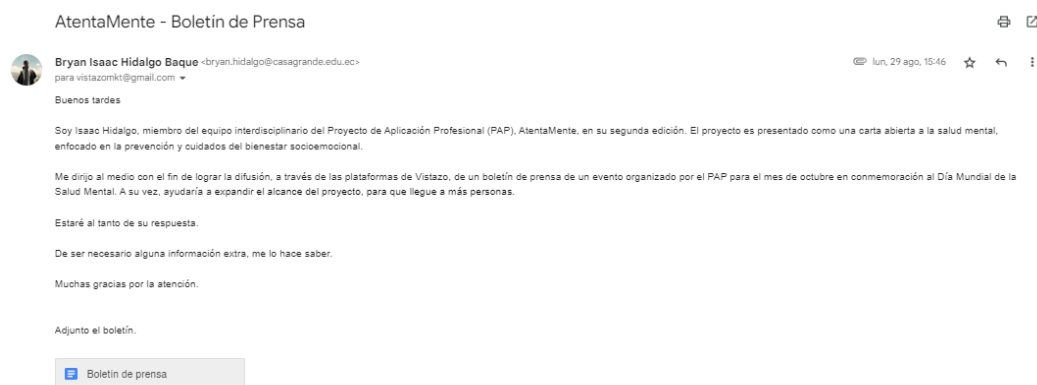
Mecánica: Al finalizar el evento, nos acercaremos a los participantes para que realicen la prueba.

1. Me siento satisfecho/a con el taller experiencial
2. El taller cumplió con mis expectativas
3. Reconozco mis emociones
4. La enseñanza de estos conceptos y actividades resuelven mis dudas
5. El contenido impartido tanto en redes sociales como el taller fue relevante
6. Las herramientas impartidas despertaron mi interés entorno a la salud mental
7. Considero que la salud mental es un tema relevante
8. Nuestros blogs son fáciles de entender
9. Apoyo la iniciativa de Atentamente 2022
10. Volvería a asistir a sus eventos sobre salud mental

Variables:

- Totalmente de acuerdo
- En desacuerdo
- Me es indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Anexo 20. Correo a Medios de comunicación



Anexo 21. Mailing UCG

Invitados al taller Mindness: Autorregulación emocional Recibidos

🗉 📧

e eventos UCG <eventos@casagrande.edu.ec>
para bcc: alumnos_pregrado

mar, 27 sept, 10:02 ☆ ↶ ⋮

El Proyecto de Aplicación Profesional AtentaMente, los invita al taller experiencial Mindness: Autorregulación emocional.

Ser consciente de las emociones que sentimos y saber cómo manejarlas nos ayudará a obtener resultados más positivos en nuestra vida.

Fecha: Sábado 1 de octubre
Hora: 10:30 am - 13:30 pm
Lugar: Auditorio UCG

Inscríbete aquí y separa tu cupo: <https://forms.gle/qRnoPhFRhPGRZR8>



Anexo 22. Emisor del Boletín



Universidad Casa Grande invita a la comunidad guayaquileña al taller gratuito experiencial sobre regulación de emociones

Fecha: Sábado, 01 de octubre de 2022

Hora: 10:30 a 13:30

Lugar: Auditorio de la Universidad Casa Grande

Dirección: Frente a la Puerta 6 del C.C. Albán Borja

El proyecto de aplicación profesional (PAP) de la Universidad Casa Grande, AtentaMente, realizará el taller experiencial didáctico: "Mindness, regulación de emociones" en donde los asistentes aprenderán diferentes técnicas de autorregulación y mejoramiento de sus emociones.

En el marco del Día Mundial de la Salud Mental (10 de octubre), el proyecto llega a su segunda edición, en conjunto con el Colegio de Psicólogos Clínicos del Guayas. El taller será dictado por la Mgs. Sandra Moreira.

La actividad, dirigida principalmente a adultos jóvenes, tendrá un aforo máximo de 30 personas que se podrán inscribir en el link de la biografía de la cuenta de Instagram del proyecto: @atentamente.ecu.

El evento es organizado por el grupo interdisciplinario de AtentaMente, presentado como una carta abierta a la salud mental. Este es un movimiento que busca fomentar la cultura del bienestar emocional en el país, sumándose en la conversación de los guayaquileños.

Más sobre el proyecto

AtentaMente pretende crear espacios de socialización junto a profesionales y dirigidos a personas interesadas en mejorar su salud mental, utilizando distintas herramientas de apoyo que ayudarán a mejorar su relación con su bienestar emocional.

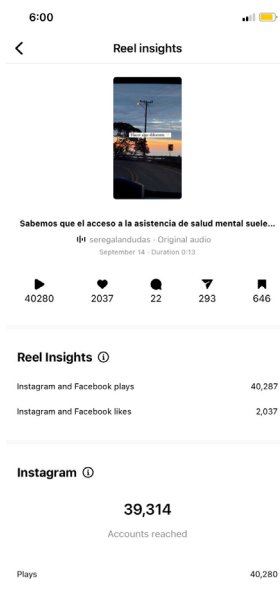
[file:///C:/Users/bryan/Downloads/Boletin-Atentamente-%20Taller%20de%20salud%20mental.docx%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/bryan/Downloads/Boletin-Atentamente-%20Taller%20de%20salud%20mental.docx%20(1).pdf)

Anexo 23. Radio I99

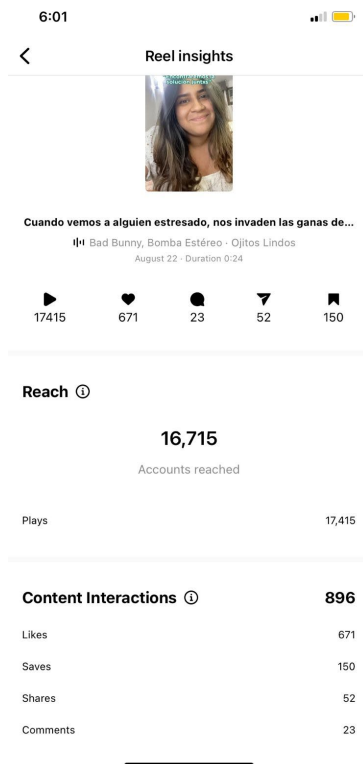


<https://www.youtube.com/watch?v=p8zM7M413Oo>

Anexo 24. Reel etapa terapia +2M Likes



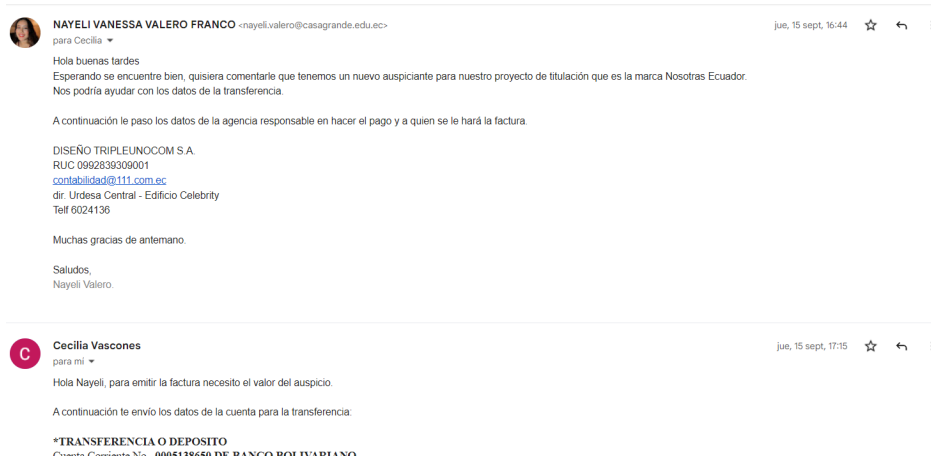
Anexo 25. Reel etapa estrés +17.4 vistas



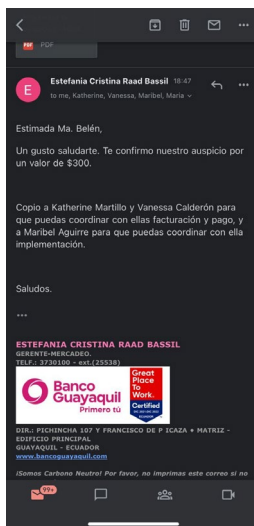
Anexo 26. Reunión con Auspiciante: Nosotras



Anexo 27. Seguimiento a auspiciantes



Anexo 28. Aprobación de paquete de auspicios de Banco de Guayaquil



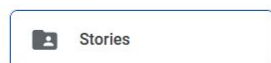
Anexo 29. Presentación de paquete de auspicio de Nosotras y generación de contenido a auspiciantes





Compartido conmigo > ... > VIDEO FINAL > FINAL ▾ 👤

Carpetas



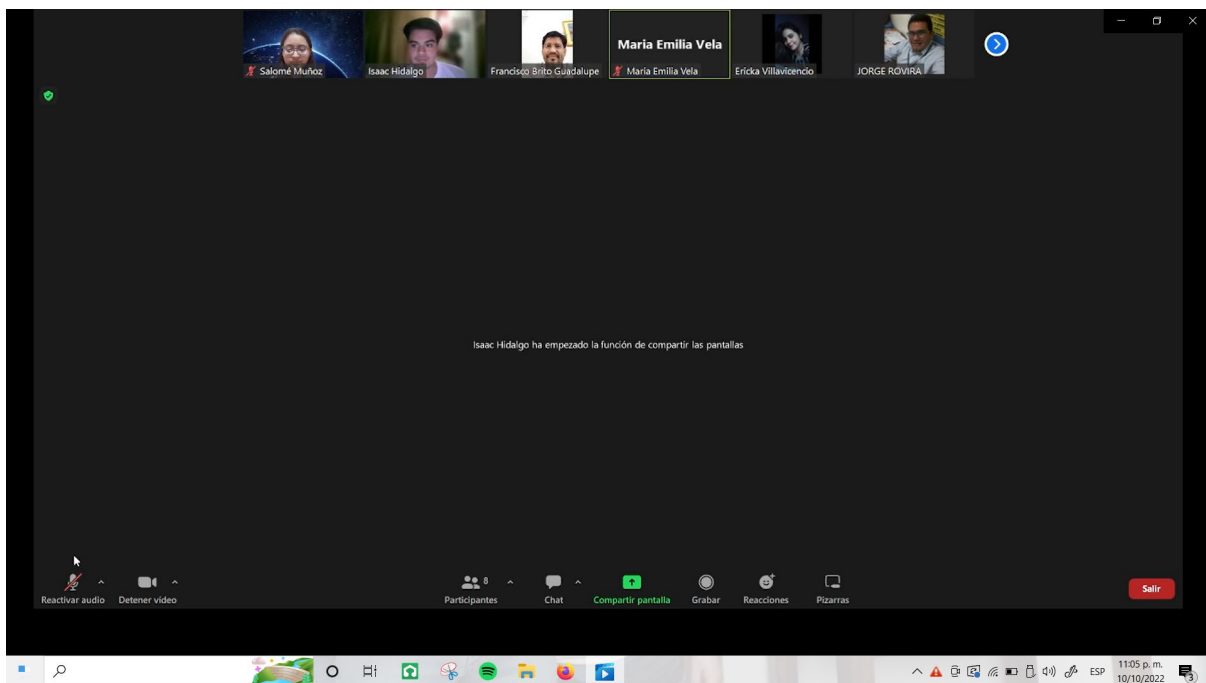
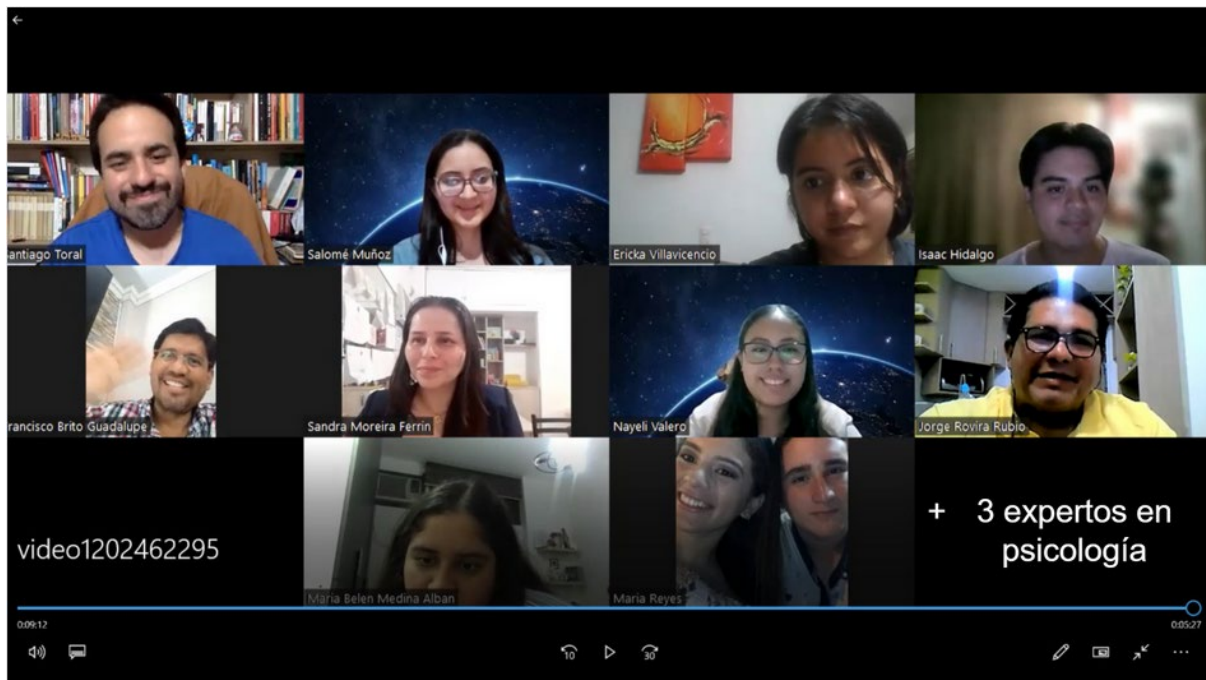
Archivos



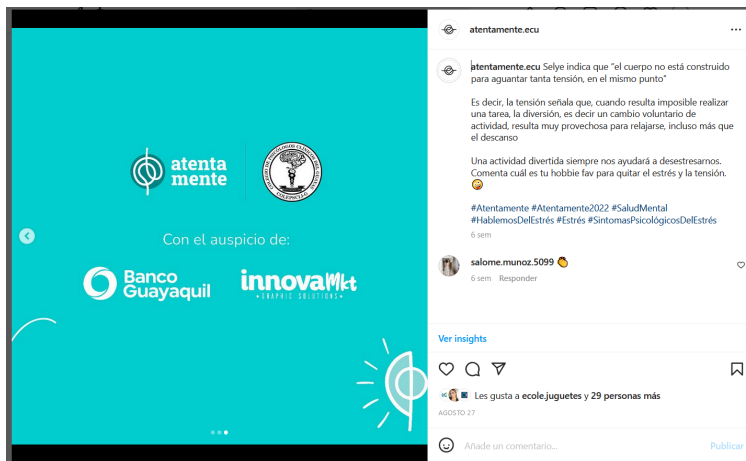
Anexo 30. Presencia de marca Nosotras en Evento



Anexo 31. Reuniones con convenio



Anexo 32. Presencia de convenio en posts y entrega de posts a convenio



CONTENIDO ETAPA 2 - ATENTAMENTE



Atentamente 2022 <atentamentegrupo2022@gmail.com>
para sandramf84, belenampuerocabrera, storal ▾

lun, 1 ago, 16:39 ☆ ↶ ⋮

Buenas tardes estimada Sandra,

Adjunto el link con el contenido de la segunda etapa:

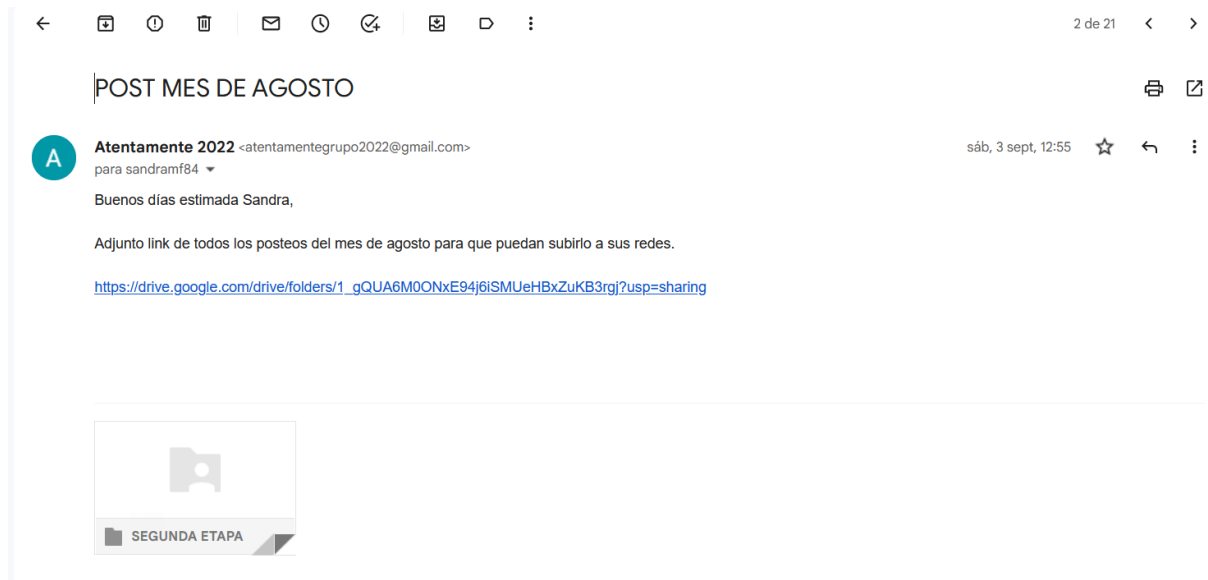
https://docs.google.com/presentation/d/13LMdEq_kdloBihDYxyBtr95cDRmp2qJ32tpI6LqRU/edit?usp=sharing

Faltan algunos por diseñar/grabar que se actualizarán en el transcurso de hoy y mañana, pero ahí ya se encuentran los textos de todo para que pueda ir revisándolo.

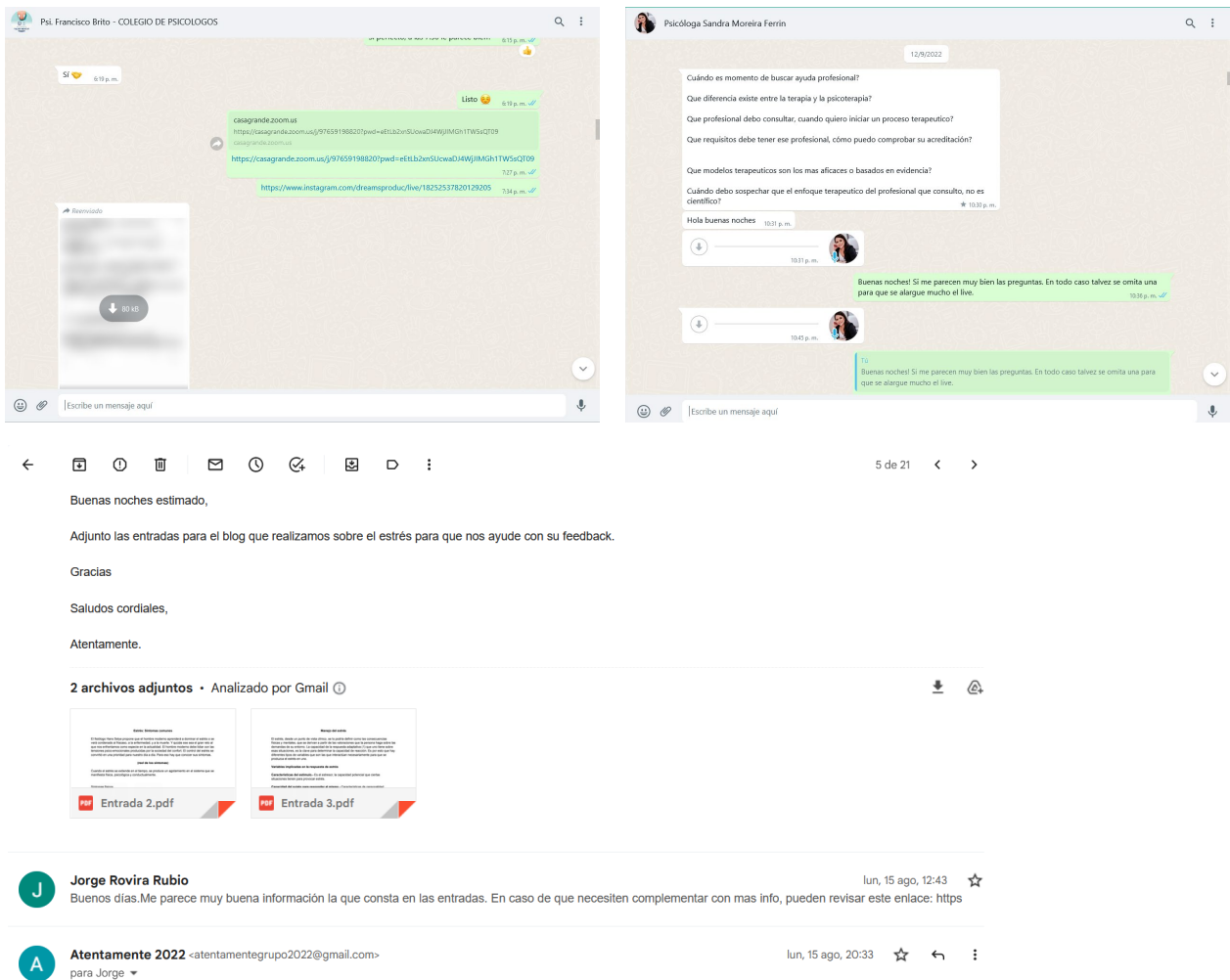
Gracias y saludos cordiales,

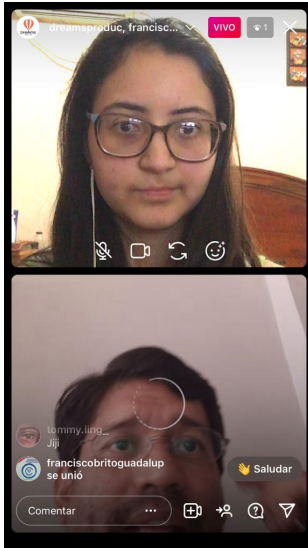
Atentamente





Anexo 33. Mensajes de texto y reuniones con especialistas del convenio





Anexo 34. Entrega de información verídica y relevante de temas de cada mes

1 de 16

Estrés : Concepto, psicobiología y efectos sobre la salud.

Unidad 4: Estrés y afrontamiento
 Bibliografía: AA.VV. (2010). Manual de control de estrés. Madrid, ES: Editorial CEP, S.L.. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
 Psic. Sandra Moreira Ferrín. Mg.

Objetivo de la clase:

- Conocer los efectos del estrés sobre la salud.
- Conocer el funcionamiento del sistema nervioso autónomo frente a una situación de estrés.
- Conocer que enfermedades cardiovasculares y endócrinas pueden tener su efecto en el estrés.

Proyecto: AtentaMente

Convenio UCG-FEPSCLI

Eje temático 1: Funcionalidad de las emociones

¿Qué función cumplen nuestras emociones?

Constituyen una respuesta afectiva transitoria de la persona, nos predisponen a realizar una acción congruente con cada una de ella.

Cumplen una función adaptativa que ha contribuido a nuestra sobrevivencia como especie.

Es normal sentir las y saludable permitir su expresión.

¿Qué función cumple la alegría?

Fortalece los lazos sociales, su expresión; su expresión señala al receptor la disponibilidad para la interacción amistosa.

1

de 5



¿Qué es la terapia Psicológica o Psicoterapia?

La psicoterapia es un tratamiento colaborativo apoyado en la relación entre una persona y el psicólogo. Su soporte principal es el diálogo, el cual proporciona un entorno de apoyo que le permite hablar abiertamente con alguien objetivo, neutral e imparcial. En el proceso terapéutico la persona o paciente y el psicólogo, trabajarán juntos para identificar y cambiar los patrones de pensamiento y comportamiento que le impiden sentirse bien.

En la psicoterapia, los psicólogos aplican procedimientos científicamente válidos para la creación de hábitos más sanos y efectivos. La psicoterapia cuenta con varios métodos como el cognitivo-conductual, el interpersonal y otros tipos de terapia conversacional que ayudan a resolver los problemas.

Al término del tratamiento, no sólo habrá resuelto el problema que le llevó a la consulta, sino que, además, habrá aprendido nuevas competencias para enfrentar con mayor seguridad cualquier desafío que pueda surgir en el futuro.

¿Por qué buscar a un Psicólogo?

Vale recordar que en el primer año de la pandemia de COVID-19, la prevalencia global de ansiedad y depresión aumentó en un 25 %, según un informe científico publicado en mayo del 2022 por la Organización Mundial de la Salud (OMS). Lo que probablemente llevó a muchas personas a necesitar tratamiento psicoterapéutico.

Es así como, algunas personas recurren a la psicoterapia porque han estado deprimidas, ansiosas o enojadas por demasiado tiempo. Otras podrían querer ayuda ante una enfermedad crónica que interfiere en su bienestar emocional o físico. Y otras podrían tener problemas a corto plazo para los que necesitan ayuda. Por ejemplo, un divorcio, la partida de los hijos, sentirse abrumado por un nuevo empleo o estar de duelo por la muerte de un familiar.

La terapia podría serle de beneficio si usted presenta estas señales:

- Tiene un sentimiento abrumador y prolongado de desamparo y tristeza.
- Parece que sus problemas no se solucionan a pesar de sus esfuerzos y de la ayuda de familiares y amigos.
- Tiene dificultad para concentrarse en las tareas de su empleo o realizar otras actividades cotidianas.
- Se preocupa excesivamente, espera lo peor o está constantemente nervioso.
- Sus acciones, como beber alcohol exageradamente, consumir drogas o ser agresivo, le están dañando a usted o a otras personas.

Anexo 35. Participación de especialistas en actividades

atentamente.ecu y sandramoreiraferrin

atentamente.ecu ¡Les traemos una sorpresa que no se pueden perder! 😊

Sortearemos 2 sesiones de terapia psicológica para 1 persona en colaboración de la Psic. Sandra Moreira 📄 📄

Debes seguir los siguientes pasos:

1. Sigue las siguientes cuentas: @atentamente.ecu @sandramoreiraferrin @fepscli
2. Dale like a la publicación
3. Invita a 3 amigos a participar

Las sesiones pueden ser presencial o virtual acorde a tu comodidad ❤️ El sorteo será el día 30 de septiembre y mostraremos al ganador en nuestras redes ✨

#SaludMental #Psicoterapia #AtentaMente2022 #GiveawayTerapia

4 sem

odalis_nv @pierojtp @alexisquimi @patotamer_bxrc

Ver insights

Les gusta a ecole,juguetes y 101 personas más

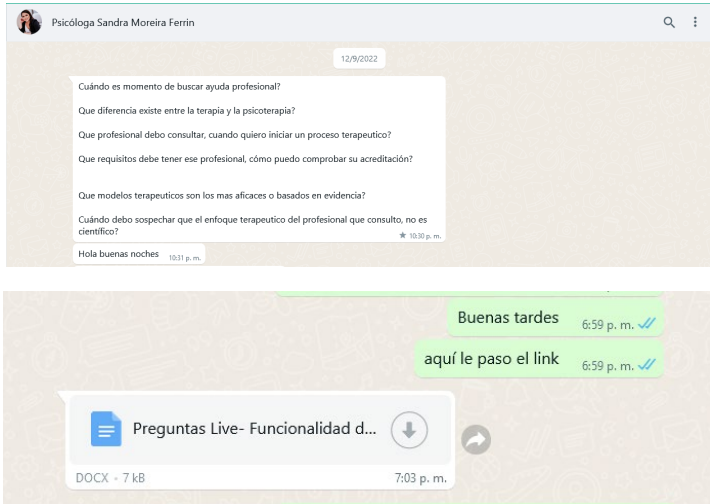
SEPTIEMBRE 11

Añade un comentario... Publicar

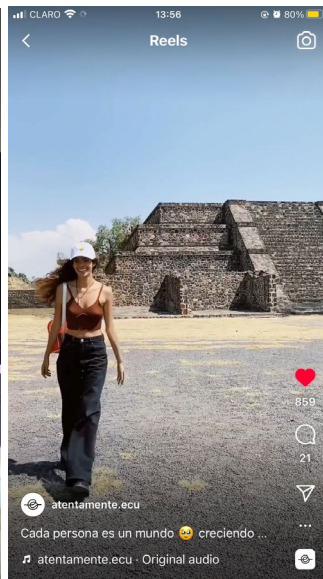




Anexo 36. *Ayuda y aval de preguntas*

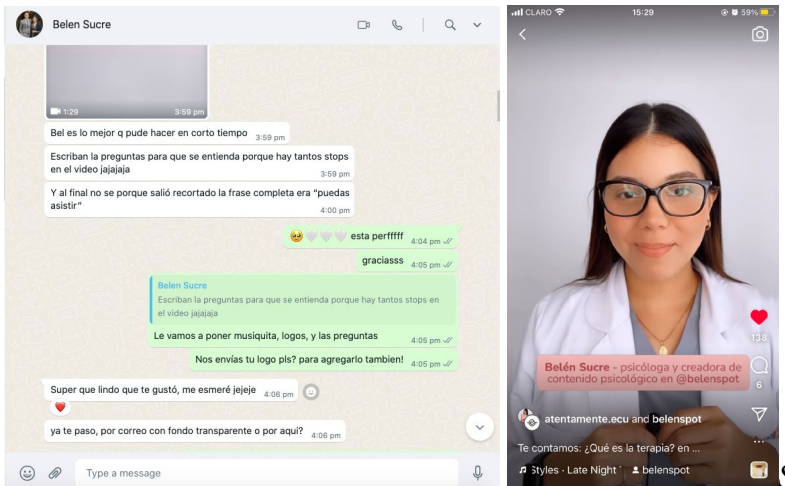


Anexo 37. Contacto con Influencers



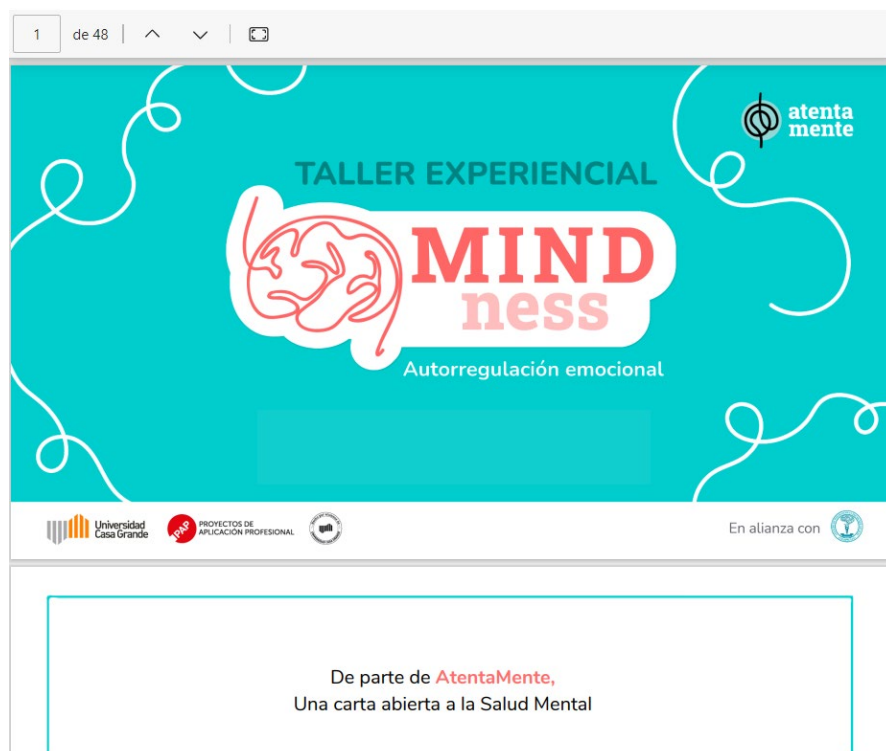


Anexo 38. Reel Belén Sucre



Anexo 39. Ppt de Sandra y el final





Anexo 40. *Google Form de inscripción*

PAP ATENTAMENTE - EVENTO MINDNESS

LISTA

#	Nombre	Apellido	# Cédula	FIRMA
1	Pamela Nicole	Jiménez Moreno	0943688754	<i>[Signature]</i>
2	Abigail Salomé	Maldonado Burbano	2400396970	<i>[Signature]</i>
3	Juber Joustin	Jaramillo Infante	2450028945	<i>[Signature]</i>
4	Juan Diego	Falconi	0925738593	<i>[Signature]</i>
5	Domenica Nicole	Rodriguez Anaya	0953398625	<i>[Signature]</i>
6	Gabriela	Duque Orrala	0953557535	<i>[Signature]</i>
7	Micaela	Johnson Hervas	0951644228	<i>[Signature]</i>
8	kayla	ramos	0929629558	<i>[Signature]</i>
9	Nathaly Nicole	Molina Espinoza	0705497089	<i>[Signature]</i>
10	Andrea Jackeline	Pesantes Miranda	0924196595	<i>[Signature]</i>
11	fiorella	ortiz viteri	0928548403	<i>[Signature]</i>
12	Andrea Valentina	Bohórquez Gilbert	0827320572	<i>[Signature]</i>
13	Domenika Victoria	Orellana Taylor	0930758735	<i>[Signature]</i>
14	Daniela Gabriela	Lozano Sánchez	0931112817	<i>[Signature]</i>
15	Liliana Sarela	Rugel Galarza	0930512496	<i>[Signature]</i>
16	Andrea	Albarracin Flores	0918282583	<i>[Signature]</i>
17	Charles steven	chaw coello	0925223877	<i>[Signature]</i>
18	Carlos	Bracho Jiménez	0955575295	<i>[Signature]</i>
19	Genesis	Machuca	0951473339	<i>[Signature]</i>
20	Johnny ISAIAS	JACOME MONCAYO	0927282106	<i>[Signature]</i>
21	Karen Geovanna	Araujo Torres	0926586835	<i>[Signature]</i>
22	Cecilia L.	Vicuña Espinoza	0912993243	<i>[Signature]</i>
23	Nathalia Josefina	Jaramillo Alvarado	0923372841	<i>[Signature]</i>
24	María Lorena	Burgos Cobefia	0931703219	<i>[Signature]</i>
25	Catherine Xcarett	Cortés Guamantica	0933054389	<i>[Signature]</i>
26	Alejandra	Reyes	0925012486	<i>[Signature]</i>
27	Carlos Alberto	Rosero Rugel	0913526182	<i>[Signature]</i>
28	Diana María	López Mosquera	919558700	<i>[Signature]</i>
29	Luis René	Juca González	925059792	<i>[Signature]</i>

30 Melissa Flores. *[Signature]*

Anexo 42. Actividad final del taller Mindness





Anexo 43. Entrevistas a participantes



<https://drive.google.com/drive/folders/18exLMpNy4n4aD2DM57GRc4Ri68qOWj7B?usp=sha>

[ring](#)

Anexo 44. Carta de autorización de uso de imagen

1/10/22, 7:26 Permiso de derechos de fotos - Documentos de Google

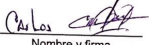
CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA USO DE IMAGEN

Yo, Carlos Rosero, certifico que he autorizado que me graben en video, fotografien, y se me grabe mi voz para el proyecto **Atentamente** para efectos de reproducción y producción, así como para utilizar mi imagen en el proyecto.

La utilización que aquí se concede sobre este material es exclusiva del proyecto **Atentamente** y las redes sociales, junto a los medios de difusión del mismo.

Dejo expresa constancia que por medio del presente documento cedo de manera gratuita a **Atentamente** el derecho de reproducir, editar y emitir mis opiniones a través de internet, televisión y cortos multimedia.

Guayaquil, 1 de octubre de 2022


Nombre y firma

1/10/22, 7:26 Permiso de derechos de fotos - Documentos de Google


CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA USO DE IMAGEN

Yo, Dominico Rodriguez, certifico que he autorizado que me graben en video, fotografien, y se me grabe mi voz para el proyecto **Atentamente** para efectos de reproducción y producción, así como para utilizar mi imagen en el proyecto.

La utilización que aquí se concede sobre este material es exclusiva del proyecto **Atentamente** y las redes sociales, junto a los medios de difusión del mismo.

Dejo expresa constancia que por medio del presente documento cedo de manera gratuita a **Atentamente** el derecho de reproducir, editar y emitir mis opiniones a través de internet, televisión y cortos multimedia.

Guayaquil, 1 de octubre de 2022


Nombre y firma

1/10/22, 7:26 Permiso de derechos de fotos - Documentos de Google


CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA USO DE IMAGEN

Yo, Nicolea Jimenez, certifico que he autorizado que me graben en video, fotografien, y se me grabe mi voz para el proyecto **Atentamente** para efectos de reproducción y producción, así como para utilizar mi imagen en el proyecto.

La utilización que aquí se concede sobre este material es exclusiva del proyecto **Atentamente** y las redes sociales, junto a los medios de difusión del mismo.

Dejo expresa constancia que por medio del presente documento cedo de manera gratuita a **Atentamente** el derecho de reproducir, editar y emitir mis opiniones a través de internet, televisión y cortos multimedia.

Guayaquil, 1 de octubre de 2022


Nombre y firma

Anexo 45. Fotos del evento Mindness







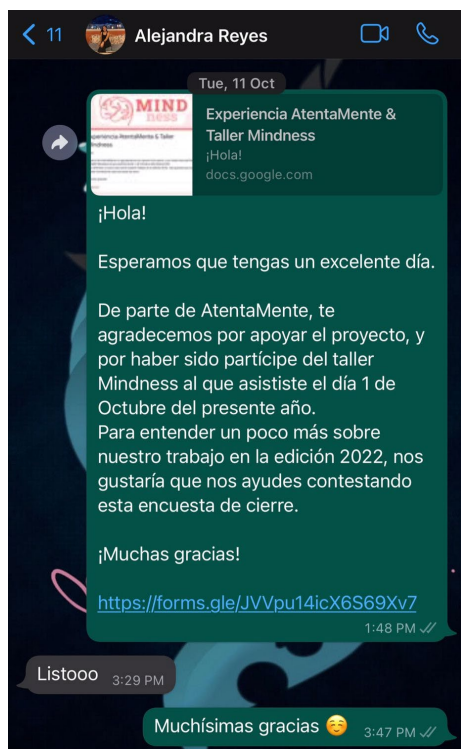
Anexo 46. Entrevistas a participantes

Archivos Nombre ↑

00156.MTS	00157.MTS	00158.MTS	00159.MTS	00160.MTS
00161.MTS	00162.MTS			

<https://drive.google.com/drive/folders/18exLMpNy4n4aD2DM57GRc4Ri68qOWj7B>

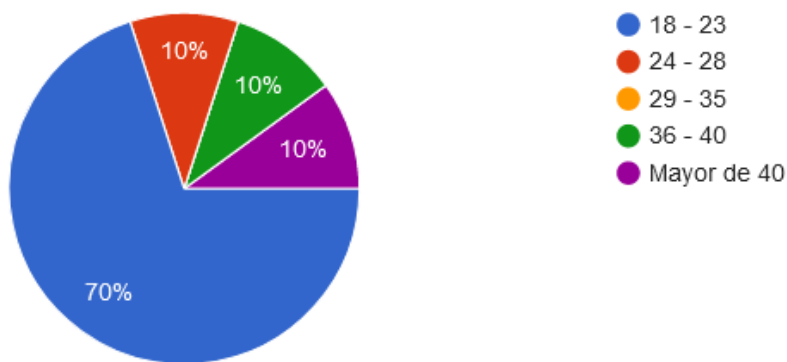
Anexo 47. Mensaje de Whatsapp con agradecimiento.



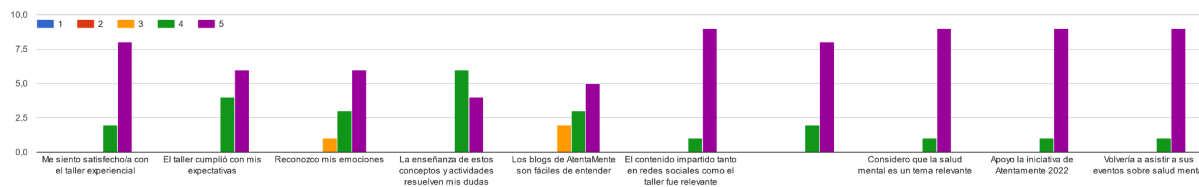
Anexo 48. Resultados escala de likert.

Edad

10 respuestas



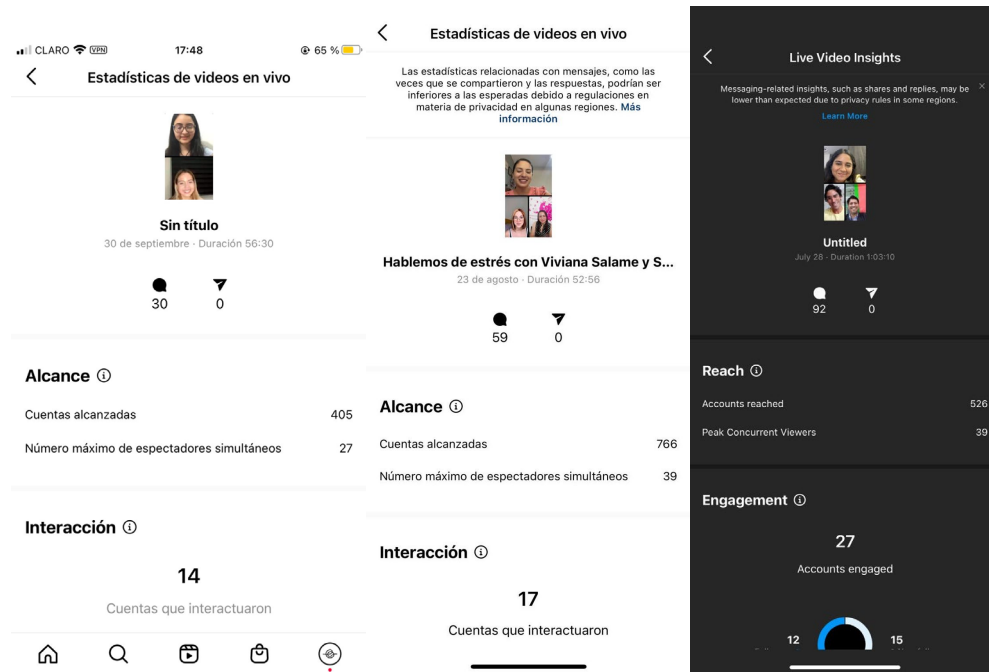
En relación a la edición 2022 y al taller Mindness al que asististe, ¿En qué medida estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones?



Fuente:

https://docs.google.com/forms/d/1tOv5vpQioB_23ZMuEBV0IpfoximSKJDUT_nAxFzR1M/edit#responses

Anexo 49. Live con influencers.



Anexo 50. Arte para redes sobre el prólogo realizado por Úrsula Strenge para el libro digital "Anécdotas para acompañarte"



Anexo 51. Arte de difusión del lanzamiento del libro digital “Anécdotas para acompañarte”



Anexo 52. Portada de libro digital “Anécdotas para acompañarte”



Anexo 53. Portadas de los capítulos del libro digital “Anécdotas para acompañarte”





Anexo 54. *Uso de diferentes tipografías en el libro digital “Anécdotas para acompañarte”*

Y una vez que te descubro, amor propio,
¿Cómo hacer que te quedes?

Errores que había cometido en tiempos pasados no me dejaban aceptar que hoy era una persona diferente. **Permítete perdonarte** y que esos diálogos con heridas abiertas no te persigan hasta llegar al punto de no valorarte a ti mismo.

¡Se vale cometer errores! Pero no se vale dejar que estos nos consuman. Somos humanos, y la vida es un constante **prueba-error**.

Anexo 55. *Tipo de ilustraciones empleadas para el libro digital “Anécdotas para acompañarte”*

