



República Bolivariana de Venezuela
Universidad Monteávila
Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información
Escuela de Comunicación Social

**Propuesta de Proyecto en Instagram para la promoción de la salud mental
en estudiantes de la Universidad Monteávila
“Positivamente UMA”**

Proyecto Final de Carrera
como requisito parcial para optar al
Título de “Licenciado en Comunicación Social”

Autores

Blanco Galeano, Isabella. C.I. 28 309 642 / 0412 912 11 02
Fajardo Uzcategui, Dana. C. I. 27. 066. 661 / 0414 314 62 26
Pérez, Valentina C. I. 26. 361. 892 / 0424 158 88 61

Profesora Coordinadora

Lic. Cova, Victoria

Caracas, 18 de marzo de 2022

Índice

Índice de Figuras	5
Resumen	10
Agradecimientos	11
Capítulo I. Presentación del proyecto	
1.1. Introducción	12
1.2. Planteamiento del Problema	13
1.3. Justificación	17
1.4. Motivación	21
Capítulo II. Marco Referencial	
2.1. “Amar y Ya”	24
2.2. “Social Media Campaigns for social good: Best Practices for Mental Health Non Profit Organizations	24
2.3. Campaña Social de Impacto en Instagram y Tiktok sobre la contaminación de las playas de La Guaira: RECONECMAR	25
2.4. Estrategia Digital para motivar a mujeres a realizar sus proyectos a través de la plataforma Instagram: Madame Vision	25
2.5. Effects of COVID-19 on College Student’s Mental Health in the United States: Interview Study Survey 25	26
2.6. The Psychological Vulnerability of French University Students to the COVID-19 Confinement 26	27
2.7. The Impact of COVID-19 Pandemic on Italian University Students’ Mental Health: Changes across the Waves	28
2.8. Mental health condition of college students compared to non-students during COVID-19 lockdown: the CONFINS study”	28
Capítulo III: Marco Teórico	
3.1. Contenido	30

3.1.1. Pandemia	30
3.1.2. COVID-19	30
3.1.3. Salud mental	31
3.1.4. Miedo	32
3.1.5. Ansiedad	33
3.1.6. Angustia	34
3.1.7. Estrés	34
3.1.8. Depresión	35
3.1.9. Mindfulness	37
3.2. Trasmisión del mensaje	37
3.2.1. Internet	37
3.2.2. Redes sociales	38
3.3.3. Instagram	38

Capítulo IV. Marco Metodológico

4.1. Objetivos	40
4.1.1. Objetivos Generales	40
4.1.2. Objetivos Específicos	40
4.2. Modalidad del proyecto	40
4.3. Instrumentos de Recolección de Datos	40
4.3.1. Encuestas	40
4.3.1.1. Resultados	41
4.3.2. Entrevistas	68
4.3.2.1. Análisis	69
4.3.3. Variables	72
4.3.3.1. Encuestas	72
4.3.3.2. Entrevistas	74

Capítulo V. Diseño de Proyecto

5.1. Propuesta	77
5.1.1. Propuesta Única de Valor	78
5.2. Estrategia	80
5.2.1. Análisis FODA	80
5.2.2. Análisis de Segmentación de Mercado	85

5.2.3. Análisis de Competencia	86
5.2.4. Tonalidad y Personalidad	92
5.2.5. Audiencia	93
5.2.6. Misión, Visión y Valores	96
5.2.7.1. Misión	96
5.2.7.2. Visión	97
5.2.7.3. Valores	97
5.2.8. Plataforma Instagram (Canal de Transmisión)	97
5.3. Diseño y creación de contenido	99
5.3.1. Pilares de Contenido	99
5.3.2. Paleta de Colores	105
5.3.3. Tipografía	107
5.3.4. Diseño	109
5.3.5. Logo	113
5.3.6. Grilla de contenido	116
5.3.7. Recursos y herramientas	117
Capítulo VI. Conclusiones y recomendaciones	
6.1. Conclusiones	118
6.2. Recomendaciones	120
Referencias	122
Anexos	133

Índice de Figuras

Figura 1: género de los encuestados Fuente: Google Forms, encuesta propia.	42
Figura 2. Edad de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	42
Figura 3: carrera de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	43
Figura 4: semestre de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia	44
Figura 5: red social más utilizada por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	44
Figura 6: importancia del cuidado de la salud mental de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	45
Figura 7: consumo de contenido sobre salud mental de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	45
Figura 8: cuentas seguidas por encuestados sobre salud mental. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	46
Figura 9: cuentas seguidas por encuestados sobre salud mental. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	46
Figura 10: cuentas seguidas por encuestados sobre salud mental. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	47
Figura 11: cuentas seguidas por encuestados sobre salud mental. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	47
Figura 12: cuentas seguidas por encuestados sobre salud mental. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	48
Figura 13: preferencias de contenido de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	49
Figura 14: efectos de la pandemia en la salud mental de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	50
Figura 15: descripción del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	50
Figura 16: especificación del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	51

Figura 17: especificación del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	52
Figura 18: especificación del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	52
Figura 19: especificación del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	53
Figura 20: especificación del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	53
Figura 21: especificación del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	54
Figura 22: especificación del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	54
Figura 23: especificación del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	55
Figura 24: especificación del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	55
Figura 25: especificación del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	56
Figura 26: efectos de la pandemia en el rendimiento académico de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	57
Figura 27: descripción de los efectos de la pandemia sobre rendimiento académico de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	57
Figura 28: especificación de los efectos de la pandemia sobre el rendimiento académico de los encuestados. Fuentes: Google Forms, encuesta propia.	58
Figura 29: especificación de los efectos de la pandemia sobre el rendimiento académico de los encuestados. Fuentes: Google Forms, encuesta propia.	59
Figura 30: especificación de los efectos de la pandemia sobre el rendimiento académico de los encuestados. Fuentes: Google Forms, encuesta propia.	59
Figura 31: especificación de los efectos de la pandemia sobre el rendimiento académico de los encuestados.	60

Fuentes: Google Forms, encuesta propia.	
Figura 32: especificación de los efectos de la pandemia sobre el rendimiento académico de los encuestados.	60
Fuentes: Google Forms, encuesta propia.	
Figura 33: especificación de los efectos de la pandemia sobre el rendimiento académico de los encuestados.	61
Fuentes: Google Forms, encuesta propia.	
Figura 34: especificación de los efectos de la pandemia sobre el rendimiento académico de los encuestados.	61
Fuentes: Google Forms, encuesta propia.	
Figura 35: encuestados que padecen de trastornos o afecciones mentales. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	62
Figura 36: tipo de trastorno o afección padecida por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	63
Figura 37: ayuda psicológica recibida por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	64
Figura 38: animal asociado con una buena salud mental por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	64
Figura 39: animal asociado con una buena salud mental por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	65
Figura 40: animal asociado con una buena salud mental por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	65
Figura 41: animal asociado con una buena salud mental por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	66
Figura 42: animal asociado con una buena salud mental por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	66
Figura 43: animal asociado con una buena salud mental por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	67
Figura 44: animal asociado con una buena salud mental por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	67
Figura 45: animal asociado con una buena salud mental por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.	68
Figura 46: Análisis de competencia, Psicomfort. Fuente: Kicksta (s.f.)	87
Figura 47: Análisis de competencia, Psiqueactivac. Fuente: Kicksta (s.f.)	88

Figura 48: Análisis de competencia, Psiccontento. Fuente: Kicksta (s.f.)	88
Figura 49: Análisis de competencia, My Healthy Mind Project. Fuente: Kicksta (s.f.)	89
Figura 50: Análisis de competencia, The Fabulous App. Fuente: Kicksta (s.f.)	90
Figura 51: Análisis de competencia, Eureka. Fuente: Kicksta (s.f.)	91
Figura 52: Análisis de competencia, Buena Vibra Camp. Fuente: Kicksta (s.f.)	91
Figura 53: perfil @positivamente.uma . Fuente: Instagram	99
Figura 54: post de video de la psicóloga Esther Patricia Vega. Fuente: Instagram	101
Figura 55: post de @positivamente.uma. Fuente: Instagram.	101
Figura 56: post de frase en @positivamente.uma. Fuente: Instagram	102
Figura 57: historia de la carpeta “Distráete” en @positivamente.uma. Fuente: Instagram	103
Figura 58: historias de la carpeta “Ayuda” en @positivamente.uma. Fuente: Instagram	104
Figura 59: historias de la carpeta “Ayuda” en @positivamente.uma. Fuente: Instagram	104
Figura 60: historia de la carpeta “Consejos” en @psositivamente.uma. Fuente: Instagram	105
Figura 61: paleta de colores de Positivamente Uma. Fuente: Adobe Illustrator, diseño propio	107
Figura 62: muestra de la tipografía “Chicken Pie”. Fuente: Dafont (2020)	107
Figura 63: logo de Positivamente UMA. Fuente: Adobe Illustrator, diseño propio.	108
Figura 64: muestra de la tipografía “AsDonuts”. Fuente: Dafont (2021)	108
Figura 65: post de @positivamente.uma . Fuente: Adobe Illustrator, diseño propio.	108
Figura 66: muestra de la tipografía “Creato Display”. Fuente: Dafont (2021)	109
Figura 67: post de @positivamente.uma. Fuente: Adobe Illustrator, diseño propio.	109
Figura 68: ejemplo de esquemas de feed. Fuente: Jay, C. (2021).	110
Figura 69: diseño del feed para @positivamente.uma. Fuente: Canva, diseño propio.	111
Figura 70: feed de @positivamente.uma. Fuente: Instagram	111

Figura 71: feed de @selfcarespotlight. Fuente: Instagram (2022).	112
Figura 72: feed de @studentmindsorg. Fuente: Instagram (2022).	113
Figura 73: logo de Positivamente UMA. Fuente: Adobe Illustrator, diseño propio.	116

Resumen

Este proyecto tuvo sus fundamentos en la creación y diseño de una cuenta en la red social Instagram denominada *Positivamente UMA*, con la finalidad de promover consejos, herramientas y acompañamiento a los estudiantes de la Universidad Monteávila que deseen y requieran buscar contenido relacionado a una buena salud mental, en un contexto venezolano arropado por la pandemia de COVID-19 y las adversidades sociales, económicas y políticas que acarrea el país.

Para determinar la viabilidad e interés por parte de la población en cuestión, se realizó una encuesta hacia los estudiantes en la cual 88.3% de los encuestados afirmaron que la pandemia de COVID-19 ha tenido efectos sobre su salud mental, a lo cual el 64% definió como efectos negativos. Así mismo, se determinó que la totalidad de los encuestados considera que el cuidado de la salud mental es de suma importancia, agregando que un 71.3% de la población estudiada consume contenido en sus redes sociales relacionado al tema.

A consecuencia de estos resultados, se realizaron una serie de entrevistas a profesionales en el área de psicología los cuales aportaron consejos para el bienestar mental, como de prevención, para el contenido de la cuenta. Esto fue complementado con investigaciones a entes como la Organización Mundial de la Salud, que ha promovido herramientas para la salud mental desde el comienzo de la pandemia.

Debido a la edad de nuestra población, así como del dinamismo característico de la plataforma Instagram, se buscó crear una cuenta con carácter educativo y cercano, tanto visual como escrito, que generará familiaridad y comodidad entre los estudiantes. Con la impartición del contenido a través de videos, frases motivacionales y dinámicas, *Positivamente UMA* tiene la potencialidad de ser una herramienta útil para los estudiantes de la Universidad Monteávila.

Agradecimientos

Antes de comenzar con la presentación de nuestro proyecto, nos gustaría agradecer a un grupo de personas que de no haber estado, este proyecto no hubiese llegado a ser.

De primera mano, a nuestras familias y amigos por representar un apoyo inmensurable durante el viaje que fue la materialización de *Positivamente UMA*.

A nuestra tutora, la Licenciada Victoria Cova, por embarcarse en este camino con nosotras a pesar de no haber estado cuando apenas era una idea, por creer en nosotras, por guiarnos y ser parte del proceso que le dió vida a este proyecto.

A los profesores Isabel Lessmann y Wilmar Tarazona por brindarnos sus conocimientos, perspectivas y recomendaciones para afinar la idea de *Positivamente UMA* y su disposición a apoyar en cualquier aspecto en el que nosotras pudimos haber tenido una duda.

A los psicólogos que tuvieron la disposición de brindar sus conocimientos y recomendaciones de manera altruista a un proyecto que busca apoyar a la comunidad estudiantil de la Universidad Monteávila en el cuidado de su salud mental.

Finalmente, a nuestra casa de estudios, la Universidad Monteávila, a su plantel educativo y administrativo, por los conocimientos y las técnicas impartidas para la realización de este proyecto y por brindarnos el espacio que nos formó como las personas y profesionales que somos hoy.

Capítulo I

Presentación del Proyecto

1.1. Introducción

El bienestar mental es la raíz que sostiene a cualquier individuo ante las tormentas, frase que refleja el objetivo principal de la creación del proyecto Positivamente UMA, por las difíciles circunstancias que estamos viviendo debido a la pandemia. Por lo tanto, es oportuno y necesario la creación de un proyecto que concientice la salud mental entre los estudiantes universitarios que se vieron afectados de múltiples maneras de forma mental a consecuencia de la pandemia de COVID-19.

Por lo tanto, es notable cómo las circunstancias actuales pueden acarrear muchas consecuencias cuando hablamos del bienestar mental, como este puede verse afectado o empeorado ya sea debido a la angustia, miedo, estrés o la incertidumbre, además de como este puede empeorar transformándose en trastornos más graves como la depresión y la ansiedad.

Positivamente UMA es un proyecto en el área de comunicación digital, que tiene como objetivo la promoción y la concientización del cuidado de la salud mental, enfocado hacia los estudiantes de la universidad Monteávila en circunstancias complicadas como lo ha sido la pandemia y como esta puede empeorar debido a los problemas del país. A través de la red social Instagram, se busca dar recomendaciones, herramientas y consejos de profesionales de la salud, como psicoterapeutas y psicólogos clínicos.

Se escogió a esta red social debido a varias razones: por su alto impacto entre los jóvenes con edades comprendidas entre diecisiete (17) hasta veinticinco (25) años, por su dinamismo y por la enorme virtud que tiene a la hora de transmitir diferentes tipos de información de distintas maneras y como esta juega un papel esencial dentro de las redes sociales.

Por lo tanto, se realizó una profunda investigación sobre las consecuencias que nos ha dejado la pandemia dentro del ámbito de la salud mental y como esta

puede afectar a los estudiantes en muchos aspectos. A partir de ello, se realizó una encuesta para analizar el entorno universitario de la Universidad Monteávila.

Dados los resultados obtenidos y las necesidades expresadas por los estudiantes en la encuesta, se entrevistó a una variedad de psicólogos enfocados en distintas áreas, con el objetivo de obtener información verídica y útil que sirva para dar las mejores herramientas y técnicas a los estudiantes universitarios a través de posts de la red social instagram.

1.2. Planteamiento del Problema

Para el 8 de marzo de 2022, la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha contabilizado a 446.511.318 en casos acumulados a nivel mundial del virus Sars - Cov - 2, con 10.551.492 nuevos casos diarios y 6.004.421 decesos. En este mismo contexto, y según los datos dados por autoridades del régimen, Venezuela ha contabilizado hasta la fecha 516.817 casos y 4.806 fallecidos.

En un estudio conducido por esta misma organización se estimó que más del 80 % de los países con altos ingresos destinan parte de sus fondos a la habilitación de mecanismos de telemedicina y teleterapia para cubrir las necesidades de esta área, pero menos del 50 % de los países con pocos ingresos han logrado hacerlo. No obstante, con la presentación del Atlas de Salud Mental, documento “que realiza esta misma organización el cual recopila las políticas adoptadas por 171 países en materia de salud mental” denota que los esfuerzos realizados “no se ha traducido en una ampliación de los servicios de atención de salud mental de calidad que se ajuste a las necesidades” (2021).

Girando a unos acontecimientos relevantes a la localidad venezolana, la Organización de las Naciones Unidas renovó el “Plan de Respuesta Humanitaria 2021” para el país suramericano con el fin de “dar continuidad y ampliar el impacto de la respuesta humanitaria en Venezuela” debido a las condiciones extremas que arrojan a la nación desde hace casi una década (2021).

De acuerdo al informe del Observatorio Venezolano de Violencia del año 2021, cerca de un 60,8 % de los hogares venezolanos padece de inseguridad alimentaria, además de padecer de un tipo de inseguridad “que va más allá del delito y se expresa en un sentimiento de desamparo y miedo por el presente y el futuro”. En este estudio, 57,5 % de los encuestados aseguraron no haber tenido acceso a medicamentos y el 76,4 % no haber tenido capital suficiente para atender sus necesidades personales y familiares. Añadido a esto, la fundación estimó que 1.164 personas se arrebataron la vida durante el año pasado debido a que, además de los efectos que posee la pandemia, persiste la emergencia humanitaria compleja “y todas las tensiones conexas y derivadas de esa combinación” (2021). :

Esta estipulación es corroborada por el psiquiatra Carlos Tineo para El Diario (León, 2020), alegando que los trastornos mentales surgen debido al sometimiento de una persona a distintos “agentes estresores” que conlleva el vivir bajo una amenaza constantemente. El profesional afirmó que la situación venezolana es una donde “el estrés es constante y progresivo” y si a eso se le añade el miedo causado por el COVID-19 y el confinamiento “tenemos un escenario perfecto para hacer una crisis mental” (2020). De igual manera, el presidente de la Federación de Psicólogos de Venezuela explicó que en una entrevista para El Nacional que, como alrededor del mundo, en el país "se han incrementado los niveles de ansiedad, angustia, tristeza, depresión" (Lafontant, 2021).

Si bien existen mecanismos de atención psicológica de manera remota, como las ofrecidas por la Federación de Psicólogos de Venezuela, el Servicio de Atención Psicológica de Cecodap, de la Sociedad Venezolana de Psiquiatría y de la Facultad de Medicina de la Universidad Central de Venezuela, la comunidad estudiantil posee un apoyo casi nulo a pesar de que debe lidiar con las responsabilidades académicas, en muchos casos laborales, familiares y personales, añadiendo, además, las presiones mencionadas anteriormente. Instituciones como la Universidad Católica Andrés Bello y la Universidad Metropolitana poseen ayudas como el Centro de Asesoramiento y Desarrollo Humano (CADH) y la Dirección de Asesoramiento y Desarrollo Estudiantil (DADE) para el asesoramiento psicológico de sus estudiantes e instituciones públicas como la Universidad Central de Venezuela posee la Unidad de Asesoramiento Psicológico y Académico (UAPA)

específicamente creada para atender las necesidades de la comunidad estudiantil. Sin embargo, es pertinente cuestionar la operatividad de esta debido a las dificultades que ha tenido el ente educativo para la manutención de sus actividades.

Un estudio conducido por la Universidad de Nimes (Francia), en el cual estuvieron la Universidad de Lorraine, Strasbourg y la Universidad Católica del Oeste, arrojó que 42.48 % y 33.38 % de 2.153 estudiantes encuestados sufren de síntomas depresivos y de ansiedad debido a las condiciones de confinamiento y de pandemia desencadenadas el año pasado (Le Vigouroux, Goncalves, Charbonnier, 2021). La Universidad Católica del Sacro Cuore realizó un estudio similar con una población de 501 estudiantes el cual arrojó resultados más dramáticos ya que 35.33 % y 72.93 % padecen de ansiedad y depresión respectivamente, concluyendo que los estudiantes podrían estar a riesgo de un quiebre psicológico en caso de presentarse un evento traumático, añadido a las circunstancias actuales, y que la pandemia “puede tener efectos a largo plazo en la salud mental” (Villani, Pastorino, Molinari, Anelli, Ricciardi, Graffigna, Boccia, 2021).

Un estudio realizado por profesionales de las universidades de Michigan, Florida y Johannes Gutenberg determinó, además, que los estudiantes universitarios estadounidenses usan las redes sociales como manera de lidiar con su realidad, la cual, durante el estudio, estuvo marcada por el confinamiento ocasionado por la pandemia del COVID-19 y determinaron que el uso de los medios “puede ser una herramienta productiva para un afrontamiento estratégico” (Eden, Johnson, Reinecke, Grady, 2020). Esto lo podemos vincular con las palabras de Marshall McLuhan (1996) acerca de la concepción de los medios como una extensión del cuerpo humano debido a la incorporación de los instrumentos, tecnologías y herramientas del entorno a la dinámica del ser humano, teoría a la cual le podemos añadir las consideraciones de Neil Postman (1968), el cual indica que “nuestra interacción con los medios facilita o impide nuestras posibilidades de supervivencia”.

Para el 26 de enero de 2022, Data Reportal, en colaboración con We Are Social y HootSuite, estimó que 4.62 mil millones de personas son usuarios activos de las redes sociales, un 10 % más comparado con las estimaciones del pasado

año. La duración de las personas en las redes sociales es de 2 horas con 27 minutos y, entre el top 5 de aplicaciones más utilizadas por los usuarios, se encuentran Whatsapp, Instagram, Facebook, WeChat y Douyin.

La aplicación inicialmente dada para compartir fotografías es una de las más usadas actualmente a nivel global, estimando que 1,393 mil millones de personas, entre ellas jóvenes y jóvenes adultos, actualmente se conectan a diario en esta red social (Campbell, 2022).

Por su parte, en Venezuela, para enero de 2022 contaba con 15.45 millones de usuarios activos en redes sociales, un 53.3 % de la población total, y 20.87 millones de personas con acceso al internet, según Simon Kemp (2022) para un estudio de Data Reportal. Entre las redes sociales más usadas por los venezolanos, se encuentran Facebook con 12.20 millones de usuarios, Instagram con 6.35 millones de usuarios y Facebook Messenger con 3.60 millones de usuarios activos.

Hoy en día existen iniciativas como la de la caridad británica Student Minds, quienes con un blog imparten consejos y experiencias sobre distintas afecciones relacionadas a la salud mental acompañada de una actividad creciente en redes sociales como Instagram, Twitter y Facebook, así como la iniciativa estadounidense Ignitedu, la cual imparte cursos sobre el manejo propio de la salud mental a estudiantes universitarios y bachilleres, acompañando la labor con podcasts, cursos, videos y talleres, así como presencia en plataformas como Youtube, Google Podcasts, Instagram, Twitter y Facebook.

De acuerdo a las condiciones dadas a nivel local, regional y global, y de acuerdo a la creencia en el reconocimiento de la dignidad de la persona humana, en el desarrollo de cada uno hacia la plenitud de sus potencialidades en la convivencia afectuosa que deriva del conocerse y servirse mutuamente, la atención a la realidad y la búsqueda y práctica del bien, todos valores que dan vida a la gran casa de estudios que es la Universidad Monteávila, consideramos pertinente la creación de una plataforma digital para acompañar a los umaístas en su desarrollo como personas y profesionales, en seres de bien, excelencia y deber, que obren tanto para la mantención de su propia templanza, como para la contribución a su

entorno. Consideramos pertinente la creación una plataforma que sirva como un sitio seguro, uno de encuentro, de entendimiento de sí y de otros ante las reacciones que se generan debido a las condiciones extraordinarias y cambiantes que vive el venezolano día a día para así ayudarse y generar vínculos de crecimiento y sabiduría. Esta plataforma serviría como un canal para aportar consejos, auxilio y un espacio seguro para los futuros profesionales que egresen de la UMA, mientras la propia universidad desarrolla un proyecto institucional para atender las necesidades psicológicas de sus estudiantes.

Para la creación del proyecto, nos hemos planteado los siguientes interrogantes:

1. ¿Cuáles son las preferencias del público sobre el contenido derivado del cuidado de la salud mental?
2. ¿Cuáles son las diferentes formas de cuidado de la salud mental?
3. ¿Cuáles son las necesidades de apoyo psicológico de los estudiantes de la UMA?
4. ¿Cómo desarrollar un proyecto de comunicación digital a través de la red social Instagram que promueva el cuidado de la salud mental (cuidado en sí) a los estudiantes de la Universidad Monteávila con la finalidad de crear las condiciones de posibilidad de adecuarse a las circunstancias cambiantes que vive el país?

Las preguntas antes planteadas llevarán a concretar nuestros objetivos en los próximos capítulos.

1.3. Justificación

Se consideró pertinente la creación de un proyecto que fomente la salud mental en un grupo humano específico ya que tras el confinamiento por la pandemia del COVID-19, las repercusiones a nivel psicológico en la población han alertado a numerosas naciones a advocar por el bienestar de su gente, la cual ha sido sometida a circunstancias como la exacerbación de la inseguridad laboral, aislamiento social, miedo por un ente no visible y la incertidumbre de no saber

cuándo acabará este fenómeno. Como consecuencias, de acuerdo con un estudio de publicado por la Revista Internacional de Investigación Ambiental y Salud Pública (2021), la población ha desarrollado “desórdenes emocionales, depresión, ansiedad, estrés, irritabilidad, insomnio, estrés post traumático, ira y cansancio emocional”, e incluso la aparición de lo que se define como comportamientos de riesgo y abuso de consumo de sustancias de diferente naturaleza. Dentro de los grupos más jóvenes se evidencian sentimientos de soledad, lo cual desemboca en síntomas de ansiedad y depresión con consecuencias imponderables.

En Venezuela, antes de la declaración de la pandemia, el ciudadano común convivía con síntomas de estrés, ansiedad, depresión e incluso pensamientos suicidas debido al declive económico que sufre la nación desde hace unos años atrás, en gran parte debido a circunstancias políticas. Así lo afirmó la psicóloga clínica Mercedes Pulido en una entrevista para el Diario 2001, alegando que el bajo poder adquisitivo y la inseguridad que motiva a la mayoría de los venezolanos a imponerse a un toque de queda desde tempranas horas de la noche han llevado a distintas personas a acabar con sus vidas. Con una nueva variante en el panorama como lo es el COVID-19, la cual agrega más complejidad en lo atinente a la salud mental, la psique del venezolano está sometida a elevados niveles de estrés, lo que lo ha llevado a focalizar la importancia de la salud mental y evidenciar la existencia de un problema en la salud pública (2016).

Lo que era percibido como un tema tabú dentro de la sociedad venezolana, debido al comienzo de las restricciones de movilidad, confinamiento, incertidumbre exacerbada y el temor, ha comenzado a convertirse en un tópico de discusión entre paisanos, familiares, amigos y colegas del país. La salud mental ha tomado el protagonismo en la esfera comunicacional no solo a voces, sino a nivel global a través de las redes sociales y, considerándolo como una oportunidad no solamente para concientizar sino para arraigar la costumbre del cuidado de sí y el crecimiento personal del individuo, en una sociedad donde sus integrantes tienen que dedicar un mayor esfuerzo para perseverar en la propia existencia, el equipo consideró de gran aporte profundizar en un tema arraigado en el ser humano como es su deseo de perseverar en su propia existencia, creando mejores condiciones tanto internas como externas, aunado a la creencia de que él por su naturaleza posee bondad y

está inclinado a realizar, para poder materializar aportes en conjunto a su desarrollo y elevamiento de su espíritu.

En una entrevista para El Nacional, la presidenta de la Sociedad Venezolana de Psiquiatría, Petra Aponte, afirmó que los profesionales de la salud, las poblaciones infantiles, de tercera edad y juveniles han sido mayormente afectadas mentalmente por la pandemia del COVID-19, y hace énfasis en la población juvenil, la cual presentó un incremento en los trastornos de ansiedad y estrés post traumático (Lafontant, 2021).

En un estudio conducido por miembros de las Texas A&M University y el Houston Methodist Hospital para determinar los efectos de la pandemia del COVID-19 en estudiantes universitarios de Estados Unidos, concluyeron que el 71 % de los encuestados indicaron estrés y ansiedad, además de haber identificado factores de estrés que contribuyen al aumento de los niveles de estrés, ansiedad y pensamientos depresivos ya existentes entre los estudiantes. El 89 % admitió dificultad para concentrarse, 86 % interrupciones en los patrones de sueño y disminución en las interacciones sociales por el distanciamiento social. Finalmente, 82 % presentaron un aumento en la preocupación por su rendimiento académico. Para sobrellevar la situación, los estudiantes buscaron apoyo en su círculo social de confianza y adoptaron hábitos que pudiesen ser tanto positivos como negativos para ellos (Veatch, 2021).

De igual forma, la revista médica BMJ Open publicó un estudio similar en donde afirmaban que la población estudiantil, en comparación de los que no poseen una vida académica activa, “poseyeron grandes riesgos de perturbaciones en su salud mental durante el confinamiento” y consideran pertinente un monitoreo en el estatus de la salud mental de los estudiantes durante próximos periodos de confinamiento (Arsandaux, Montagni, Macalli, Texier, Pouriel, Germain, Mebark, Kiouani, Tournier, Schuck, Tzourio, 2021)

Si bien no existe un estudio específico que evidencie la situación de la población estudiantil venezolana durante los periodos del confinamiento iniciado en el país americano en marzo del año 2020, asumiendo a la población estudiantil

como parte de la ciudadanía venezolana que, como todos los que habitamos en el país, ha sido sometida a niveles elevados de estrés por la crisis socioeconómica y la pandemia, además de reconocer la carga emocional, física y mental que conlleva la realización de estudios universitarios a nivel de licenciatura, maestría, doctorado o desenvolverse como técnico superior en algún área de interés durante este periodo, es pertinente establecer, por una parte, que la población estudiantil universitaria ha sido una de las poblaciones más afectadas a nivel psicológico durante los dos últimos años de pandemia y, por la otra, que hay necesidad de determinar la naturaleza de la afectación para proponer medidas que puedan mitigar dicha situación.

Distintas universidades de la gran Caracas poseen servicios de asesoramiento psicológico para sus estudiantes y plantel, como se pueden encontrar en la Universidad Metropolitana, la Universidad Católica Andrés Bello y la Universidad Central de Venezuela, además de la existencia de este tipo de servicio en la Federación de Psicólogos de Venezuela, la Sociedad Psiquiátrica de Venezuela y organizaciones no gubernamentales como la Asociación Civil de Planificación Familiar (Plafam) y Centros Comunitarios de Aprendizaje (Cecodap). Sin embargo, la Universidad Monteávila, una de las universidades privadas en Venezuela caracterizada por su propósito orientado a la excelencia, no ha desarrollado un proyecto de esta índole que abarque las necesidades de bienestar de su población estudiantil en estas situaciones de estrés.

Con la oportunidad de innovar mediante la realización de un proyecto sin precedentes dentro de la institución, y para nuestro conocimiento a nivel nacional, se consideró pertinente la conformación de un proyecto que, si bien no está diseñado para ofrecer una ayuda terapéutica a nivel profesional, sea capaz de brindar un apoyo emocional a los estudiantes que así lo requieran; provenientes de todos los niveles socioeconómicos, convivan o no con un trastorno mental, para llenar así un espacio dentro de la comunidad unaísta con vista a una posible expansión del proyecto, como uno que apoye a la comunidad estudiantil universitaria de Venezuela.

Por otra parte, con el reciente auge de las redes sociales durante la

pandemia del COVID-19, para julio de 2021, redes sociales como Facebook, Youtube, Whatsapp e Instagram se posicionaron como las redes con más uso a nivel global, según el estudio de la compañía Statista (2022). La última red social mencionada tuvo un momentum con la declaración del confinamiento a nivel mundial y, a pesar de haber disminuido en número de usuarios activos, la compañía analista Emarketer asegura que para el 2021 la compañía ha tenido un crecimiento de 3,7 %, con una diferencia de tres puntos en comparación de Tik Tok o Reddit, que han sufrido caídas que sobrepasan los 50 puntos.

Considerando la estabilidad en el mercado de la red social, asimismo la diversidad de formatos que maneja, el alcance y el interés sobre el grupo etéreo que usa esta red (18 a 34 años según los estudios de Statista), similar a las edades comprendidas de los estudiantes de la Universidad Monteávila, además de comulgar con las ideas del estudioso Marshall McLuhan (1994) de entender a los medios y las plataformas como extensiones del hombre, se consideró pertinente la realización del proyecto a través de esta red social que, con su aporte visual, refuerza su conveniencia sobre una generación marcada por lo visual, preciso e inmediato.

1.4. Motivación

Nuestro motivo principal al querer realizar un proyecto de esta índole es apoyar a los estudiantes, en este caso a los de la Universidad Monteávila, en el cuidado de su salud mental durante los eventos que han marcado al mundo, y a Venezuela, desde el 2020 hasta la actualidad. Tras los confinamientos, la incertidumbre, las presiones económicas, sociales, políticas y personales, los estudiantes universitarios en el contexto venezolano, y en nuestra percepción, necesitan espacios donde puedan intercambiar realidades, sentimientos y palabras de aliento después de un periodo en el cual su psique fue sometida a una gran carga emocional, física y mental.

En el caso de unaísta, estos no han contado con el apoyo de un departamento que se dedique a velar por su bienestar mental y emocional, a diferencia de estudiantes universitarios de otras casas de conocimiento, los cuales

han sido acompañados y orientados dentro del contexto venezolano en pandemia. Por ello, con este proyecto, aspiramos a aliviar las cargas de los estudiantes con la impartición de métodos y estrategias para el cuidado y manutención de su bienestar mental. Y, de manera colateral, brindar estas estrategias a la comunidad estudiantil universitaria venezolana y visibilizar la vitalidad del cuidado de la mente, en una nación en donde hablar de este tópico sigue siendo tabú a pesar de las circunstancias.

Por otro lado, tomamos como inspiración el reciente auge de usuarios en las redes sociales, específicamente en Instagram, que buscan de orientar a sus comunidades en y hacia el cuidado de sí, a través de diferentes métodos como mindfulness, meditaciones, actividades físicas como las artes marciales y el yoga. También nos motiva la falta de cuentas en esta red social que se dediquen al cuidado de la salud mental en los estudiantes, teniendo solamente como referencia a Student Minds (@studentmindsorg) y Student Mental Health /SEL (@ignitedu), las cuales orientan a los estudiantes a través de sus ventanas virtuales y ofrecen servicios de asesoría psicológica respectivamente.

Finalmente, nos gustaría agregar las enseñanzas impartidas en asignaciones como Fundamentos de Antropología y Ética y Comunicación, con especial énfasis en la última, las cuales nos motivaron a realizar este proyecto por la necesidad de expresar la naturaleza del ser humano: el bien.

José Ramón Ayllón (2005) definió el término como “lo que conviene a una cosa, lo que la perfecciona, con independencia del placer o dolor que pueda ocasionar”, y resaltó que, gracias a lo que consideramos como la individualidad del ser humano “no todo lo que perfecciona a uno perfecciona a otros”. Si bien él hace una analogía de la alimentación entre las vacas y los humanos como ejemplo, el grupo lo orienta a las necesidades que posee un individuo, de manera personalizada, para acercarse al bien. Por ende, reconociendo la necesidad de hacer el bien, y nuestro deber como comunicadores al educar a la población y a llevarlos a hacer el bien en sí mismos y en la sociedad, con la materialización de este proyecto, buscamos otorgar herramientas, cobijo y apoyo a las personas para que tengan la capacidad de cumplir con estos objetivos (p. 7)

“La dignidad de la persona queda realizada en el deber de colaborar con los demás” (p.77).

Capítulo II

Marco Referencial

Los antecedentes presentados a continuación respaldan el planteamiento desarrollado en este proyecto, para ello tomamos como objeto de estudio las siguientes tesis:

2.1. “Amar y Ya”

“Amar y Ya” Proyecto Digital en Instagram para promover valores. Realizada por la autora Pérez R. Luciana (2021) para la Universidad Monteávila. Sobre ello, la autora “destaca su interés por recuperar y mantener en los jóvenes los valores necesarios para la construcción de un nuevo mundo, este estudio se llevó a cabo mediante un perfil en la red social Instagram, la cual invitó a la reflexión y motivación respecto a la causa”.

El estudio mostró resultados favorables y evidenció la influencia de la red social mencionada anteriormente, para el desarrollo de los valores éticos y cristianos de la comunidad juvenil.

Se tomaron en cuenta los resultados obtenidos, además de la manera en la cual se estableció la relación entre la cuenta y su público objetivo para reforzar lo planteado en este trabajo.

2.2. “Social Media and campaigns for social good: Best Practices for Mental Health Nonprofits Organizations”

“Social Media and campaigns for social good: Best Practices for Mental Health Nonprofits Organizations”. Realizada por Hansen J. Natalie (2014) para la Universidad del Estado de Colorado, Estados Unidos. Esta tesis tomó como punto de estudio, la influencia de las estrategias llevadas a cabo por organizaciones con la meta de llevar su mensaje a su público consumidor mediante las redes sociales, siendo su punto principal, Instagram.

El estudio realizado mostró en sus resultados, el mejoramiento de la relación entre la organización y su público principal mediante la enseñanza y concientización con respecto a la salud mental en el estado de Colorado, en Estados Unidos.

En este proyecto, se tomaron los datos obtenidos para aprovechar su información respecto a la importancia de la salud mental y como la misma puede ser transmitida a través de las redes sociales, en este caso, Instagram.

2.3. “Campaña Social de Impacto en Instagram y Tiktok sobre la contaminación de las playas de La Guaira: RECONECMAR”

“Campaña Social de Impacto en Instagram y Tiktok sobre la contaminación de las playas de La Guaira: RECONECMAR”. Realizada por Angarita G. María, Gonzáles G. Patricia y Maza B. Andrea (2021) para la Universidad Monteavila. Esta tesis se encargó de elaborar una estrategia de impacto en las redes sociales, como Instagram y Tiktok para expresar el descontento de parte de la población de La Guaira debido a él gran índice de contaminación de sus costas; transmitiendo así el mensaje por medio de plataformas digitales en búsqueda de concientizar y hacer un cambio en esta situación.

Este proyecto digital, gracias al manejo constante de las redes sociales mencionadas expandió su público y duplicó su alcance, consolidando así su meta de transmitir el mensaje con respecto al cuidado y preservación de las costas guaireñas, resultando a su vez, en una relación positiva entre los administradores de la cuenta y su target principal.

Gracias a este trabajo, se pudo hacer mención al impacto que puede tener una estrategia realizada de forma correcta sobre un público determinado.

2.4. “Estrategia Digital para motivar a mujeres a realizar sus proyectos a través de la plataforma Instagram: Madame Vision”

“Estrategia Digital para motivar a mujeres a realizar sus proyectos a través de la plataforma Instagram: Madame Vision”. Realizada por Alcalá. Yeisglimar, Briceño.

Génesis, Characo. Gabriela y Torres. Keyla (2020) para la Universidad Monteávila. Las autoras mencionadas con anterioridad, tuvieron como objetivo crear una estrategia en la red social, Instagram, para incentivar a una mejor apreciación personal en las mujeres venezolanas y sus diferentes emprendimientos mediante un perfil en este sitio social dedicado exclusivamente a esta finalidad.

Los resultados mostraron la manera en la cual se visualiza a la mujer emprendedora en nuestra sociedad, tomando como referentes a grandes figuras femeninas del país, como Deyna Castellanos y María Teresa Arnal.

Además, se debe acotar que las diversas publicaciones de enseñanza y motivaciones, en diferentes ámbitos generaron en el público, la sensación de seguridad y confianza suficiente para seguir adelante y, quizás, en un futuro cercano, convertirse en nuevas emprendedoras.

Este trabajo fue empleado con la finalidad de conocer las diferentes maneras de transmitir un mensaje a un target deseado a través de publicaciones de diversas índoles.

2.5. “Effects of COVID-19 on College Students' Mental Health in the United States: Interview Survey Study”

Efectos del COVID-19 en la salud mental de los estudiantes universitarios en los Estados Unidos: Estudio de encuesta de entrevista. Realizado por Sasangohar. Farzan, Son. Changwon, Hedge. Sudeep, Smith. Alec y Wang. Xiaomei (2020) para la Universidad A&M del estado de Texas, Estados Unidos. Aproximadamente 20 investigadores de pregrado capacitados en métodos cualitativos y cuantitativos fueron los encargados de estructurar una serie de encuestas para evaluar los efectos adversos que tuvo la pandemia del COVID-19 en los estudiantes de educación superior del sistema universitario de Texas.

Los resultados obtenidos del estudio llegaron a la conclusión, de que es pertinente desarrollar estrategias preventivas para abordar la salud mental del estudiantado vulnerable, que declaró ante las encuestas un aumento exacerbante

de estrés y ansiedad, además de alteraciones en los patrones de sueño y disminución del rendimiento académico.

Dicha investigación se llevó a cabo con el objetivo de analizar por medio de la implementación de encuestas, los efectos estresantes asociados a la pandemia del COVID-19 y tomar medidas al respecto para el bienestar del estudiante universitario.

2.6. “The Psychological Vulnerability of French University Students to the COVID-19 Confinement”

La vulnerabilidad psicológica de los estudiantes universitarios franceses al encierro COVID-19. Realizado por Le, Vigouroux., S, Goncalves., A, Charbonnier. (2021) para la Revista Sage Journals. El propósito de dicho estudio fue evaluar el estado emocional de los estudiantes universitarios franceses durante el encierro por la pandemia del COVID-19 y como los factores situacionales y disposicionales influenciaron y se vieron relacionados con el estado emocional del alumnado mencionado.

Recopilando información, a través de encuestas en línea y la participación de más de 1000 estudiantes, los resultados mostraron altos niveles de síntomas depresivos, además de ansiedad y otras alteraciones, sin embargo, unas estadísticas obtenidas después, manifestaron que todos estos problemas no eran causados esencialmente por la preocupación que tenían estos hacia su salud o a la de su familia, sino que debido al encierro, pensaban que esto podría afectar sus carreras profesionales presentes y futuras, además de que se mostraban reacios a replantearse la situación y llegar a un acuerdo positivo con la mente.

Europa es el continente que ha estado más lejos de dar fin a estas difíciles etapas, por eso, es de suma importancia, que las universidades creen estrategias que ayuden al bienestar emocional del alumnado, aunque la mayor preocupación de este anterior, no sea específicamente su salud o sus estudios, sino los pensamientos intrusivos y la incertidumbre de un hipotético futuro.

2.7. “The Impact of COVID-19 Pandemic on Italian University Students’ Mental Health: Changes across the Waves”

Impacto de la pandemia de COVID-19 en el bienestar psicológico de los estudiantes de una universidad italiana: una encuesta transversal basada en la web. Realizado por Villani, L., Pastorino, R., Molinari, E., Anelli, F., Ricciardi, W., Graffigna, G., Boccia, S. (2021) para la Revista Globalización y Salud. Italia fue el primer país europeo que decretó cuarentena total al comenzar a propagarse el virus del COVID-19, además de ser uno de los más golpeados por el acontecimiento. Esto condujo a que un grupo de investigadores, (los mencionados anteriormente) hicieran una serie de encuestas transversales para evaluar el impacto en los aspectos situacionales y psicológicos que tuvo el mismo en un grupo de estudiantes universitarios italianos.

Utilizando distintas escalas observacionales y 501 sujetos de prueba, los resultados arrojaron que la mitad de ellos eran catalogados como ansiosos mientras que la otra parte fueron clasificados como deprimidos. Solo un pequeño porcentaje era consciente de las medidas preventivas a tomar en tal difícil situación y tenían una postura muy óptima al mostrarse comprometidos en contribuir para hacer frente a los problemas causados por la pandemia.

La permanencia de la pandemia es incierta y puede tener efectos adversos, ya sea, en un corto o largo plazo, por lo mismo, es importante identificar desde ahora a los grupos vulnerables a sufrir en algún momento algún tipo de angustia referente a la mente y así poder crear servicios psicológicos efectivos que controlen y ayuden a reducir la carga emocional.

2.8. “Mental health condition of college students compared to non-students during COVID-19 lockdown: the CONFINS study”

Mental health condition of college students compared to non-students during COVID-19 lockdown: the CONFINS study. Realizado por Arsandaux, J., Montagni, I., Macalli, M., Texier, N., Germain, R., Mebarki, A., Kinouani, S., Tournier, M., Schuck S., Tzourio C. (2021) para la revista BMJ Open. Se tomó como objeto de estudio

para esta investigación a la población estudiantil y no estudiantil de Francia, con el fin de determinar cuáles de los dos clasificados era el que había recibido más impacto psicológico en consecuencia de la pandemia.

Mediante un cuestionario sobre la salud mental realizado en línea, con la participación de 2260 voluntarios, siendo un 58 % mujeres, los datos obtenidos concluyeron que efectivamente durante la pandemia la población estudiantil era la que estaba siendo la más afectada, desarrollando los mismos, en comparación de los demás, un mayor rango de síntomas depresivos, trastornos de ansiedad, pensamientos suicidas y estrés latente que les impedía cualquier rendimiento favorable en su cotidianidad.

Es de saberse, que con o sin pandemia, los estudiantes universitarios normalmente están desestabilizados emocionalmente, muchos porque todavía están en la sombra de los problemas de la adolescencia y otros porque buscan incesantemente el perfeccionamiento académico, haciéndolos claramente más vulnerables que el resto, por eso es importante clasificar a los afectados, puesto que no todos tienen los mismos aspectos a atender y trabajar.

Capítulo III

Marco teórico

Posteriormente, se presentarán un conjunto de conceptos y argumentos, elaborados por profesionales con el fin de utilizarlos para desarrollar y sustentar el proyecto final de carrera.

3.1. Contenido

3.1.1. Pandemia

El concepto de pandemia podría aplicarse en el sentido de “cualquier epidemia que logre extenderse ampliamente, como lo afirma el Diccionario de la lengua española, cuando dice “enfermedad epidémica que se extiende a muchos países o que ataca a casi todos los individuos de una localidad o región.” mencionó Roselli (2020) en su revista “Epidemiología de la pandemia”.

Esta rápida extensión debía tratarse con suma cautela y rapidez para evitar que la humanidad cayera en un pánico global que ocasiona mayores derivaciones, por lo tanto, la Organización Mundial de la salud “el 30 de enero de 2020, la declarara una emergencia sanitaria de preocupación internacional, basándose en el impacto que el virus podría tener en países subdesarrollados con menos infraestructuras sanitarias y la reconociera como una pandemia el 11 de marzo”.

Esta expansión del virus COVID-19, ha tenido un gran impacto a nivel mundial por todas las consecuencias que tuvo lugar en la gran extensión de países, por eso menciona Ramonet (2020) “a esta altura, ya nadie ignora que la pandemia no es sólo una crisis sanitaria. Es lo que las ciencias sociales califican de “hecho social total”, en el sentido de que convulsiona al conjunto de las relaciones sociales y conmociona a la totalidad de los actores, de las instituciones y de los valores” (OMS, 2019).

3.1.2. COVID-19

El COVID-19 ha sido el origen de catastróficas consecuencias a nivel mundial, una de sus principales secuelas ha sido la nueva normalidad dentro de la sociedad humana y sus diferentes efectos en el mundo, este virus es definido por la

Organización Mundial de la Salud como “una enfermedad infecciosa causada por un coronavirus descubierto recientemente. La mayoría de las personas infectadas por el virus de la COVID-19 presentan cuadros respiratorios de leves a moderados y se recuperan sin tratamiento especial. Las personas mayores y las que padecen afecciones médicas subyacentes, como enfermedades cardiovasculares, diabetes, enfermedades respiratorias crónicas o cáncer, tienen más probabilidades de presentar un cuadro grave” (OMS 2019).

Cabe destacar que Venezuela no se salva de esta situación, hay múltiples contagios dentro del país como se muestra en este artículo de periódico del El Nacional “Según el Gobierno venezolano, de los 391.413 contagios confirmados desde el comienzo de la pandemia, se encuentran activos 15.205, pues 371.501 se han recuperado” E.F.E. (2021, 17 octubre).

Este virus ha influenciado mucho en la vida de las sociedades humanas, además de provocar una pandemia, también ha sido causa del origen de muchos malestares en especial en el ámbito de la salud mental como lo menciona Ferrer (2020) “también es importante destacar que ante esta situación y en virtud de la expansión ante los demás países, el resto de las personas por igual deben de permanecer aislados para evitar que se siga propagando la enfermedad generando en ellos desesperación, pérdida de libertad, aburrimiento, insomnio, poca concentración e indecisión, irritabilidad, ira, ansiedad, angustia, de no tener contacto físico con familiares, amigos, no poder desarrollar una rutina de vida normal, todo ello puede traer consigo efectos dramáticos sino son bien canalizados. Todos ellos considerados factores altamente estresores y contraproducentes para el ser humano portador o no del COVID-19”.

3.1.3. Salud mental

La salud mental ha representado un aspecto profundamente importante para la vida psíquica del ser humano, pero a su vez es una terminología del cual es complicado buscarle una definición exacta señalan Cabanyes & Monge (s.f.) consideran el término “como algo que le sucede al sujeto –le afecta de forma extrínseca– y que es vivencial y difícilmente objetivable. Por tanto, el «estado de

bienestar psicológico» parece indicar la satisfactoria situación en la que se encuentra el sujeto en relación a su actividad psíquica”.

En conjunto la Organización Mundial de la Salud (2001) la define como “Un estado de bienestar en el cual el individuo se da cuenta de sus propias aptitudes, puede afrontar las presiones normales de la vida, puede trabajar productiva y fructíferamente y es capaz de hacer contribución a su comunidad” Por lo tanto, podemos definir salud mental como el estado de bienestar psicológico de un individuo, del cual tiene la capacidad de vivir y convivir en un entorno, su consideración consiste en que si no poseemos un bienestar mental, no tendríamos manera de convivir de una manera saludable, por lo tanto, es fundamental obtener herramientas para manejar los malestares mentales diarios o a largo plazo. De esta manera lo ejemplariza Houtman, I. L., & Kompier, M. A. (s.f.) como “Un estado: por ejemplo, un estado de bienestar psicológico y social total de un individuo en un entorno sociocultural dado, indicativo de estados de ánimo y afectos positivos (p. ej., placer, satisfacción y comodidad) o negativos (p. ej., ansiedad, estado de ánimo depresivo e insatisfacción)”.

3.1.4. Miedo

En la concesión del ser humano, se le fueron otorgados emociones y sentimientos del cual cumplen muchas funciones, entre ellos está el miedo, y según König, W. H (2000) lo define como “un mecanismo de alarma y protección imprescindible del ser humano como el dolor, el miedo es un maravilloso invento del organismo para su desarrollo en el proceso de evolución: ambos son necesarios para la supervivencia y no se puede prescindir de ellos. Sin embargo, ambos pueden degenerar y convertirse en enfermedad”.

Para complementar este concepto es de suma importancia reflejar una diferencia distintiva entre otros sentimientos similares ante el miedo, según Tomás Sábado (2020) “el miedo tiene un enfoque específico, es episódico y disminuye o desaparece cuando el peligro se aleja de la persona, o la persona del peligro”.

Sábado complementa esto referente a cómo se comporta el miedo según las circunstancias actuales “la pandemia de COVID-19, percibida como una amenaza real a la vida, ha activado todos nuestros miedos existenciales”.

3.1.5. Ansiedad

Según Tomás Sábado (2020), “la ansiedad constituye un estado de tensión anticipadora que aparece ante la percepción de una amenaza de peligro inminente, que tiene su origen en un elemento desconocido o indeterminado, y se manifiesta por intranquilidad, inquietud e inseguridad”.

Cabe destacar que la ansiedad se mantiene en constante estudio para buscar que tipo de población le afecta más, como completa el autor Moreno “Algunos expertos afirman que cuatro de cada diez personas pueden experimentar los síntomas de la ansiedad. Por otro lado, estudios rigurosos indican que dos varones y tres mujeres de cada diez han tenido, tienen o tendrán algún trastorno de ansiedad a lo largo de su vida”.

Durante la pandemia, los niveles de ansiedad han aumentado poblacionalmente a través del miedo y muchas otras causas fundamentales según Moreno “la evidencia de lo inevitable mortalidad es aterradora e intolerable y todo aquello que nos recuerde a la enfermedad y la muerte despierta nuestros temores reprimidos más íntimos y provoca reacciones de desesperación y temor, constituyendo a la causa primaria y fundamental de la ansiedad experimentadas por personas”.

En el caso del aspecto universitario, la pandemia ha ocasionado un aumento de personas con ansiedad, a través de la cantidad de circunstancias que ahora deben lidiar y vivir el estudiante universitario como lo mencionan Cobo-Rendón, Vega - Valenzuela y García Álvarez (2020) “las investigaciones precedentes respecto a la temática de la salud mental en estudiantes universitarios expuestos al COVID-19, describen qué situaciones económicas, así como los retrasos en las actividades académicas fueron identificados como factores de riesgo para el desarrollo de la ansiedad”.

Sin embargo, a pesar de los problemas que pueda ocasionar la pandemia de manera mental existe una solución eficaz, como lo menciona Moreno (2002) “la buena noticia es que resulta posible superar la ansiedad y el miedo. Hoy en día los psicólogos disponemos de muchas técnicas para ayudar a las personas que sufren estos problemas”.

3.1.6. Angustia

La angustia es una emoción desagradable que un individuo puede sentir y para tener un mejor concepto más certero para esta sensación, Sierra, Ortega y Zubeidat (2003) lo definen “como una emoción compleja, difusa y desagradable que conlleva serias repercusiones psíquicas y orgánicas en el sujeto; la angustia es visceral, obstructiva y aparece cuando un individuo se siente amenazado por algo”.

Este tipo de sentimiento puede manifestarse o experimentarse en diferentes circunstancias donde la población o individuos pueda sentirse en peligro, como en el caso de la pandemia que puede darte una posibilidad de sentir esta emoción negativa, como se ilustra en el estudio de Mazza, Ricci, Biondi, Colasanti, Ferracuti, Napoli, y Roma (2020), quienes estipulan que “el género era un predictor constante del resultado psicológico: las mujeres eran más significativamente afectadas por la angustia psicológica que sus homólogos masculinos, mostrando moderada niveles de ansiedad. En cuanto a la edad, tanto los adultos jóvenes, (de 18 a 30 años) como los ancianos, (mayores de 60 años) han mostrado los niveles más altos de angustia psicológica, aunque los resultados han variado entre los estudios. Un historial médico de enfermedad crónica también se ha asociado con un mayor nivel de angustia”.

Una población en específico como son los universitarios también tiene el riesgo de sufrir angustia, no solo por la pandemia sino por las circunstancias de aislamiento y la presión de los mismos estudios, como nos lo señala Fawaz y Samaha (2021) en su informe: “además, un informe muy reciente que también se ha emitido durante los tiempos de COVID-19 ha enfatizado la mayor necesidad de asesoramiento psicológico de los estudiantes debido al aumento de los niveles de estrés y angustia moral de los estudiantes de la generación z como resultado del cambio drástico en el entorno de aprendizaje. y las perspectivas futuras de sus carreras”.

3.1.7. Estrés

Este sentimiento de tensión física y emocional es otra de las sensaciones negativas que puede sufrir un individuo, a pesar de ser una respuesta natural ante una situación cuando se tiene una gran cantidad de estrés puede afectar la salud

mental, Sierra, Ortega y Zubeidat (2003) lo definen como “una respuesta inespecífica del organismo ante una diversidad de exigencias. Se trata de un proceso adaptativo y de emergencia, siendo imprescindible para la supervivencia de la persona; éste no se considera una emoción en sí mismo, sino que es el agente generador de las emociones. En todo caso, el estrés es una relación entre la persona y el ambiente, en la que el sujeto percibe en qué medida las demandas ambientales constituyen un peligro para su bienestar, si exceden o igualan sus recursos para enfrentarse a ellas”.

Cabe destacar que la presente pandemia ha significado un origen de malestares del cual pueden afectar la salud mental del individuo, ya que debido al estrés puede afectar el ser humano en su día a día, según estudios de Gritsenko, Skugarevsky, Konstantinov, Khamenka, Marinova, Reznik e Isralowitz (2020) “los estudios muestran que una pandemia, como COVID-19, aumenta el estrés psicológico; y las consecuencias de la cuarentena conducen a trastornos emocionales, depresión, irritabilidad, insomnio, ira, y agotamiento emocional entre otras condiciones de salud y salud mental” (Brooks et al. 2020; Sorokin y col. 2020).

Los universitarios también pueden sufrir estrés ante las circunstancias que están viviendo como se vio en el siguiente estudio por Fawaz, Nakhhal e Itani (2021) “Se empleó un método cualitativo fenomenológico donde se realizaron entrevistas semiestructuradas a 20 estudiantes universitarios durante y 3 meses después del alta de la cuarentena. El análisis cualitativo ha revelado 5 temas durante el período de cuarentena, a saber, "Preocupaciones sobre los métodos de aprendizaje y evaluación", "Carga abrumadora", "Enfrentar las dificultades técnicas", "Confinamiento" y "Enfrentar los problemas", además de 3 temas después del período de cuarentena, a saber, "Alivio del estrés académico", "Miedo a infectarse y poner en peligro la salud familiar", "Estigma de estar infectado". La cuarentena ha infligido múltiples desafíos psicológicos entre los estudiantes universitarios, que deben ser destacados y mediados por la institución de educación superior para apoyar el aprendizaje de los estudiantes y su rendimiento académico”.

3.1.8. Depresión

La salud mental puede verse profundamente afectada por los trastornos mentales que pueden ser originados por vivir en circunstancias o experiencias negativas, Acuña, Cruz, Morales, Enríquez y Román (2011) amplían este concepto con su trabajo “La palabra depresión viene del latín depressio que significa hundimiento. La persona se siente hundida con un peso sobre su existencia. Es un trastorno afectivo que varía desde: bajas transitorias del estado de ánimo que son características de la vida misma, hasta el síndrome clínico, de gravedad y duración importante con signos y síntomas asociados, marcadamente distintos a la normalidad”.

La depresión se origina de diferentes maneras, incluso puede ser de manera poblacional, como ha sido en el caso de Venezuela, Rondon Bernard y Angelucci (2018) señalan que “la depresión en Venezuela ha aumentado vertiginosamente en los últimos años según los especialistas, producto de la crisis política, económica y social que atraviesa el país; en este sentido, se considera que la depresión más que un trastorno individual es social”.

La depresión inclusive puede verse provocada de manera global más cuando los problemas que angustian a las personas son de forma internacional, que afectan a todos por igual, como en el caso de la pandemia de COVID-19, Ramírez - Ortiz, Castro Quintero, Lerma - Córdoca, Yela Ceballos, Escobar Córdoba (2020) nos amplía esta información “En la situación actual de confinamiento global en el hogar debido al brote de la COVID-19, la mayoría de las personas están expuestas a situaciones estresantes sin precedentes y de duración desconocida. Esto puede no solo aumentar los niveles de estrés, ansiedad y depresión durante el día, sino también interrumpir el sueño”.

Los mismos autores complementan con que “esa sensación de incertidumbre, así como las limitaciones secundarias a las medidas de aislamiento social preventivo, la posibilidad de que los planes a futuro se vean cambiados de forma dramática y la separación brusca del contexto social o familiar del paciente son catalizadores frecuentes de cuadros de depresión y ansiedad”.

Los universitarios también son muy susceptibles en sufrir este trastorno mental, ya sea debido al aislamiento, presión y los propios problemas del entorno,

provocando que este problema aumente paso a paso, como Aldana - Zavala y Rodríguez - Partidas señala que “la pandemia de COVID-19, permite reflexionar sobre el modelo curricular idóneo para la educación 22, destacan la necesidad de repensar la educación desde el hecho de tener en cuenta la diversidad en el aula de clases, estructurando un aprendizaje inclusivo. Sin embargo, esta premisa en medio del caos social por COVID-19, devela que en Latinoamérica no se cuentan con las condiciones curriculares idóneas para desarrollar con eficacia los retos académicos, situación que podría generar angustia, frustración, depresión, ansiedad y estrés en los estudiantes, así como en docentes que ven limitado su desempeño profesional”.

3.1.9. Mindfulness

Parra Delgado (2011) indica su concepto “Se podría decir que consiste en ser plenamente consciente de los estímulos internos y externos que surgen en el momento presente, con aceptación, con ecuanimidad, sin juzgar, sin expectativas o creencias, con serenidad, bondad y autocompasión, abiertos, de este modo, a la experiencia del aquí y ahora”.

Por lo tanto, podemos definir Mindfulness como una herramienta psicológica, que nos brinda una visión completamente consciente de nuestra realidad buscando tranquilidad en la misma, disminuyendo el malestar mental consecuencia de una situación, como nos lo menciona Bishop et al. (2004) “Ha sido crucial que varios acontecimientos y diferentes profesionales y científicos hayan acercado las técnicas de mindfulness a nuestra cultura occidental provocando el interés y entusiasmo de una gran parte de la comunidad científica relacionada con la salud. En la psicología contemporánea, mindfulness ha sido adoptado como una aproximación para incrementar la conciencia y responder hábilmente a los procesos mentales que contribuyen al distress emocional y al comportamiento desadaptativo”.

3.2. Transmisión del Mensaje

3.2.1 Internet

La red masiva y globalizada del cual estamos todos conectados a través de las redes, Castells (2001) lo define como “un medio para todo, que interactúa con el conjunto de la sociedad”.

El internet es un medio muy complejo del cual tiene diversas funciones que nos puede brindar, Flichy (2001) complementa este concepto como una “noción ha sido privilegiada para dar cuenta de la gama de espacios sociales y técnicos que emergen de las redes informáticas, permitiendo a los individuos interactuar y encontrarse de distintas formas. Concebida como un sueño o una profecía por varios de los precursores de la informática personal, esta noción ha llegado a ser central para definir el imaginario de este medio de comunicación que llamamos Internet”.

3.2.2. Redes sociales

Aguirre (2011) sugiere que “en términos teóricos, las redes configuran contextos de comunicación e intercambio entre actores, configuran pautas operativas, normas y valores que condicionan la conducta de los actores en ellas, y posiciones funcionalmente diferenciables que son clave para entender el comportamiento de los actores dentro de cada red y el desempeño de la red en su conjunto.”

Esta función dentro del internet es fundamental porque nos ayuda a conectarnos con el mundo, a su vez obtener información de diferentes formas y a su vez tiene muchas funcionalidades, como nos la orienta Maqueira “las redes sociales, trajo consigo una dinámica comunicacional en donde cada usuario dejaba de ser un receptor de información, y se convertía en un co-creador. La personalización e inmediatez de contenidos, pasó a ser la nueva dinámica en el uso de Internet”.

3.2.3 Instagram

Instagram es una aplicación que está incluida entre las más usadas a nivel global, por su dinámica utilización a la hora de publicar muchos tipos de fotos e inclusive diversos post que pueden acarrear temas diferentes como lo describen Lirola Pino, Martín Perales y Martín Pueyo (2015) “Instagram es una aplicación para smartphones que permite tomar fotografías o vídeos directamente desde la cámara de un teléfono móvil, o bien elegir las de la biblioteca de imágenes del mismo, para después retocarlas mediante unos filtros específicos y compartirlas en la propia aplicación y diferentes redes sociales como Flickr, Facebook o Twitter, entre otras.

La misma aplicación puede utilizarse para varios fines según las necesidades y deseos de los usuarios en la plataforma, como ejemplifica Fernandez Moreno “La aplicación se define a sí misma en la biografía de su perfil como “descubriendo y contando historias desde todo el mundo” y es que esta red social tiene más de 1000 millones de usuarios cada mes (Mejía, 2019), los cuales difunden en sus cuentas fotografías y vídeos para hacerlos llegar a sus seguidores”.

Capítulo IV

Marco Metodológico

4.1. Objetivos

4.1.1. Objetivo General:

Diseñar un proyecto de comunicación digital a través de la red social Instagram, que promueva el cuidado de la salud mental a los estudiantes de la Universidad Monteávila, con el fin de otorgar herramientas que sirvan para mantener el bienestar mental durante situaciones adversas.

4.1.2. Objetivos específicos.

- Identificar las necesidades de apoyo psicológico en los estudiantes de la UMA.
- Diseñar un canal en redes sociales que promueva el cuidado de la salud mental de los estudiantes de la Universidad Monteávila.
- Exponer sugerencias y herramientas dadas por expertos sobre el cuidado de la salud mental.

4.2. Modalidad

La modalidad del presente trabajo es de diseño de medios.

4.3. Instrumentos de recolección de datos

4.3.1. Encuestas

De acuerdo con los objetivos planteados para este proyecto, específicamente dedicado a *“identificar las necesidades de un apoyo psicológico en los estudiantes de la UMA”*, se realizó una encuesta general a la población estudiantil de la institución a través de la herramienta de la plataforma de Google denominada *“Google Forms”*.

Para determinar el tamaño de la muestra para el estudio, se utilizó la herramienta de “Calculadora de tamaño de muestra” de la empresa Survey Monkey, la cual permite la realización de encuestas dentro de su plataforma. Como tamaño de la población, se colocó el número total de estudiantes que conformaban a la Universidad Monteávila para diciembre de 2021, el cual es 949 alumnos. A recomendación, se utilizó como nivel de confianza el 95% y el margen de error 10%.

Tamaño de la población: 949

Nivel de confianza (%): 95

Margen de error (%): 10

La página arrojó como tamaño de la muestra a 88 encuestados, de las cuales se obtuvieron más de lo pautado, alcanzando 94 personas encuestadas.

La encuesta realizada consistió de 14 preguntas, de las cuales 3 se desarrollan en sub preguntas.

4.3.1.1. Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos a partir de la encuesta realizada.

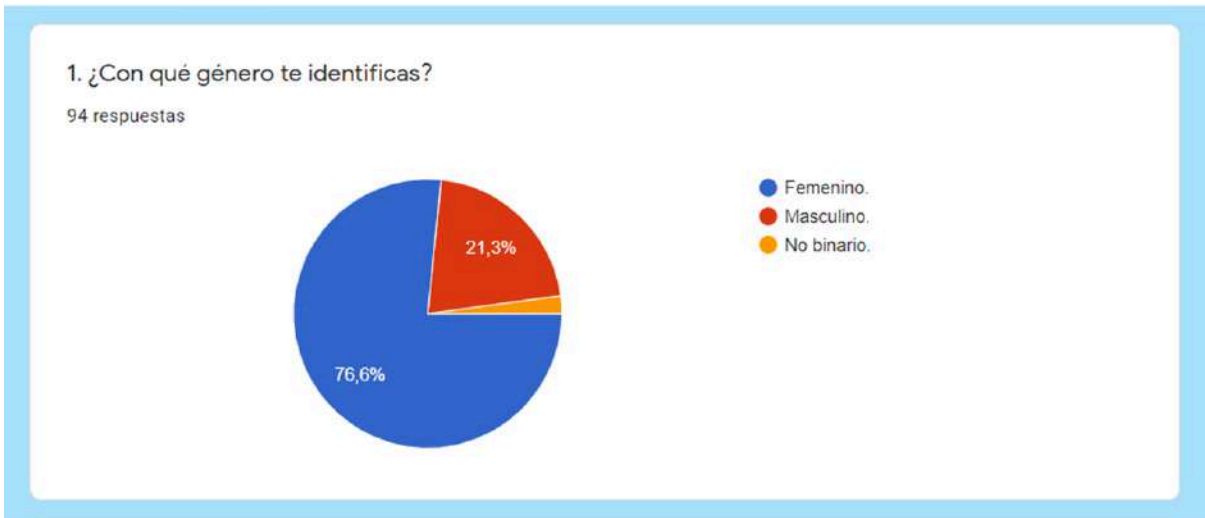


Figura 1: género de los encuestados Fuente: Google Forms, encuesta propia.

76.6 % de los encuestados, (72 personas) se identificaron con el género “femenino”, 21.3 % (20 personas) con el género “masculino” y 2.1 % (2 personas) se calificaron como “no binarios”

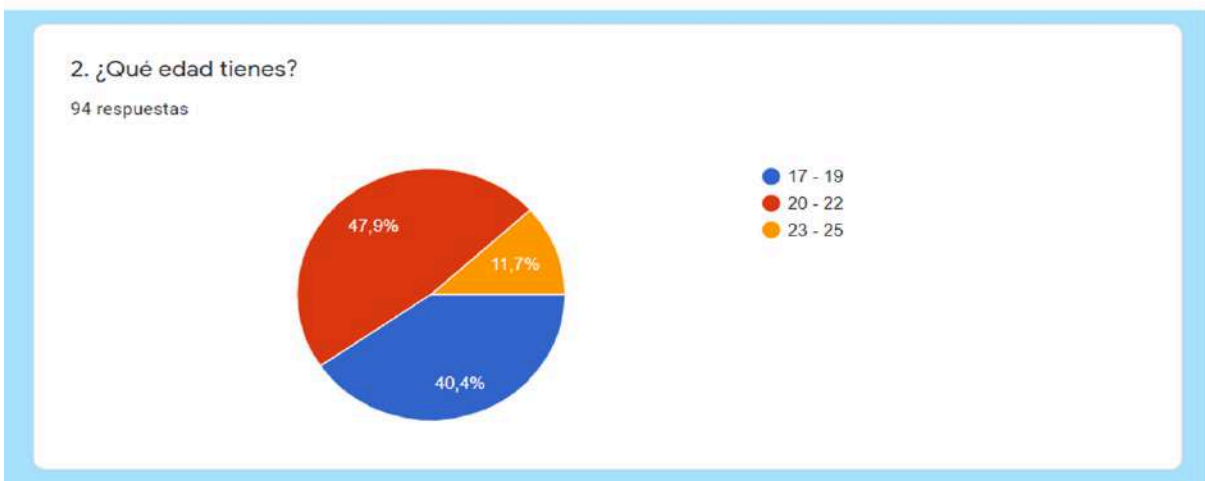


Figura 2. Edad de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

De las edades comprendidas dentro de la muestra, 47,9 % ,(45 personas) se ubicaron dentro del rango de los 20 y 22 años, 40,4 % (38 personas) afirmaron ubicarse entre las edades de 17 y 19 años y 11,7 % (11 personas) afirmaron comprender entre 23 y 25 años.

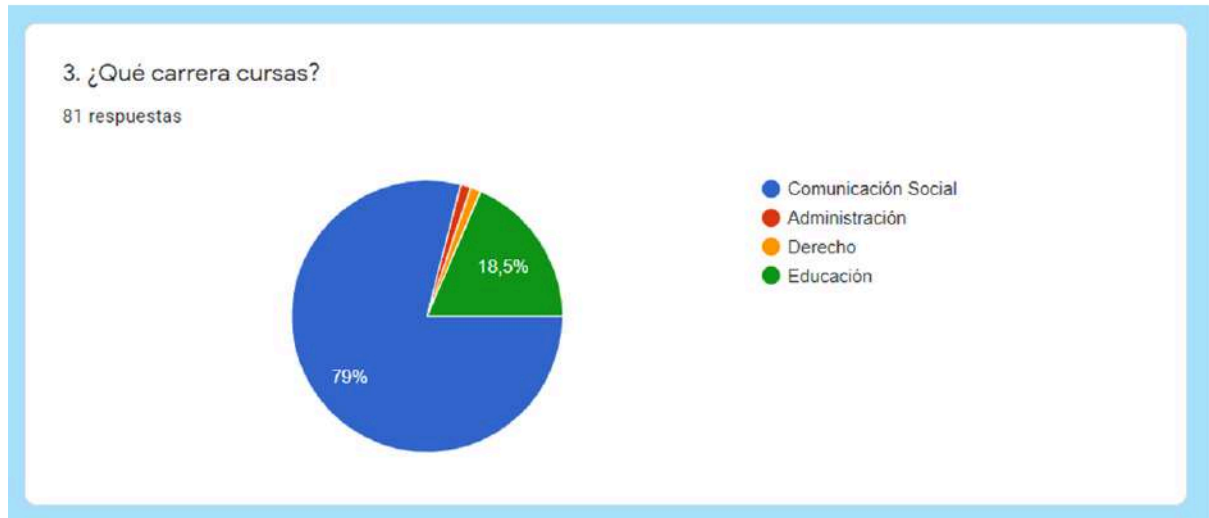


Figura 3: carrera de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

No obstante, tras realizar una investigación, el equipo determinó que los 13 restantes pertenecen a la Escuela de Comunicación Social, con un total de 77 estudiantes. 18,5 % de los encuestados (15 personas) afirmaron cursar la carrera Educación, 1,2 % de los encuestados (1 persona) pertenece a la escuela de

Administración y 1,2 % ,(1 persona) a la escuela de Derecho.

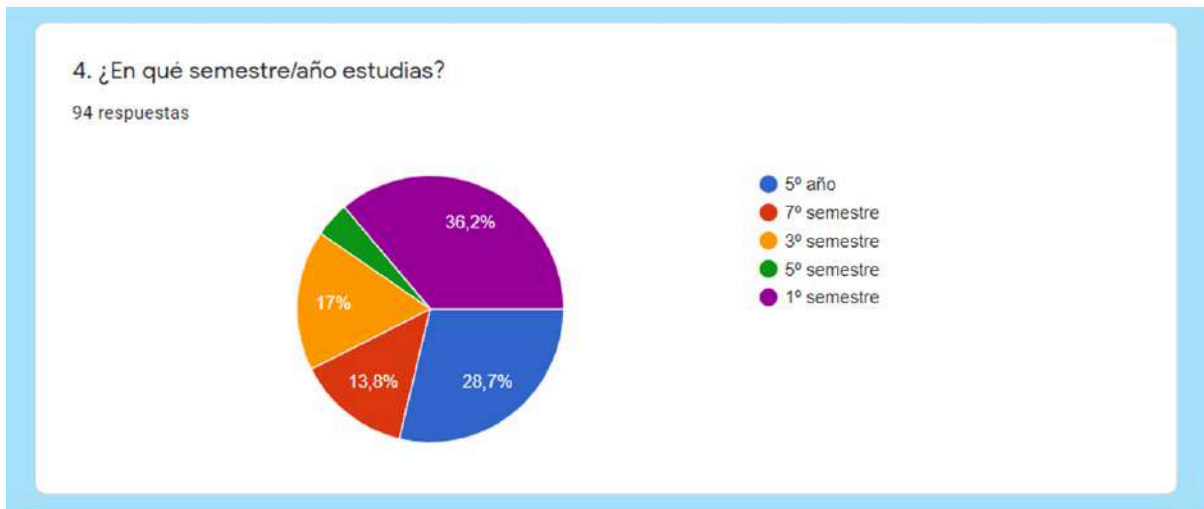


Figura 4: semestre de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia

De los encuestados, 36.2 % (34 personas) afirmaron cursar 1º semestre de sus carreras, 28.7 % (27 personas) afirmaron cursar 5º año de su carrera, 13.8 % (13 personas) pertenecen al 7º semestre, 17 % (16 personas) cursan 3º semestre y 4.3 % (4 personas) afirmaron cursar 5º semestre.

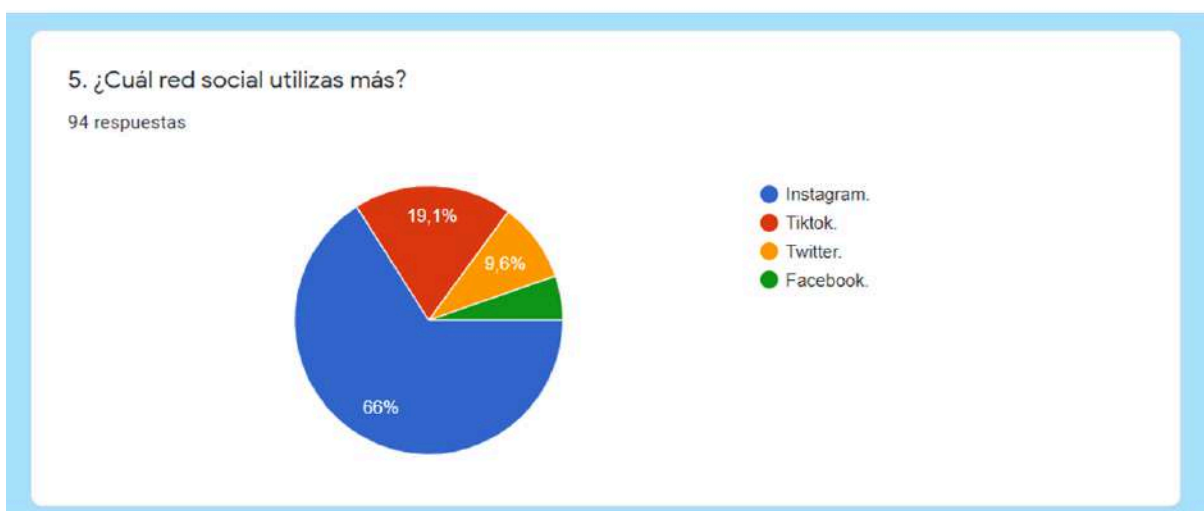


Figura 5: red social más utilizada por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

66 % de los estudiantes encuestados (62) afirmaron utilizar más la red social Instagram, 19.1 % (18) afirmaron utilizar mayoritariamente Tiktok, 9.6 % (9) utilizan mayoritariamente la red social Twitter y 5.3 % (5) utilizan Facebook.

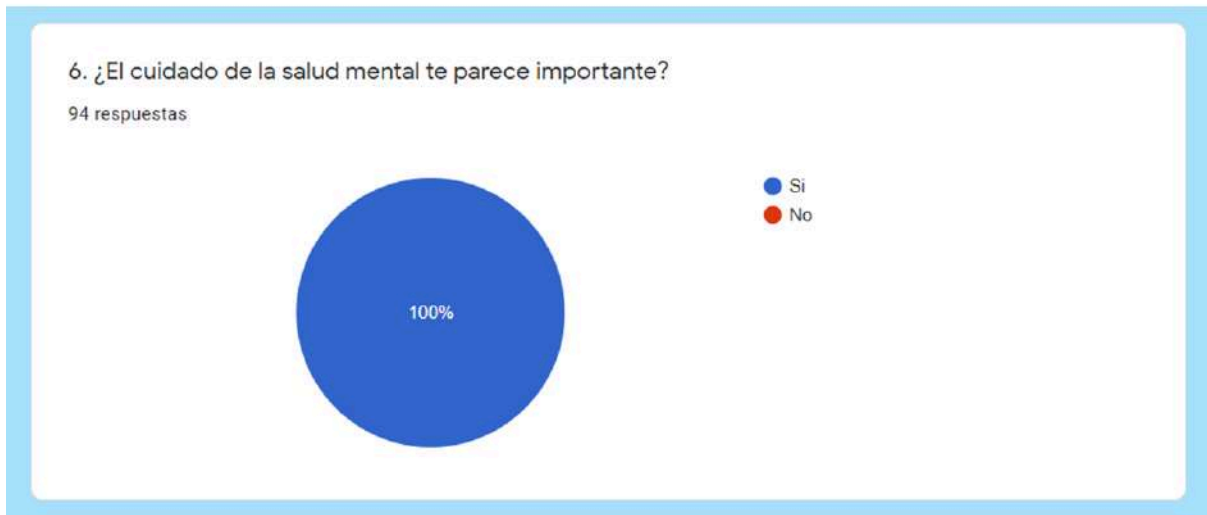


Figura 6: importancia del cuidado de la salud mental de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

La totalidad de los encuestados considera que el cuidado de la salud mental es importante.



Figura 7: consumo de contenido sobre salud mental de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

71.3 % de los encuestados (67 personas) afirmaron consumir contenido en sus redes acerca de la salud mental. 28.7 % de los encuestados (27 personas) afirman no consumir este tipo de contenido.

8. Indícanos las cuentas que más te gustan
58 respuestas

@psicologiaoptimista, @evaportorrhh @freedaes

Motivación personal

@psicosupport

@buenavibracamp @reginacarrot @dani_padu_psico @psi.epadi

De.ThairKassan

noticias, datos curiosos

@Chao_ansiedad @psicologiaconb @loreflorezb @desansiedad

Me fascinan las cuentas de cocina

Cuentas de memes, cuentas de deportes, cuentas de entretenimiento(cine,películas)

Figura 8: cuentas seguidas por encuestados sobre salud mental. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

8. Indícanos las cuentas que más te gustan
58 respuestas

Me gustan las cuentas de recetas o de moda

En este momento no recuerdo una en específico

polianalítica Duzcategui razielrod chilemarsoficial Josyfernandez Elanarcosexual Pinochetinmortal

Psicomfort, María esclapez.

@mentalista, @1minutodepsicologia

Carrotadventure

Sanando con mimi, Mente en Positivo, Eureka, Mundo Psicólogos

Las de mensajitos bonitos para mandárselas a mis amigos y las de memes también pa mandarles memes a mis amigos

@psicologia instantanea. @eureka.es. @redpsicologica

Figura 9: cuentas seguidas por encuestados sobre salud mental. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

8. Indícanos las cuentas que más te gustan

58 respuestas

Hola! Tengo 27, pero opción no está. Cuentas en instagram: justme.rod, rafaestanga, maria_esclapez, solcarlosofficial.

@psiconfort es lo maximo y todos sus post son lo mejor

@stefyactiva no se enfoca en este tema pero me ha reconciliado con mi cuerpo y mi salud mental

Cuentas de datos curiosos, memes, moda y de motivación

No conozco

No tengo una en específico

Comienzo el lunes, sofihalphencoach

Posttherapytreat psicoidear psicomap psic.con.andrea.garza

Psicosab, psi.crecer

Figura 10: cuentas seguidas por encuestados sobre salud mental. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

8. Indícanos las cuentas que más te gustan

58 respuestas

@omilaufer @musclesisters @loquenadiedijopodcast

Heylovelygirl

@desaludhablamos
@lanzateflores
@tribu.positiva

@Margaritapasos

@letstalk.mentalhealth

Cómo si nadie escuchara (podcast de Spotify)

Emma chamberlain podcast

Psicovivir - Inteligencia Emocional

Figura 11: cuentas seguidas por encuestados sobre salud mental. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

8. Indícanos las cuentas que más te gustan

58 respuestas

Cathecoach

No tengo cuenta favorita

9gag, cuentas de gatos, otakureprimido,elsecretosdesusmomos, usmengif, cuentas de Pokémon, cuentas de pintura, cuentas de juguetes.

@cuidomimente @brazodetia @piensopositivamente @alexey.oro

Realmente no recuerdo los nombres de las cuentas.

@itsokay.ag

Las de frases motivacionales, no me acuerdo de alguna ahora 😊

-

@seregalandudas @1minutodepsicología @heylovelygirl

Figura 12: cuentas seguidas por encuestados sobre salud mental. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

Los encuestados aportaron distintas cuentas, de las cuales se repiten @heylovelygirl, @maría_esclapez, @thairkassan, @psicomfort, @mentalyta y @eurekka.es, la cual tuvo el mayor número de repeticiones en esta sección.

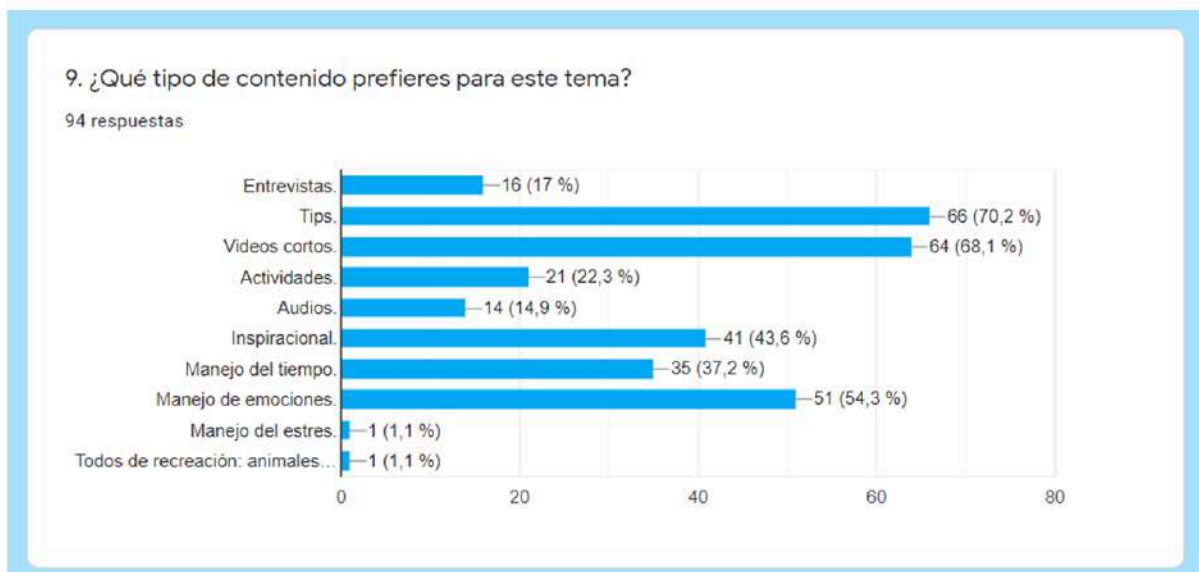


Figura 13: preferencias de contenido de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

El 70.2 % de los encuestados (66 personas) afirmaron preferir como contenido los consejos (tips), para las cuentas que abarcan este tema. 68.1 % (64 personas) prefieren los videos cortos, el 54.3 % (51 personas) afirmaron preferir como contenido el manejo de las emociones, 43.6 % (41) prefieren consumir contenido inspiracional, 37.2 % (35) afirmaron preferir contenido relacionado con el manejo del tiempo, 22.3 % (21) prefieren obtener actividades para el manejo de su salud mental, 17 % (16) prefieren consumir entrevistas acerca de este tema, 14.9 % (14) prefieren como contenido audios acerca de este tema y 1.1 % (1) prefieren como contenido el manejo del estrés. Una persona sugirió colocar como contenido la recreación de animales.

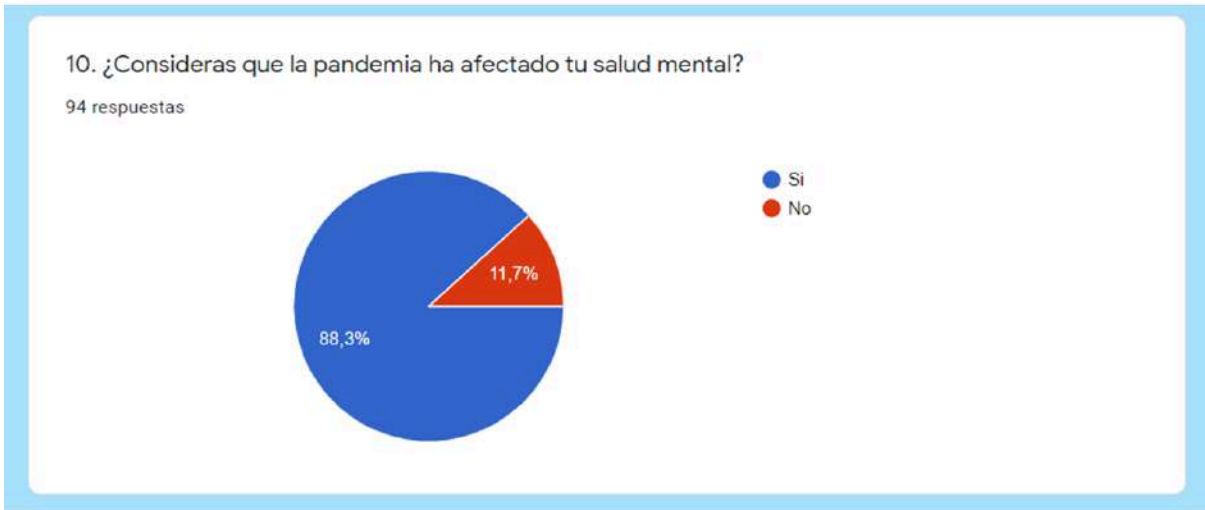


Figura 14: efectos de la pandemia en la salud mental de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

El 88.3 % de los encuestados (83 personas) afirmaron que la pandemia del COVID-19 ha afectado a su salud mental. 11.7 % (11) de los encuestados afirmaron que la pandemia no ha tenido consecuencias sobre la salud mental.

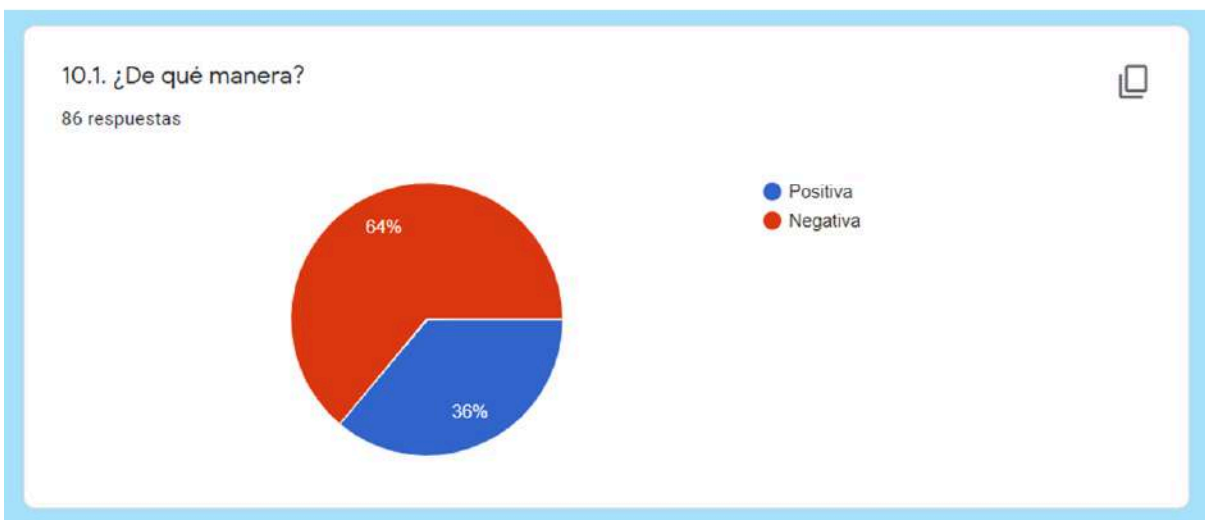


Figura 15: descripción del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

En esta pregunta, ocurrió un error de quien respondió la encuesta, debido a que la anterior fue contestada por 83 personas, las cuales afirman que la pandemia del COVID-19 ha afectado en su salud mental, pero 86 personas contestaron de qué manera los afectaba. El 64 % (55) de los encuestados afirmaron que la pandemia del COVID-19 los ha afectado de manera negativa. 36 % de los encuestados (31) afirmaron que los ha afectado de manera positiva.

10.2. Describenos la manera en que te ha afectado.
73 respuestas

Pondría ambas, porque creo que a todos nos afecto el aislamiento y tanta información y que todo fuese digital. Pero también positiva porque comencé a ir a terapia.

No me ha afectado casi en lo personal pero si siento que a la mayoría de las personas les ha creado un trauma psicológico en donde ahora no piensan en otra cosa sino en el COVID-19

Estrés

Muchísima más ansiedad por cosas a las que antes no les daba importancia

Considero que así como todo, tiene su parte positiva y negativa. Positiva porque me ha ayudado a darme cuenta de conductas que debía corregir en mí misma y evaluar qué tipo de personas me suman y qué tipo de personas me restan; en base a eso, he logrado ser más selectiva, obteniendo la compañía de personas que me hacen sentir en paz y feliz. Por otro lado, negativamente porque al inicio de todo, mi ansiedad incrementó bastante como consecuencia de no hacer más nada que pasar el día frente a la computadora viendo mis clases y cumpliendo mi horario de pasante.

positiva y negativamente

Figura 16: especificación del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados.

Fuente: Google Forms, encuesta propia.

10.2. Describenos la manera en que te ha afectado.

73 respuestas

Tengo mucha ansiedad. La falta de movilización más el hecho de hacer todo siempre en el mismo lugar me desanima y me preguntó si seré capaz de lograr hasta la cosa más mínima en esta vida. Mi voluntad se ha reducido bastante y eso me genera frustración al no conseguir lograr mis objetivos a corto plazo.

La cuarentena me ayudó a salir de una relación tóxica y me ayudó a quererme mas a mi misma

No quiero hablar con la gente y cualquier inconveniente me lleva a alejarme y ocultarme

El encierro lleva a que uno pase mucho tiempo en su cabeza cabeza y eso no es es para nada sano

Muchas veces me siento insegura de mí misma, he sembrado varias cosas negativas durante la pandemia que he tratado de trabajar

He desarrollado trastornos de la conducta alimentaria y mi nivel de ansiedad ha aumentado

Me he sentido más ansiosa que antes.

Me hizo madurar en ciertas cosas

Figura 17: especificación del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados.
Fuente: Google Forms, encuesta propia.

10.2. Describenos la manera en que te ha afectado.

73 respuestas

Me ha afectado tanto positiva como negativamente, a principio de cuarentena fueron unos meses difíciles con mi salud mental pero poco a poco y eso fue cambiando y ahora me siento mucho mejor con respecto a mi salud mental.

En darme cuenta de cosas que debo mejorar

Por no salir a la calle joderme todos los planes que tenia, No poder lo que hacia antes

A manera positiva ya que antes no priorizaba aspectos como el manejo de tiempo y saber establecer prioridades al momento de ser importantes o cuidados para mi

He tenido tiempo para pensar sobre lo que quiero y que planeo para el futuro, que es importante ser más social y tener más amigos.

Ansiedad, sobre pensar, retraimiento.

Más ataques de ansiedad, soledad, bajones de ánimo.

Figura 18: especificación del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados.
Fuente: Google Forms, encuesta propia.

10.2. Describenos la manera en que te ha afectado.

73 respuestas

Me ha hecho conocerme mejor

He trabajado más en mi organización y distribución de las cosas, además el valor de la familia.

Honestamente dejar de socializar fue un respiro, me encanta estar en mi casa y la verdad nunca deje de interactuar con mis amigos, de hecho ahora les hablo más! :D

Tengo muchísima ansiedad y he tenido pensamientos suicida

No me siento igual que antes, la energía general esta por debajo de lo que estaba acostumbrado

En la rama social, ya que nos hemos acostumbrado a estar todo el tiempo de manera virtual y nuestro ritmo de vida es totalmente diferente

Pensar más de la cuenta

Desde inicios de la pandemia he estado desanimado y en una constante lucha interna

Figura 19: especificación del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados.
Fuente: Google Forms, encuesta propia.

10.2. Describenos la manera en que te ha afectado.

73 respuestas

Aunque a veces es abrumador estar encerrado, ha cambiado mi forma de ver el mundo y me ha dado espacio para trabajar en mí mismo

Me puso a hacer introspeccion y a darme cuenta de cosas en mí interior que no había asimilado.

Ya no disfruto las actividades que solia realizar, no quiero salir, no quiero estudiar, no quiero hacer nada, siento que no puedo salir de la depresión

A nivel de Ansiedad

La existencia de la enfermedad ha causado mucha más ansiedad. He estado "Covidabrumada" de cuando en cuando.

Muchisima ansiedad, desanimo, tristeza, malestar físico

Ansiedad, pensar mucho en el futuro.

Incremento mi depresion

Figura 20: especificación del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados.
Fuente: Google Forms, encuesta propia.

10.2. Describenos la manera en que te ha afectado.

73 respuestas

Me ha ayudado a conocerme a mi misma, cuidarme y amarme más

La pandemia y el hecho de estar encerrada sin mis actividades habituales me hizo revolver muchos sentimientos y muchas cosas que tenía guardadas y no me permitía sentir, durante la pandemia empecé a ir a terapia y desde entonces he trabajado muchas cosas en mí que me han ayudado a llevar la situación, mis emociones y controlar mis pesadillas

Al principio y ahora en ciertos momentos me he tratado de mantener una rutina para tener una estructura a pesar del caos; otras veces ha sido muy fuerte el encierro.

Desmotivación

Tanto tiempo en la casa me quita la motivacion

Me toco ahora las cosas con calma y aprovecho cada momento al máximo.

Depresión, ansiedad, desgano.

Figura 21: especificación del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados.
Fuente: Google Forms, encuesta propia.

10.2. Describenos la manera en que te ha afectado.

73 respuestas

Soy ansiosa diagnosticada y mis ataques empeoraron muchisimo

Me afecto directamente en mi manera de socializar, actualmente me cuesta estar en sitios con muchas personas de mi edad (me causa como ansiedad)

Me siento muy abrumado por las tareas y no se como organizarme.

Creo que la distancia me dio la oportunidad de manejar mi ansiedad un poco mejor

Mucha ansiedad, estrés, nada de tiempo libre a pesar de estar en casa

Me ha hecho entrar (en varias ocasiones) en una especie de periodos de letargo, cansancio y hastío.

Ansiedad por salir y conocer personas

La pandemia me hizo reconectar conmigo misma, fue precisamente lo que me acercó a interesarme por la salud mental y también física!

Figura 22: especificación del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados.
Fuente: Google Forms, encuesta propia.

10.2. Describenos la manera en que te ha afectado.

73 respuestas

Me ha afectado positiva y negativamente, en momentos de flexibilización me he sentido mejor porque tengo mas tiempo de disfrutar todo lo que hago, pero en momentos de mucho encierre la ansiedad me generó ataques de panico

Me he sentido más ansiosa de lo normal, pero tambien estoy preniendo y dándome cuenta de cosas que ante no me había percatado

Me ha hecho confirmar que tengo una buena salud mental porque no he padecido ningún cuadro negativo, he visto todo de manera positiva y cada día le doy más prioridad a mi salud mental, a trabajar en que esté bien para que todo salga bien

Ya no me siento segura alrededor de la gente

Ser más abierta con mis emociones, no preocuparme tanto por qué dirán, darme el tiempo que necesito sin sentirme culpable, aprendí a decir no

Ansiedad por el futuro y me destruyo mi rutina

Me quedo más tiempo en caso, no es mucho problema no suelo salir mucho

Figura 23: especificación del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados.
Fuente: Google Forms, encuesta propia.

10.2. Describenos la manera en que te ha afectado.

73 respuestas

Me estresa el no poder salir y ahora cada cosa que toco me da asco y tengo que ponerme alcohol

Me siento ansiosa muchas veces por cómo será mañana y muchas veces me bajoneo por pérdidas que han habido en este tiempo.

Mucha ansiedad

estuve fuera del país sola y me dio COVID sin ver a mi familia dos años

Ya no siento ganas de socializar y he sentido desagrado en comer

La dinámica familiar es más tensa estando todos metidos en la.casa más tiempo.

El estar lejos de la gente, el convivir, alejarnos de nuestras costumbres y nuestra rutina afecto, diría que hasta físicamente, por lo menos yo soy anémica y me hacía falta hasta el sentir el sol. El no poder terminar nuestros últimos años escolares y disfrutar lo que dicen "son los mejores años" afecto, fue y es triste. El tener miedos con la salud de familiares estuvo presente gracias a la pandemia también. La pandemia hizo alejarnos de muchas personas no sólo física sino emocionalmente también.

Figura 24: especificación del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados.
Fuente: Google Forms, encuesta propia.

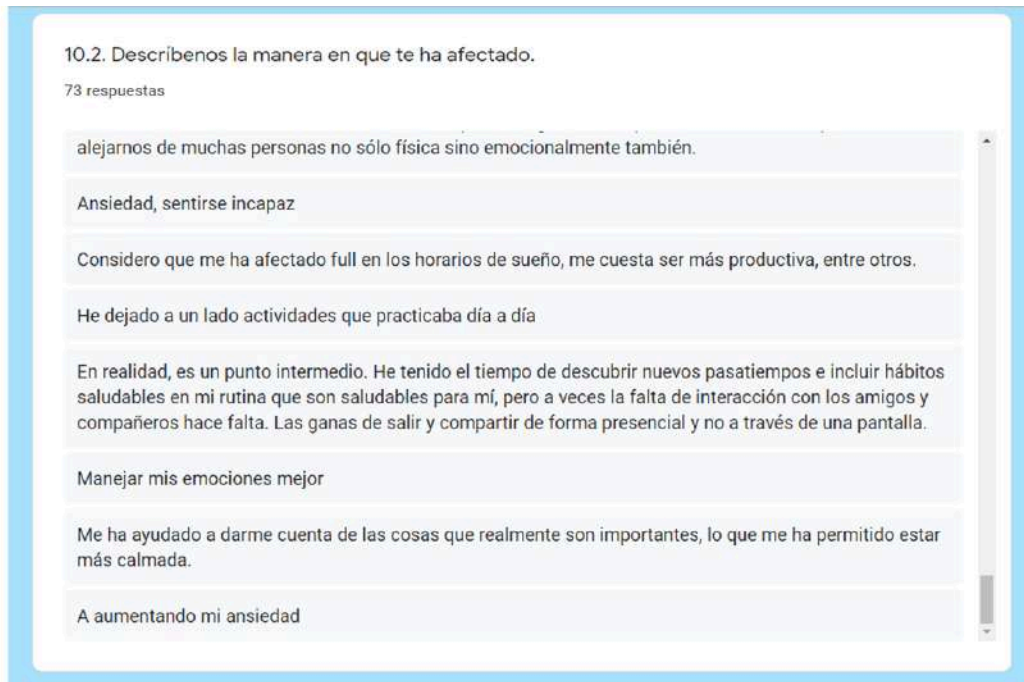


Figura 25: especificación del tipo de efecto de la pandemia en la salud mental de los encuestados.

Fuente: Google Forms, encuesta propia.

De los encuestados, 73 personas respondieron sobre una variedad de efectos que han enfrentado tras el comienzo de la pandemia, a pesar de que 83 habían indicado que los había afectado y 86 colocaron de qué manera, indicando un error por parte de los encuestados. De los efectos negativos se pudo recabar que 21 de los encuestados manifestaron incrementos o la aparición de la ansiedad debido al encierro y debido al temor por el virus, 10 manifestaron presentar desánimo al realizar sus actividades diarias y a las actividades que antes disfrutaban hacer, 3 afirmaron aislarse de su entorno, 3 afirmaron sentir estrés, 3 presentaron una disminución en su autoestima, 3 afirman rumiar en pensamientos negativos, 3 afirmaron poseer actualmente ansiedad social, 2 afirman poseer depresión, 2 afirman sentir tristeza, 2 afirman una disminución en su energía, y 2 afirman poseer

trastornos alimenticios como efecto de la pandemia de COVID-19.

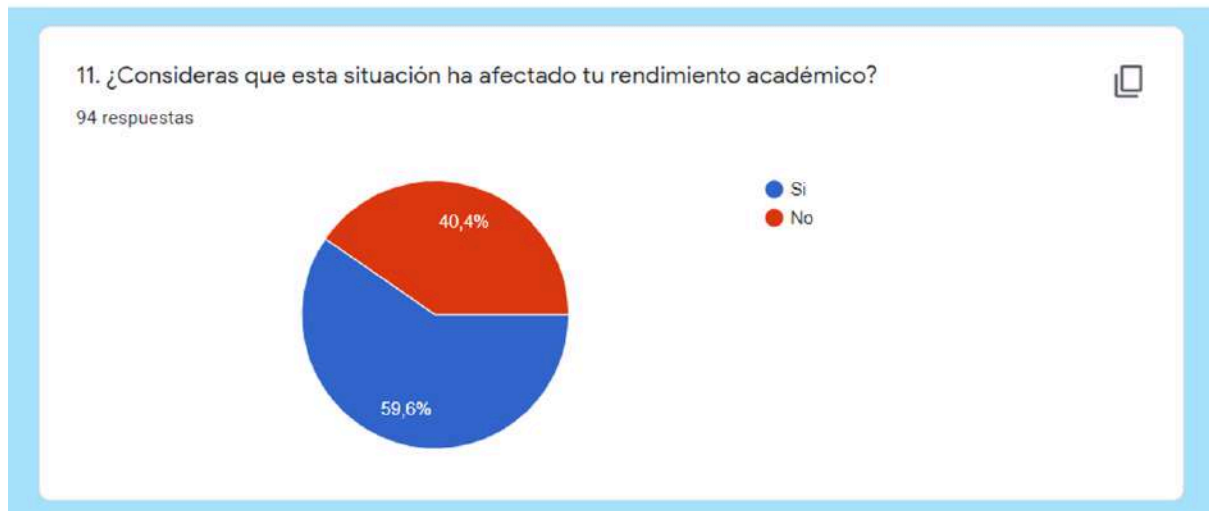


Figura 26: efectos de la pandemia en el rendimiento académico de los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

59.6 % de los encuestados (56) afirmaron que la situación ha afectado en su rendimiento académico, mientras que 40.4 % (38) indican lo contrario.

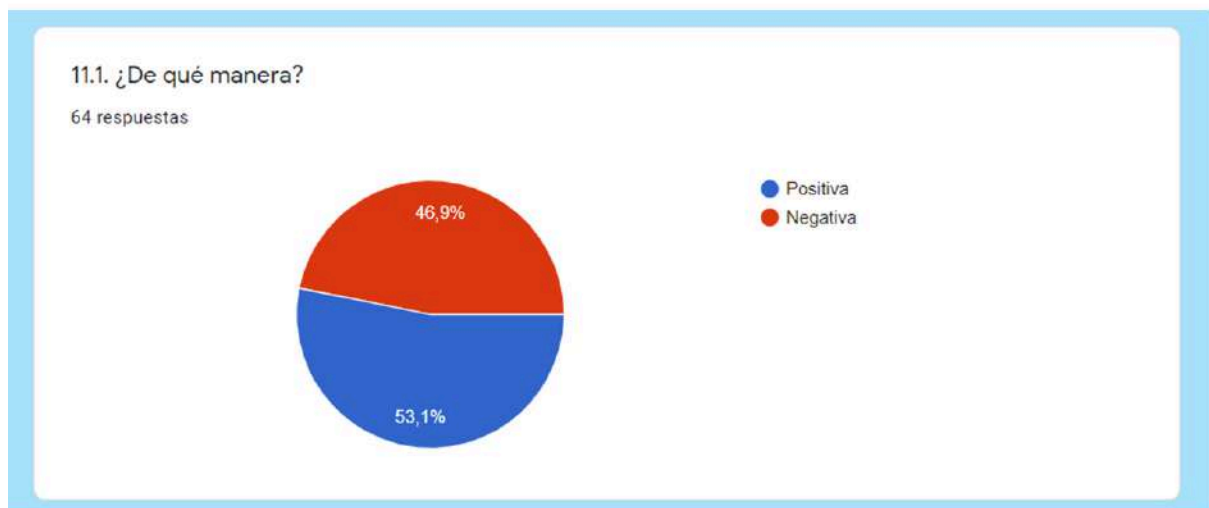


Figura 27: descripción de los efectos de la pandemia sobre el rendimiento académico de los encuestados. Fuentes: Google Forms, encuesta propia.

A pesar de que la totalidad de los encuestados indicó que su rendimiento académico se veía afectado, solo 64 contestaron de qué manera. 53.1 % (34), de los encuestados manifestaron que la pandemia ha afectado positivamente en su rendimiento académico, mientras que 46.9 % (30), consideran que en esta área los efectos han sido negativos.

11.2. Describenos la manera en que te ha afectado.

53 respuestas

No considero que me haga afectado, así que no es ni positiva ni negativa.

No me podría decidir entre los aspectos positivos como en los negativos, porque así como todas las cosas tiene sus pros y contras, aunque algo que me parece importante es el compartir físicamente con otras personas de tu clase que es precisamente lo que hace la vida de un estudiante y por otro lado un aspecto positivo es que tenemos un mejor manejo del tiempo en donde podemos organizarnos mejor.

No me concentro

He logrado mantenerlo pero porque voy a terapia y trato de regular mis emociones

He logrado obtener mejores calificaciones, puesto que al ser a distancia hay un acceso constante a diversos recursos digitales e incluso ha aumentado el compañerismo en el salón al momento de requerir resolver ciertas dudas.

Organizándome

Estaba en régimen anual y reprobé todo por la depresión en la que me sentía debido a la ansiedad y falta

Figura 28: especificación de los efectos de la pandemia sobre el rendimiento académico de los encuestados. Fuentes: Google Forms, encuesta propia.

11.2. Describenos la manera en que te ha afectado.

53 respuestas

Estaba en régimen anual y reprobé todo por la depresión en la que me sentía debido a la ansiedad y falta de voluntad. De hecho, no debería estar estudiando ahorita. Pero recibí un régimen especial. BASTANTE especial. Ahora estoy cursando en V semestre de comunicación.

Tengo mas tiempo para estudiar y hacer mis tareas

No me logro concentrar al 100%.

No ha afectado mi rendimiento académico sigo igual

Académicamente siento que me ha afectado de manera positiva, ya que tengo mucho más tiempo para organizarme y estudiar.

bueno porque era lo unico que hacia

No ha afectado

Soy muy penosa, al momento de participar o tener algún taller o examen me siento un poco más relajada y

Figura 29: especificación de los efectos de la pandemia sobre el rendimiento académico de los encuestados. Fuentes: Google Forms, encuesta propia.

53 respuestas

Soy muy penosa, al momento de participar o tener algún taller o examen me siento un poco más relajada y me permite hablar sin trabarme.

La adopción de modalidad online ha permitido que pueda organizarme mejor y hacer las tareas con calma.

Menos interés en las clases, no queriendo leer..

Dificultad para concentrarse

Puedo estudiar màas.

Me pongo muy nerviosa presentando exámenes, y sinceramente el poder tomarlos con calma y en la seguridad de mi cuarto me ayuda a no entrar en pánico. No porque me copie no nada, si no porque me da más paz y tranquilidad el no tener a 30ypico locos desesperados al lado mío mientras presento

No tengo ganas de estudiar ni ver clases. No me siento motivada

No quiero ver clases

Figura 30: especificación de los efectos de la pandemia sobre el rendimiento académico de los encuestados. Fuentes: Google Forms, encuesta propia.

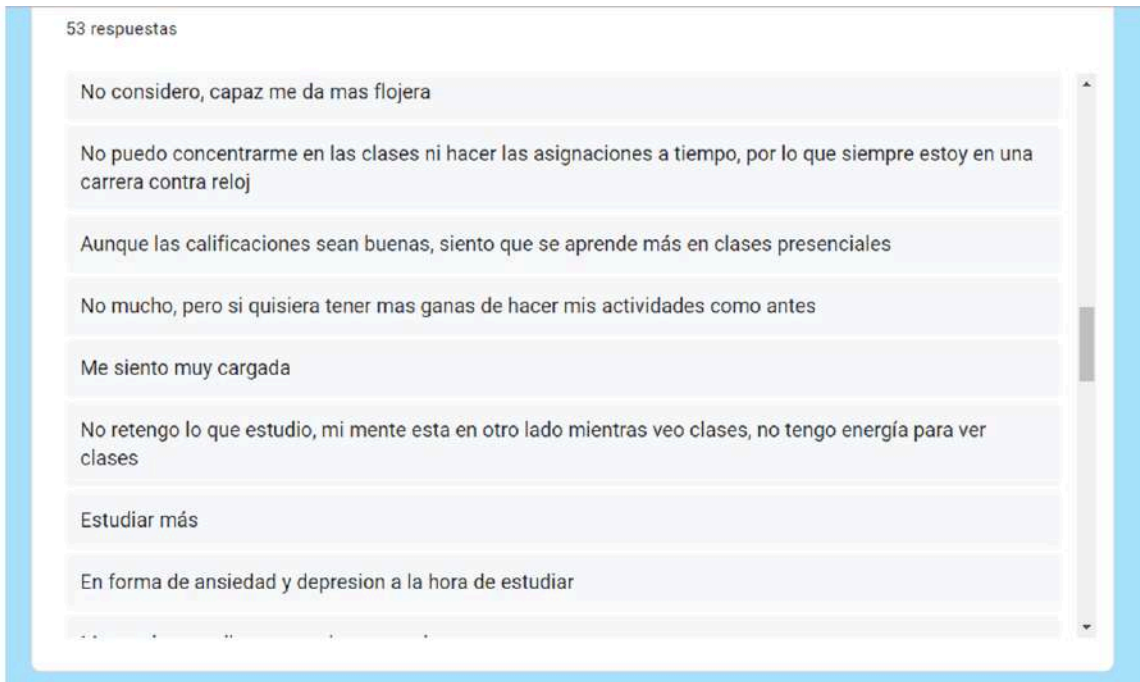


Figura 31: especificación de los efectos de la pandemia sobre el rendimiento académico de los encuestados. Fuentes: Google Forms, encuesta propia.

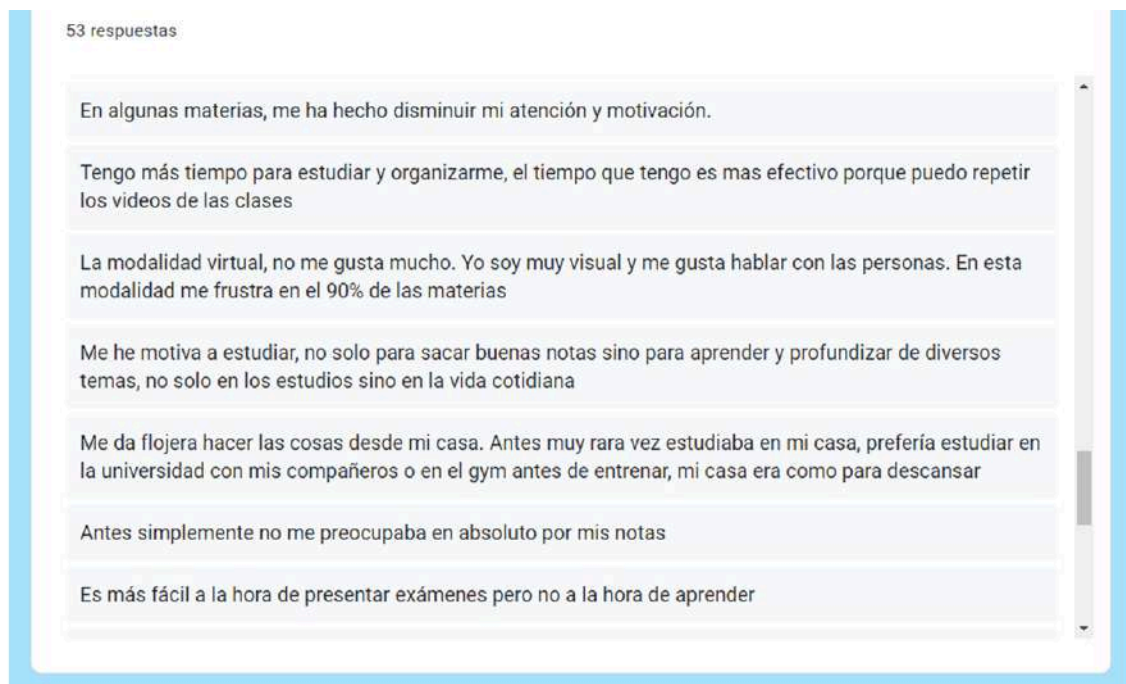


Figura 32: especificación de los efectos de la pandemia sobre el rendimiento académico de los encuestados. Fuentes: Google Forms, encuesta propia.

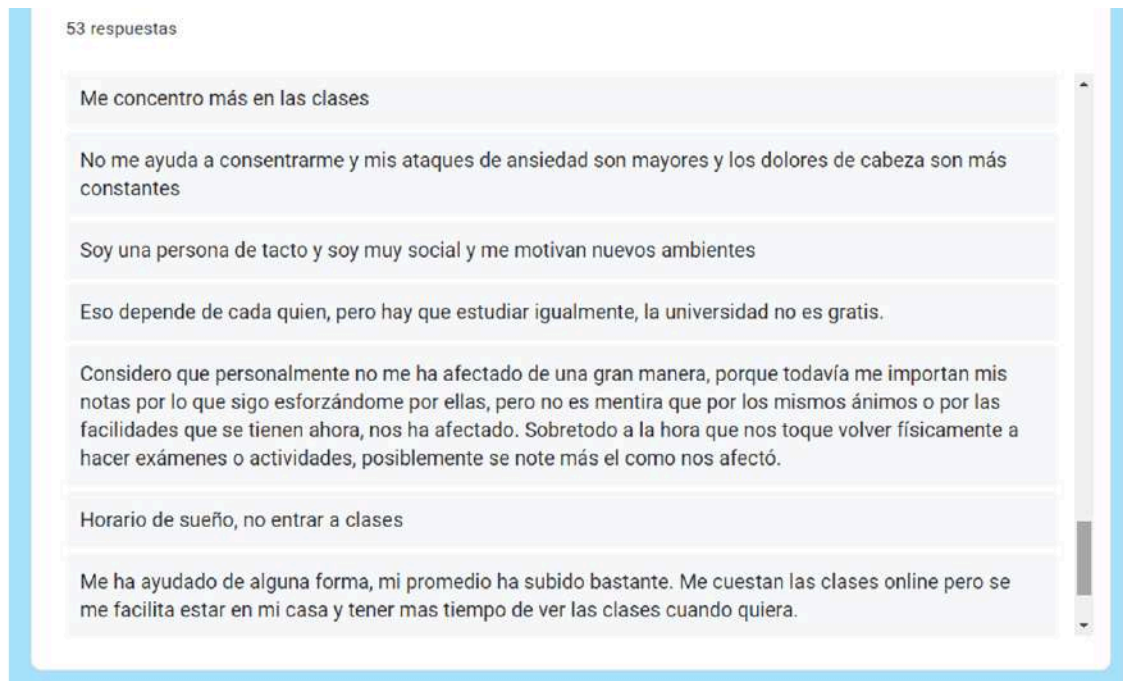


Figura 33: especificación de los efectos de la pandemia sobre el rendimiento académico de los encuestados. Fuentes: Google Forms, encuesta propia.

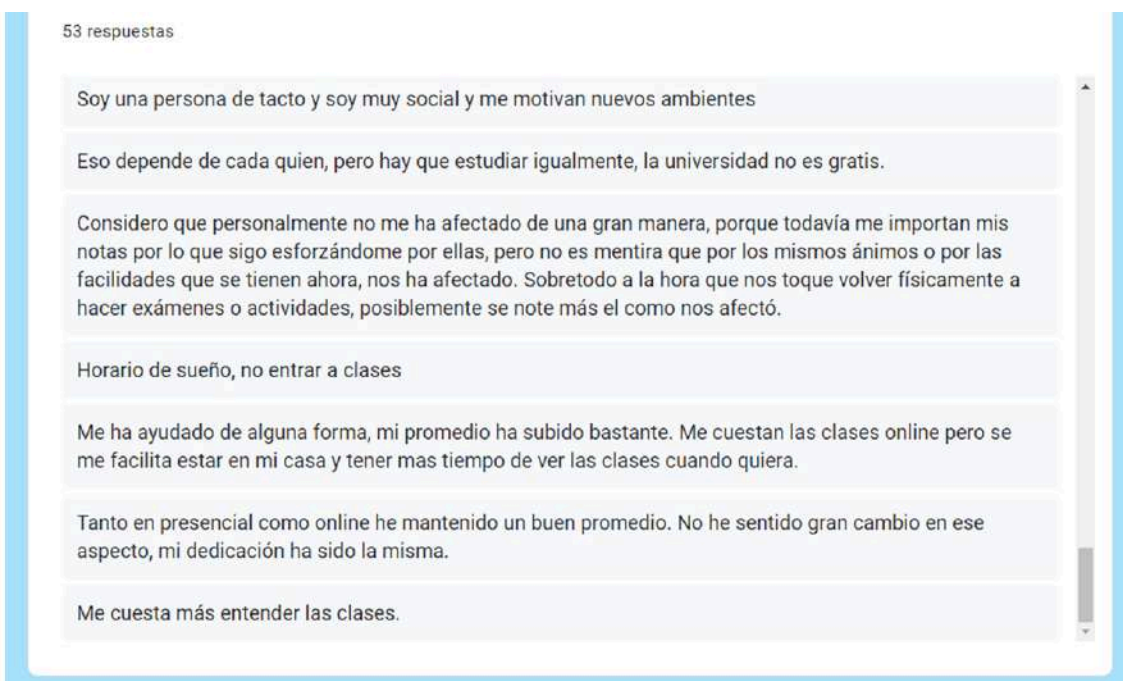


Figura 34: especificación de los efectos de la pandemia sobre el rendimiento académico de los encuestados. Fuentes: Google Forms, encuesta propia.

53 encuestados expusieron las consecuencias, tanto negativas como positivas, que ha tenido la pandemia sobre su vida académica, a pesar de que 94 encuestados afirmaron que fueron afectados académicamente y 64 indicaron de qué manera. En los aspectos negativos, 11 estudiantes afirmaron que poseen dificultad

para concentrarse, 9 afirman que han perdido el interés en el estudio, 1 manifestó sentirse abrumada, 2 manifestaron sentir ansiedad y 1 depresión. En los positivos podemos encontrar que 5 estudiantes lograron organizarse de mejor manera, 4 afirman poseer más tiempo para cumplir con sus responsabilidades académicas, 2 manifestaron que han mejorado su rendimiento académico, 2 claman poseer mayor acceso al material de las clases y apoyo de recursos online, 1 expresó que siente más compañerismo entre sus compañeros, 1 considera que ha interactuado mucho más con otros estudiantes, 1 manifestó poseer más motivación, 1 manifestó poseer mayor concentración y 1 consideró poseer más calma a la hora de presentar evaluaciones.

6 estudiantes manifestaron que la pandemia de COVID-19 no ha afectado a su rendimiento académico y 3 afirman que han obtenido tanto efectos positivos como negativos.

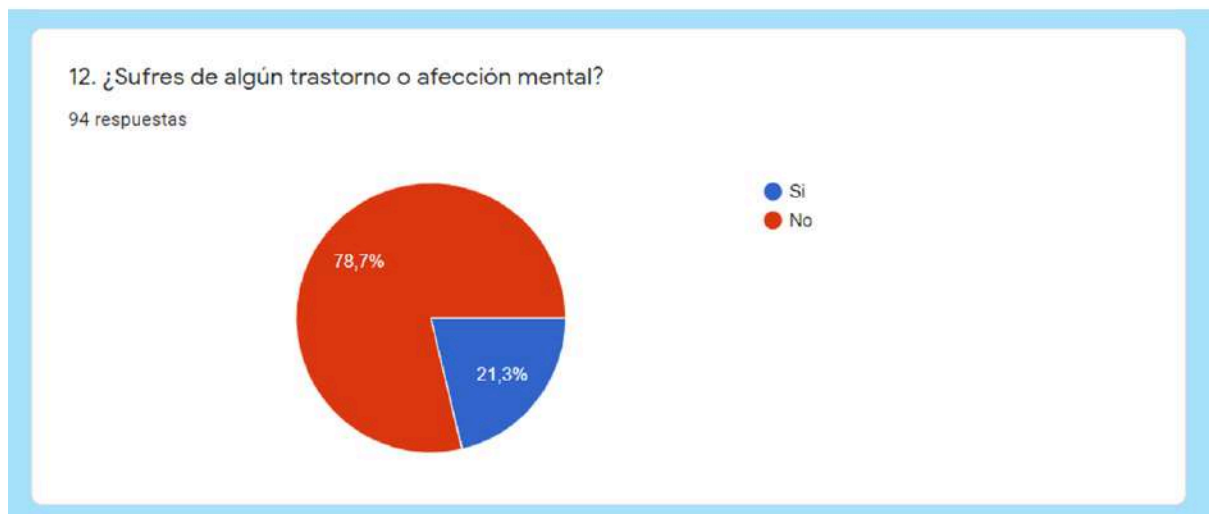


Figura 35: encuestados que padecen de trastornos o afecciones mentales. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

78.7 % (74) de los encuestados niega padecer de algún trastorno o afección mental mientras que 21.1 % (20) de estos afirma hacerlo.

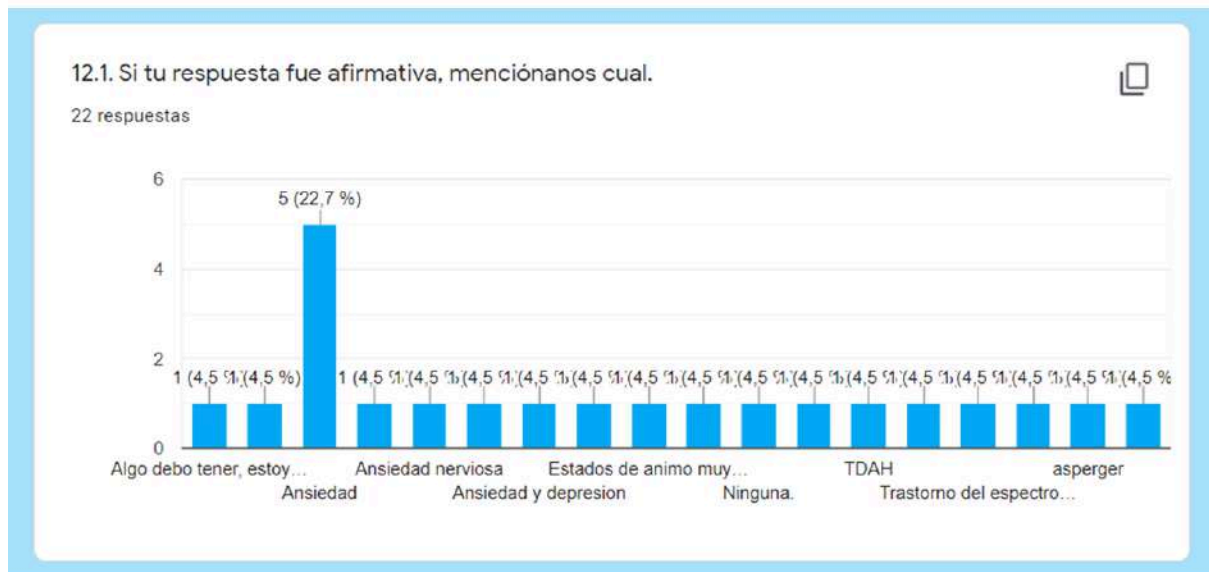


Figura 36: tipo de trastorno o afección padecida por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

22 de los encuestados colocaron qué trastorno padecían, a pesar de que en el apartado anterior 20 habían afirmado sobre la existencia de uno. 8 estudiantes afirman padecer de ansiedad, 3 afirman padecer del Trastorno de déficit de atención e hiperactividad, 2 afirman padecer tanto de ansiedad como de depresión, 1 afirma padecer de ansiedad generalizada, 1 afirma padecer del Trastorno del espectro autista y trastorno obsesivo compulsivo, 1 afirma tener episodios de depresión y 1 afirma presentar asperger. Sin embargo, 2 de los encuestados afirman no estar seguros de poseer un trastorno específico, pero consideran que deben padecer de

alguno. 2 afirman que no padecen de ninguno.

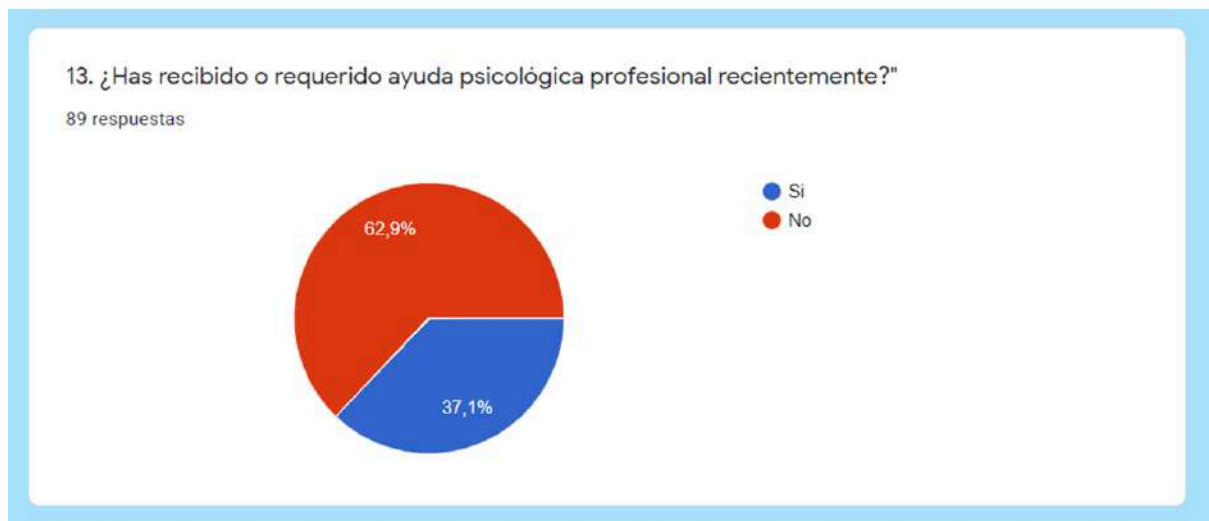


Figura 37: ayuda psicológica recibida por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

62.9 % (56) de los encuestados niegan haber obtenido ayuda psicológica recientemente, mientras que 37.1 % (33) afirman haberla obtenido.



Figura 38: animal asociado con una buena salud mental por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

14. Finalmente, ¿qué animal asocias con una buena salud mental?

88 respuestas

- Delfin
- Las aves
- Gato
- Un pajarito 🐦 (pero no el colibrí, porque se ve muy ansioso)
- Un gato
- pereza
- Jaja, no estoy segura. Quizá un conejo? Idkw
- El gato
- Un perro, específicamente un golden retriever

Figura 39: animal asociado con una buena salud mental por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

14. Finalmente, ¿qué animal asocias con una buena salud mental?

88 respuestas

- Un gato
- Zorro
- Ave
- El perro.
- Los perros, debido a que yo antes tenía un perro y puedo decir que me ayudo mucho con mi salud mental.
- No se me ocurre uno en este momento
- un ave fenix porque se levantara solo de las cenizas
- Elefante
- Un perrito.

Figura 40: animal asociado con una buena salud mental por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia

14. Finalmente, ¿qué animal asocias con una buena salud mental?

88 respuestas

- Oso
- El gato o el perro
- Lombriz. Por la canción que dice "Estoy feliz como una lombriz que no se preocupa y sólo disfruta..."
- El chiguire honestamente. Esos panas se ven bien relajados y fresquesitos, seguro tienen toda su vida en orden. Además son bien lindos, son como perritos de coco jaja quiero uno en mi vida
- Mono
- Pez
- El Buho
- El perro
- Elefante

Figura 41: animal asociado con una buena salud mental por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

14. Finalmente, ¿qué animal asocias con una buena salud mental?

88 respuestas

- Un canario
- Buho
- Caballo
- Un perro
- Caballo o delfin
- Una pereza
- El aguila
- Un perrito raza Border collie :)
- Golden retriever

Figura 42: animal asociado con una buena salud mental por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

14. Finalmente, ¿qué animal asocias con una buena salud mental?

88 respuestas

- Ladrador retriever.
- Ave Fénix
- Una tortuga. Pueden ser lentas pero siempre están enfocadas en su meta.
- panda
- Caballo
- A un ave
- buho
- Un perro golden retriever o un delfin
- Pandas

Figura 43: animal asociado con una buena salud mental por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia

14. Finalmente, ¿qué animal asocias con una buena salud mental?

88 respuestas

- Un perrito
- Tal vez un perro
- Gato.
- Perro o Delfin
- Me parece que los conejos serían un animal que representarían bien a la salud mental, pues los saltos de este pueden representar fácilmente Los Altos y bajos que tenemos en nuestra salud mental a lo largo de nuestra vida. También opino que su suave pelaje puede significar la delicadeza que posee la salud mental.
- Perrito
- Búho
- Perros y gatos

Figura 44: animal asociado con una buena salud mental por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

14. Finalmente, ¿qué animal asocias con una buena salud mental?

88 respuestas

Tal vez un perro

Gato.

Perro o Delfin

Me parece que los conejos serían un animal que representarían bien a la salud mental, pues los saltos de este pueden representar fácilmente Los Altos y bajos que tenemos en nuestra salud mental a lo largo de nuestra vida. También opino que su suave pelaje puede significar la delicadeza que posee la salud mental.

Perrito

Búho

Perros y gatos

Un perro

Figura 45: animal asociado con una buena salud mental por los encuestados. Fuente: Google Forms, encuesta propia.

Para definir la identidad de la marca, se le preguntó a los encuestados qué animal asociaban con una buena salud mental, a lo cual 20 asociaron con los perros. Dentro de esta categoría, 3 estudiantes especificaron con un perro de raza golden retriever, 1 con un border collie y 1 con un labrador retriever.

8 encuestados asociaron una buena salud mental con los gatos, 6 con los delfines, 4 con los búhos, 4 con osos, 2 especificando con un panda. 3 con aves, 3 con caballos, 2 con perezas, 2 con un ave fénix, 2 con elefantes, 1 con un zorro, 1 con un pajarito, 1 con una lombriz, 1 con un chigüire, 1 con un mono, 1 con un pez, 1 con un canario y 1 con un águila.

4.3.2. Entrevistas

Se consultó con una variedad de profesionales en el área de psicología acerca de las condiciones que pudiesen permitir el comienzo de afecciones de la salud mental como de las medidas necesarias para paliarlas. Dichas consultas se pueden encontrar en el siguiente link: <https://bit.ly/3CQdpTy>

4.3.2.1. Análisis de las respuestas

1- ¿Considera que el venezolano común, previo al inicio de la pandemia de COVID-19 en 2020, se encontraba proclive a desarrollar afecciones o trastornos mentales?

R- Analizando las respuestas se puede concluir que los psicólogos afirman que bien podían existir posibilidades de tener trastornos mentales antes de la pandemia, la misma si exacerbo el origen de muchos tipos de trastornos mentales.

2- ¿Con el inicio de la pandemia, estos síntomas se han exacerbado?, ¿Cómo considera que se han manifestado?

R- A través de las respuestas se pudo analizar que el inicio y el desarrollo de la pandemia si han exacerbado síntomas de malestar mental, debido al confinamiento, factor de contagio, fobias, obsesiones, angustia, irritabilidad, desesperanza y al ser una situación nueva junto a los problemas del país.

3- En estudiantes universitarios, ¿cómo considera que afectan estas condiciones? ¿Afectan más?

R- Según las respuestas, se concluyó que a los estudiantes universitarios le afectan más debido al cambio tan abrupto de los estilos de vida, además de que las instituciones no estaban preparadas para una pandemia, también en el sentido económico y en los malos servicios que se encuentran debido a los problemas del país (Problemas de internet, luz, entre otros servicios), además de que algunos estudiantes no tenían los recursos necesarios para ver clases online (Computadoras, teléfonos, etc), aumentando en sí síntomas como el estrés, angustia, irritabilidad depresión y ansiedad. Sin embargo, esto pudo afectar también de forma positiva en el ámbito de ahorrar los servicios de transporte y ver clases desde la comodidad del hogar.

4- Nuestro equipo, al investigar sobre los efectos de la pandemia de COVID-19 en estudiantes a través de artículos, trabajos de investigación, y una encuesta actualmente abierta, concluyó que los estudiantes universitarios han presentado síntomas o desarrollado trastornos

relacionados con el estrés, ansiedad y depresión. A aquellos que buscan manejar esto de la mejor manera posible, ¿qué consejos u actividades puede recomendar a esta población para el manejo del estrés?

R- A través de las respuestas de los psicólogos se pueden referenciar las recomendaciones más constantes e importantes para un bienestar mental adecuado para el manejo del estrés, esas son:

- Hacer ejercicio
- Alimentarte adecuadamente
- Dormir y descansar adecuadamente
- Organizar las actividades y asignaciones
- Organizarte en corto, mediano y largo plazo
- Hacer actividades relajantes y recreativas
- Establecer rutinas

5- ¿Qué técnicas puede recomendar a aquellos que posean ansiedad y depresión?

R- A través de las respuestas se puede concluir que la principal recomendación cuando un estudiante sufre de depresión o ansiedad, el mismo debe verse con un especialista debido a que cada individuo tiene diferentes factores que puede desencadenar estos síntomas (ya sea debido a la pandemia o la suma de otros factores, como estrés por la universidad u otros problemas externos), sin embargo las recomendaciones para reducir estos síntomas son similares a la de la anterior pregunta, como hacer deporte y hacer actividades relajantes y distractoras que le guste al individuo, además de hacer ejercicios de meditación y respiración.

6- ¿Considera que trabajar con la repetición de afirmaciones diarias pueda ayudar a la población en estudio?

R- Mediante a las respuestas podemos finiquitar varias cosas, que si bien las afirmaciones diarias pueden ayudar no forman parte de un trabajo terapéutico, asimismo las mismas deben estar acompañadas de una emoción, además de que pueden ayudar a quienes tengan una buena autoestima, porque para aquellos que no tengan un buen autoconcepto de sí mismos, no les serviría.

7- ¿Qué consejos puede otorgar a esta población para equilibrar las presiones académicas con el cuidado personal y el logro de objetivos personales?

R – A través de las respuestas de los psicólogos se pueden referenciar los consejos más constantes e importantes para un bienestar mental adecuado para equilibrar presiones académicas con el cuidado personal y logro de objetivos, esas son:

- Aprender a llevar una agenda, distinguiendo entre tareas urgentes e importantes
- Utilizar técnicas de estudio, para un óptimo estudio
- Autoconsciencia sobre cómo nos sentimos, así buscar maneras de aliviar nuestros síntomas.
- Comunicación asertiva con los profesores

8- ¿Qué consejos le puede dar a esta población para el manejo de emociones?

R – Los psicólogos dieron los principales consejos para el manejo de las emociones, entre ellos, principalmente ir a la psicoterapia debido a que cada persona es diferente y le pueden funcionar diferentes tipos de manejos de emociones, aunque si no tienes maneras de pagar el servicio, también puedes solicitar servicios universitarios de bienestar mental o buscar por internet y encontrar técnicas que te funcionen pueden ayudar a los estudiantes, además de reconocer cada emoción y que lo desencadena puede ayudar a tener un mayor autoconocimiento y buscar mejores soluciones y técnicas para contrarrestar la emoción y tener más bienestar.

9- ¿Qué consejos le puede dar a esta población para el manejo de la incertidumbre?

R – Por último se pudo analizar que la mayor parte de los psicólogos menciona que la mejor forma de manejar la incertidumbre, además de ir con un psicoterapeuta para que te de las técnicas recomendadas, también es cuestión de aceptar que la

vida no puedes controlarla, pero si adaptarte a través de la planificación y trabajar en áreas seguras, adaptarse a las situaciones, aprender a ser resiliente y vivir en el presente, alcanzando tus objetivos.

4.3.3. Variables

Para el proyecto, se definieron las siguientes variables:

4.3.3.1.. Encuestas

Variable	Ítem
Control	1. ¿Con qué género te identificas? 2. ¿Qué edad tienes? 3. ¿Qué carrera cursas? 4. ¿En qué semestre/año estudias? 5. ¿Cuál red social utilizas más?
Salud mental	6. ¿El cuidado de la salud mental te parece importante?
Competencia	7. ¿En tus redes, consumes contenido relacionado con bienestar emocional o salud mental?

	8. Indícanos las cuentas que más te gustan
Contenido	9. ¿Qué tipo de contenido prefieres para este tema?
Pandemia	10. ¿Consideras que la pandemia ha afectado tu salud mental? 10.1. ¿De qué manera? 10.2. Descríbenos la manera en que te ha afectado.
Rendimiento académico	11. ¿Consideras que la situación ha afectado tu rendimiento académico? 11.1. ¿De qué manera? 11.2. Descríbenos la manera en que te ha afectado.

Trastornos o afecciones mentales	<p>12.¿Sufres de algún trastorno o afección mental?</p> <p>12.1. Si tu respuesta fue afirmativa, mencionanos cual.</p>
Ayuda psicológica profesional	13.¿Has recibido o requerido ayuda psicológica profesional?
Identidad	14. Finalmente, ¿qué animal asocias con una buena salud mental?

4.3.3.2. Entrevistas

Variable	Ítem
Trastornos y afecciones mentales	1.¿Considera que el venezolano común, previo a la pandemia de COVID-19 en 2020, se encontraba proclive a desarrollar afecciones o trastornos mentales?

<p>Síntomas</p>	<p>2.¿Con el inicio de la pandemia, estos síntomas se han exacerbado?, ¿Cómo considera que se han manifestado?</p> <p>3.En estudiantes universitarios, ¿cómo considera que afectan estas condiciones?, ¿Afectan más?</p>
<p>Trastornos y afecciones mentales en estudiantes debido a la pandemia de COVID-19</p>	<p>4.Nuestro equipo, al investigar sobre los efectos de la pandemia de COVID-19 en estudiantes a través de artículos, trabajos de investigación, y una encuesta actualmente abierta, concluyó que los estudiantes universitarios han presentado síntomas o desarrollado trastornos relacionados con el estrés, ansiedad y depresión. A aquellos que buscan manejar esto de la mejor manera posible, ¿qué consejos u actividades puede recomendar a esta población para el manejo del estrés?</p> <p>5.¿Qué técnicas puede recomendar a aquellos que posean ansiedad y depresión?</p>

Afirmaciones	6.¿Considera que trabajar con afirmaciones diarias pueda ayudar a la población en estudio?
Presión académica	7.¿Qué consejos puede otorgar a esta población para equilibrar las presiones académicas con el cuidado personal y el logro de los objetivos personales?
Emociones	8.¿Qué consejos le puede dar a esta población para el manejo de emociones?
Incertidumbre	9.¿Qué consejos le puede dar a esta población para el manejo de la incertidumbre?

Capítulo V

Diseño de Proyecto

5.1. Propuesta

Positivamente UMA surge como consecuencia de la preocupación y vivencia personal del equipo detrás del proyecto al vivir de primera mano los efectos personales que han surgido tras la declaración de la pandemia de COVID-19 en 2020, en un país de inestabilidad política, social y económica como lo es Venezuela, el cual ve diariamente a miles de ciudadanos migrar a países aledaños y remotos en búsqueda de un mejor estilo de vida, y también ver a millones quedarse y tratar de llevar una vida en estas condiciones extraordinarias. A esto se le añade la experiencia personal que puede vivir un individuo, especialmente un estudiante de la Universidad Monteávila, el cual no posee de un apartado dentro de la instalaciones de su casa de estudio que le brinde las herramientas necesarias para aliviar los posibles obstáculos, que pueden surgir por no cuidar correctamente de la salud mental en la Venezuela de hoy.

A esto podemos sumarle el auge que tomó esta área de la salud con la llegada de los confinamientos prolongados, durante los cuales distintas personas no pudieron ver a sus seres queridos por meses, fueron impactadas por las diversas dificultades económicas presentadas (pérdida de trabajo, escasez, reducción de personal, etc), y/o tuvieron que lidiar con condiciones de salud mental existentes previo a este momento histórico del siglo XXI.

Por ello, se planteó la creación de un proyecto de esta naturaleza para brindar a los umaístas un espacio seguro al cual puedan recurrir en búsqueda de recomendaciones en momentos de aflicción mental. Dentro de este espacio, encontrarán consejos de entes oficiales así como de profesionales dedicados a esta área, inspiración para continuar con sus actividades diarias y una distracción para los momentos que lo requieran.

De igual forma, este proyecto busca crear un antecedente en materia de recopilación de información y de estudio de la población, para la posible creación de

un departamento dentro de la universidad que se dedique a velar por el bienestar mental de sus estudiantes. Esto sustentado por la evidente necesidad expresada por los unaístas en la encuesta expuesta en el capítulo anterior, así como por las respuestas emitidas de los psicólogos en este mismo apartado.

Como se ha mencionado anteriormente dentro de este documento, Instagram es una de las plataformas más usadas por la población en general, y como pudimos ver en los resultados de la encuesta, por la población objetivo. Su carácter visual, entretenido y simple hacen a la aplicación un canal de transmisión oportuno para este tipo de proyecto, con el cual se busca incentivar a los estudiantes a velar por su salud mental, a educarlos en maneras eficientes en las que pueden velar por ella y a mantenerse positivos ante las adversidades que se puedan presentar en el camino que denominamos vida.

En este sentido, el equipo detrás del proyecto escogió utilizar un carácter escolar tanto en el diseño visual como en el escrito para la transmisión de información sobre este tipo de contenido. En el siguiente enlace se explica de manera simplificada la propuesta:

5.1.1. Propuesta Única de Valor

Vivimos en la era del cambio y de la innovación, cualquier objeto que haya sido imaginado por el hombre ya ha sido creado y los mercados están saturados por una gama de productos y servicios que se ajustan a las necesidades y personalidad de cada individuo, sin embargo, el ser humano no es perfecto y a medida que pasa el tiempo los problemas siguen surgiendo y las compañías siguen esforzándose en ser auténticos y resolverlos.

Por ende, durante el transcurso de los años, la competencia se ha vuelto más aguerrida, todos los agentes que participan quieren apoderarse del mercado, conseguir la delantera, lograr ser únicos y diferenciados, pero ¿Cómo se consigue ese elemento diferenciador en un mundo tan globalizado y desarrollado?

El economista, Theodore Levitt (1980), en un artículo de Harvard Business Review, expuso que “No existen los commodities. Todos los bienes y servicios son diferenciables”. Con commodities él quiso decir que dentro de los mercados no existen los productos estandarizados e indiferenciados.

Sin embargo, es años después, que Philip Kotler en su libro Marketing (2012) este concepto y aporta, además, 4 estrategias imprescindibles para una óptima diferenciación en el mercado, las cuales son las siguientes:

1. Diferenciación del producto y/o servicio

Positivamente UMA tiene información valedera, sustentada por psicólogos titulados y organizaciones internacionales y no gubernamentales. No se recurre a portales de internet u otras cuentas que hablen sobre los mismos temas. Asimismo, la información a comunicar es de fácil entendimiento, no se ahonda en términos complejos.

2. Diferenciación de la imagen

A través de una encuesta, elaborada en Google Forms, *Positivamente UMA* decidió apelar por el modelo familiar, por el sentimentalismo y el panorama visual que tiene todos los días su audiencia, que es la universidad. A pesar de los diseños sencillos, los colores ambientados con la casa de estudio, dan una sensación de confort al estudiantado.

3. Diferenciación del personal

La cuenta de *Positivamente UMA*, fue creada y es manejada por y para los estudiantes de la Universidad Monteávila. Esto con la finalidad de ser jóvenes que orienten y creen conciencia en otros jóvenes con las mismas interrogantes que los primeros.

4. Diferenciación del canal

Es un emprendimiento proyectado en una red social poderosa, Instagram. Una aplicación que tiene millones de usuarios y mucha influencia en la sociedad actual, más que todo en los jóvenes.

Finalmente, es importante destacar, que la diferenciación de una marca no tiene que ser necesariamente material, también es pertinente dotarla de atributos intangibles, que suelen muchas veces potenciar más la autenticidad de la marca. Todos los elementos diferenciales sean internos y externos deben ser tomados en cuenta para llevar a cabo las estrategias del éxito.

5.2. Estrategia

A continuación, se mencionan las acciones realizadas y estrategias ejecutadas para la creación del proyecto.

Para la creación de *Positivamente UMA* se realizó un estudio previo, el cual permitiera finiquitar el propósito de la cuenta, cómo le gustaría ser percibida, a qué tipo de audiencia se dirigiría, qué busca aportar a la comunidad escogida, y cómo lo haría a través de una red social como Instagram.

Para ello, se utilizaron diversas herramientas del marketing para la creación de una marca.

5.2.1. Análisis FODA

Fortalezas

1. En el contexto mundial de la pandemia del COVID-19, todo lo relacionado con la salud mental se volvió un tema de relevancia social debido a los desequilibrios emocionales que trajo la enfermedad.
2. Contenido novedoso sustentado por especialistas en el área (psicólogos titulados) y por organizaciones internacionales y no gubernamentales.
3. Al tratarse de un proyecto hecho por estudiantes de la Monteávila para la casa de estudio, existe una cercanía y un vínculo emocional que motiva a trabajar a favor del emprendimiento.

4. Alcance potencial con el público objetivo, ya que es una cuenta exclusivamente para el estudiantado de la Universidad Monteávila.
5. Falta de competencia directa. Presencia de competencia indirecta.
6. Falta de inversión financiera, debido a que la cuenta fue creada por estudiantes y está en su periodo de prueba.

Oportunidades

1. Hacer colaboraciones con cuentas similares de otras universidades que informen sobre los mismos contenidos. Así los estudiantes aprenderán uno del otro y se crearán microcomunidades.
2. Tras la pandemia del COVID-19, los jóvenes empezaron a recurrir con más frecuencia a cuentas que abordarán la salud mental y el bienestar emocional.
3. Conseguir interacción entre estudiantes, que estén de acuerdo, con alguna publicación y establezcan foros improvisados en los comentarios.
4. Feedback entre usuario y seguidor, que permita conocer a través de las dudas y sugerencias, los intereses reales de la audiencia y así poder obtener buenos resultados.
5. Posibilidades de que en el futuro la marca se expanda fuera del plantel universitario.

Amenazas

1. Cuentas generales dedicadas a la salud mental, que tengan un *engagement* más elevado y por lo tanto los usuarios se sientan más identificados.

2. La inestabilidad de servicios públicos, como la falta de internet, de luz, que puede causar un estancamiento en la continuidad de las publicaciones.
3. El Algoritmo de Instagram. Quizás el operador no sepa interpretar lo que es más importante para la audiencia y puede dar más visibilidad a un contenido que a otro debido a la notoriedad que tiene este.
4. Falta de apoyo exterior, tras el desinterés u opiniones preconcebidas que tienen algunas instituciones tanto laborales, como educativas.
5. Poca receptividad por parte de la audiencia debido a la competencia indirecta.

Debilidades

1. El proyecto es independiente, por ende, no cuenta con sponsor u organizaciones que aporten recursos para elevarlo.
2. Imposibilidad de satisfacer los gustos visuales, debido a la falta de experiencia en diseño.
3. Sin posibilidad de recurrir a la publicidad pagada, debido a la falta de financiamiento.
4. Presencia en solo una red social (Instagram).

Cruce de la matriz FODA

Estrategias

Ofensivas

(Fortalezas - Oportunidades)

1. Con el contenido novedoso y la cercanía con el cuerpo estudiantil, se influenciara eficazmente en la comunidad universitaria.
2. Gracias a la interacción entre los estudiantes y al vínculo emocional de ser una cuenta exclusivamente de la Monteávila, se conseguirá un posicionamiento de marca a nivel interno.
3. En la pandemia, el tema de la salud mental se volvió muy relevante, dado esto, el proyecto podría colaborar con cuentas similares del entorno y lograr un posicionamiento externo.
4. Con la falta de competencia directa, más el feedback entre la cuenta y la audiencia de una universidad pequeña, se elevará la reputación de la marca.

Defensivas

(Debilidades - Amenazas)

1. Debido a que no se podrá recurrir a la publicidad pagada, por la falta de financiamiento, además de las preferencias del algoritmo de instagram por los post con más notoriedad, se deberán hacer publicaciones regulares, sin perder la continuidad, para que la audiencia sepa que hay asistencia.
2. La presencia en solo una red social, más la inestabilidad de servicios conducirá al uso de herramientas de programación de redes sociales (Facebook, Hootsuite), para evitar la falta de constancia de la cuenta con la comunidad.
3. Dado que hay cuentas generales sobre la salud mental, más la publicidad no pagada, se tiene que resaltar que el contenido va dirigido a una comunidad específica.

4. Teniendo presencia en solo una red social, más la poca receptividad por parte de la audiencia, con las publicaciones continuas y los hashtags, Instagram posicionará el tema y el proyecto.
5. Debido a la falta de experiencia en diseños de altísima calidad, se recurrirá a la utilización de diseños de fácil entendimiento y manipulación.

Reactivas
(Fortalezas - Amenazas)

1. Se tiene soporte de confirmación ante posibles acusaciones de cuentas generales por la información presentada.
2. La búsqueda que haga la cuenta sobre temas referentes a la salud mental, ayudará a contrarrestar las fallas del algoritmo y a aprovechar el tema de relevancia social.
3. Tras la inestabilidad de servicios, el proyecto cuenta con planes de contingencia, organizativos con resolución de conflictos.

Adaptativas
(Oportunidades - Debilidades)

1. Existen posibilidades de que la cuenta se expanda en el futuro fuera de la comunidad universitaria, ante este escenario, y tomando en cuenta la falta de financiamiento, más la competencia, habrá que presupuestar obligatoriamente un monto para la ampliación tanto del material creativo, como de la comunidad.

Asimismo, el proyecto también deberá expandirse en otras plataformas como Facebook, Twitter, o Youtube.

5.2.2. Análisis de Segmentación del Mercado

El análisis de segmentación de mercado permite organizar a potenciales consumidores teniendo en cuenta sus características, necesidades, actitudes y comportamientos. Cada segmento de este análisis permite clasificarlos y agrupar información específica que ayudará en una toma de decisiones futura, las cuales nos permiten acercarnos a nuestro público objetivo. En este caso, a los estudiantes de la Universidad Monteávila.

Geografía

- Nacionalidad: Venezolana.
- Región: América.
- Tamaño de la ciudad: Caracas.
- Densidad poblacional: Universidad Monteávila.
- Clima: Tropical.

Demografía

- Edad: 17-25 años.
- Sexo: Mujeres, hombres y no binarios.
- Ingresos: clase media, media alta.
- Ocupación: Universitarios.
- Tamaño de familia: Cualquiera
- Nivel de Estudios: bachiller.
- Otros: generación z.

Psicografía

- Estilo de vida: Personas que consideran el cuidado de la salud mental importante.
- Nivel socioeconómico: clase media a media alta.
- Intereses: estudios, vida social, trabajo.
- Personalidad: introvertida, ambivertido, extrovertida, preocupada, solidaria, responsable, motivada, atenta, abnegada y activa.

Conductual

- Ocasión de compra: inmediato (consumo).
- Tasa de Uso: regular (frecuencia constante en redes).
- Tasa de lealtad: media.
- Lugar de compra: Instagram.
- Beneficios: mediano a largo plazo.

Durante la realización de este análisis se pudo recabar que este proyecto, a pesar de estar plenamente enfocado en las necesidades de los estudiantes de la Universidad Monteávila, también puede ser de gran utilidad a distintas casas de estudio de educación superior de la ciudad de Caracas. Es decir, *Positivamente UMA* puede servir a otras instituciones que quisieran crear un apartado en sus instalaciones dedicado a la salud mental o fortalecer la entidad que se ocupe de esta área en su institución actualmente.

5.2.3. Análisis de Competencia

Para la realización de este proyecto, se realizó un análisis de competencia para evaluar el entorno en el que cobraría vida la cuenta. A partir de aquí, pudimos recabar que Positivamente UMA tiene falta de competencia directa, puesto que en la Universidad Monteávila no existe otra cuenta que hable exclusivamente sobre la salud mental y el bienestar emocional. No obstante, se determinaron competidores indirectos, los cuales se mencionan a continuación:

- Psiconfort

Es una cuenta de contenido psicoeducativo, que brinda, por medio de publicaciones y videos, recursos para el mejoramiento de la salud mental, además de consultas online. Fue creada por María Alejandra Sánchez, licenciada en Psicología, egresada de la Universidad Bicentenario de Aragua con un Diplomado en Neuropsicología y capacitación en Intervención para crisis por teléfono, avalada por la Federación de Psicólogos de Venezuela. Con un feed muy creativo visualmente, las analíticas arrojadas por Kicksta en

función de las últimas 10 publicaciones, dieron un resultado de 841 mil seguidores y un engagement rate de 0.93 %.



Figura 46: Análisis de competencia, Psicomfort. Fuente: Kicksta (s.f.)

- Psiqueactivac

Es una cuenta de Instagram, que comparte temas de psicología e imágenes reflexivas que sirven como una ventana para el crecimiento personal y la salud mental. Además del contenido anterior, también imparten talleres, conversatorios, foros y hacen asesorías individuales que ayudan a elevar el bienestar emocional de las personas. Fue fundada por la Licenciada en Psicología, Veronica Pinto, egresada de la Universidad Central de Venezuela con mención en asesoramiento y orientación. Dicha cuenta, fundamentada en los cálculos, se encuentra en los 290 mil seguidores y un engagement rate de 1.00 %.

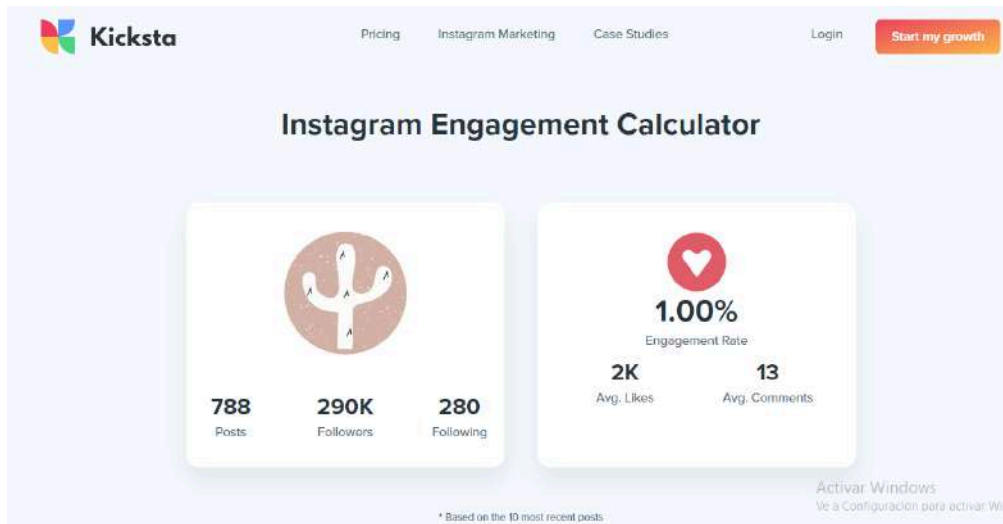


Figura 47: Análisis de competencia, Psiqueactivac. Fuente: Kicksta (s.f.)

- Psicontento

Es un consultorio virtual, que brinda numerosas herramientas para el entendimiento de la psiquis e información para concientizar y responsabilizar a todas las personas sobre la salud psicológica y como está, afecta, además su realidad. Es un espacio creado por la licenciada en Psicología, Paola Arjona, con un Enfoque Cognitivo Conductual, egresada de la Universidad Rafael Urdaneta de Maracaibo. Las estadísticas expresadas por Kicksta son de 11 mil seguidores y un engagement de 4.85 %.



Figura 48: Análisis de competencia, Psicontento. Fuente: Kicksta (s.f.)

- My Healthy Mind Project

Es un espacio que aporta, mediante, publicaciones, videos, cursos online, terapias online, plantillas y guías, herramientas para el desarrollo de la salud mental y el bienestar emocional. Es un proyecto creado por la licenciada en Psicología, Hannah Anda, proveniente de Tijuana, Baja California, con especialización en Neuropsicología y un Enfoque Cognitivo Conductual. Las estadísticas dadas por Kicksta arrojan un resultado de 209 mil seguidores y un engagement rate de 1.44 % en base a las últimas 10 publicaciones.



Figura 49: Análisis de competencia, My Healthy Mind Project. Fuente: Kicksta (s.f.).

- The Fabulous App

Es una aplicación que prioriza la salud mental, aparte de ayudar a la construcción y desarrollo de hábitos, asimismo, rutinas saludables para la vida. Además de la app, cuenta con una página en Instagram en donde por medio de publicaciones incluso vídeos breves, informan también sobre los propósitos, la productividad y la motivación. Fue diseñada por un grupo de estudiantes de la Universidad de Duke, en Durham, Carolina del Norte. Mientras que la aplicación se encuentra en el primer lugar de apps de autocuidado, su cuenta resalta con 1 millón de seguidores y un engagement rate de 0.23 %.



Figura 50: Análisis de competencia, The Fabulous App. Fuente: Kicksta (s.f.).

- Eureka

Es una clínica de psicología con presencia en redes sociales que brinda a través de publicaciones además de vídeos psicoeducativos, materiales para el entendimiento y desarrollo de la salud mental, la salud emocional hasta los desafíos emocionales. Con psicólogos capacitados en Terapia Conductual Contextual, atienden a cientos de personas tomando en cuenta el mayor problema del paciente, su presupuesto y su tiempo. Fue fundada en el 2017 por tres psicólogos en Porto Alegre, Brasil.

Su página web acumula más de 35 millones de visitas al día, mientras que su página de instagram destaca con sus 276 mil seguidores y un engagement rate de 3.94 %.



Figura 51: Análisis de competencia, Eureka. Fuente: Kicksta (s.f.)

- Buena Vibra Camp

Es una plataforma que se encarga de informar sobre la salud mental desde un punto de vista profesional y personal, mediante frases, tips, experiencias, reflexiones así como recordatorios. Cuentan con mercancía sobre el amor propio y playlist en Spotify para las buenas vibras. Fue creada en la Ciudad de México. Dentro de las estadísticas en Instagram de la marca, Kicksta calculó unos 81 mil seguidores con un engagement rate de 5.08 %.

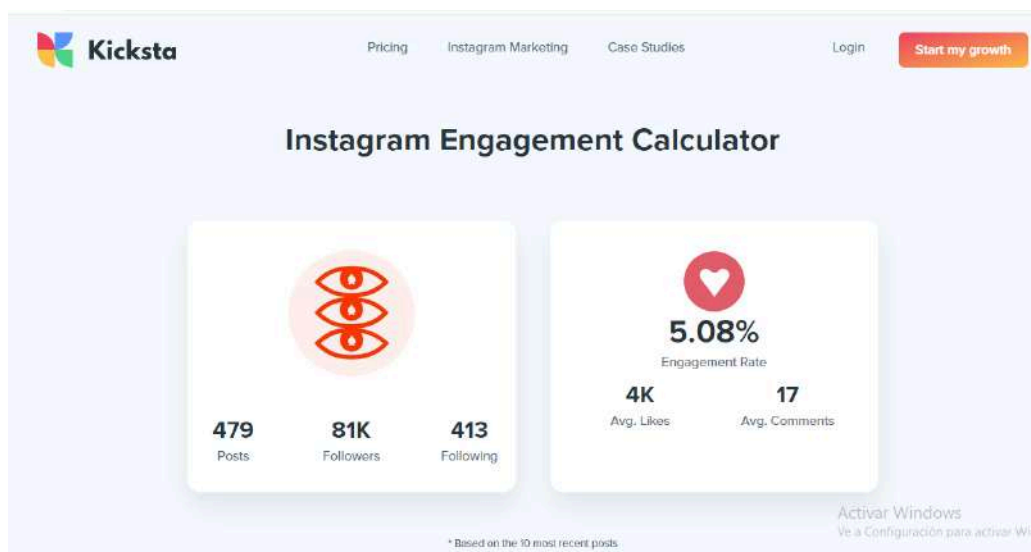


Figura 52: Análisis de competencia, Buena Vibra Camp. Fuente: Kicksta (s.f.).

5.2.4. Tonalidad y Personalidad

En la sociedad actual, una marca va más allá de la logística empresarial, la producción y la comercialización de sus establecidos productos y servicios. El branding actual se ha vuelto menos complejo y más personal, su eje central son las comunidades proactivas, el hacer relaciones, conexiones con su público objetivo, qué serán los encargados de posicionar y accionar la misma dentro del mercado.

Sin embargo, como proyecto empresarial en desarrollo, no es suficiente tener objetivos financieros, estrategias publicitarias, un producto innovador y a tu cliente potencial o ideal en la mira, sino que como marca, también es fundamental que tengas un tono y una personalidad bien definida, que te ayude a comunicarte adecuadamente y a conectar emocionalmente con la vida de los demás.

Pero, ¿qué se entiende como tono y personalidad de marca? Básicamente, son las creencias, ideas y valores que constituyen la existencia de la compañía. Son las propiedades que la humanizan, la manera en que te comunicas y que te ayudarán a mejorar tu conexión con la audiencia, puesto que estás lograrán identificarla en base a la percepción que como marca le das, podrán hacer una asociación mental.

Habiendo aclarado anteriormente el tema a tratar, *Positivamente UMA* es una cuenta basada en la promoción de la salud mental, dirigida a la comunidad universitaria de la Monteávila, por lo tanto, mediante este paradigma se llegaron a las siguientes conclusiones:

En primera instancia, al ser la salud mental el tema principal a abordar, se tomó en cuenta a la hora de comunicar los conocimientos. Se buscó utilizar un lenguaje con carácter formal, serio, pero a la vez, sin términos especializados que dificultara la comprensión del lector. Además, se priorizó la brevedad, la precisión y el diseño, que ayudará al fácil entendimiento del receptor.

Asimismo, con la finalidad de que el individuo no se sintiera intimidado o juzgado por la información y más tratándose de jóvenes, se consiguió con el diseño un equilibrio en cuanto al lenguaje formal. Por ende, la perspectiva visual del perfil, está llena de colores que evocan tiempos mejores, junto con imágenes y tipografías entretenidas, que le harán ver que el carácter de Positivamente UMA, está lejos de lo severo, y más cerca de lo dinámico, reflexivo, empático y jovial.

Vale destacar en medio de las declaraciones anteriores, que a pesar de recurrir a un lenguaje formal al momento de comunicar, en realidad, Positivamente UMA representa a través del arquetipo junguiano del “cuidador” la abnegación, la protección, el altruismo, la compasión, la generosidad y la entrega en un mundo que únicamente se preocupan por ellos mismos y por sus intereses particulares, en lugar de los colectivos (Martínez, E. 2021).

5.2.6. Audiencia

El equipo detrás de este proyecto considera que la salud mental es un área de la vida que, a pesar de su carácter imprescindible, es un área que no posee edad, ni limitaciones de tiempo. Velar por la salud mental debería ser igual de importante para un adolescente de 15 años como para una persona de 65 años. No obstante, debido a las necesidades anteriormente expuestas de la Universidad Monteávila, como institución de tener un medio de conexión con sus estudiantes para discutir y conocer acerca de esta área de la salud, debido a las necesidades expresadas por los estudiantes en la encuesta realizada y a las investigaciones realizadas y se consideró pertinente enfocarse en esta población juvenil que alberga la casa de estudios, así como de enfocarse en las edades comprendidas de los mismos, entre 17 y 25 años. Asimismo, el equipo comprende que las nuevas generaciones son las que dictan el futuro de las naciones y de la humanidad, por ende, promover el cuidado de la salud mental a los individuos de esta categoría se torna primordial para un óptimo desarrollo de la persona y del colectivo.

Se pudiese considerar que el rango establecido sugiere una brecha generacional. Sin embargo, las personas de estas edades comprendidas poseen diversos puntos en común, como la experiencia de una pandemia global, las

vivencias de un declive económico, la inestabilidad política y el balance de la vida académica con la vida personal en un mundo que, más ahora que nunca, está en constante cambio.

Para este proyecto, se utilizó el método del Inbound Marketing denominado “Buyer Persona”, el cual consiste en la “representación ficticia del cliente ideal creada a partir de información sobre sus datos demográficos, su comportamiento, sus necesidades y motivaciones” (Agencia Comunica Web, s.f.). En esta ocasión, se crearon dos personajes ficticios que demostraran que, a pesar de las diferencias personales y circunstanciales que puede poseer una persona, la salud mental es un área que debe ser cuidada por todos.

Buyer Persona

(1) Valeria Hernandez

Género: Mujer.

Edad: 21 años.

Situación socioeconómica: Clase social media.

Carrera: Educación.

Ubicación: Caracas, Venezuela. Habita con su mamá, su papá y sus dos hermanos contemporáneos con ella.

Perfil: La pandemia le ha dificultado la dinámica familiar, la organización universitaria y mantener su trabajo. A falta de dinero para un terapeuta y prejuicios por parte de sus padres para ayudarlo a costearlo, sigue páginas de salud mental para crear y fortalecer sus hábitos y llegar a una buena comprensión de sus emociones.

Personalidad: Introversa, responsable, proactiva, inteligente, con un gran optimismo, que le gusta ayudar a los demás en lo que necesiten. Disfruta de la fotografía no profesional y utiliza como redes sociales Instagram y Twitter.

Pasatiempos: La fotografía, ver series de televisión, la lectura de novelas. Trabaja otorgando clases de inglés en una academia privada.

Objetivos: Lograr un balance entre su vida personal, sus pasatiempos, y su salud mental con su entorno familiar, universitario y laboral.

Retos: Ansiedad, la acumulación de tareas y el manejo y monitoreo de sus emociones, porque suele a veces, sentirse aislada.

Miedos y preocupaciones: No graduarse de la universidad, desinteresarse por sí misma ya sea por falta de tiempo u otros hábitos tóxicos y no saber cómo ayudarse además de lograr entender lo que está sintiendo.

(2) Juan Chacón

Género: Hombre.

Edad: 19 años.

Carrera: Comunicación Social.

Situación socioeconómica: Es de clase media alta.

Ubicación: Caracas, Venezuela. Es hijo único, vive con su mamá, su papá. Tiene como mascota a un perro que se llama Poncho.

Perfil: No trabaja, debido a que sus padres tienen una buena estabilidad económica por lo que los mismos lo incitan a que viva su juventud, con sus respectivas responsabilidades y precauciones.

A pesar de que le importa la salud mental, no considera para sus actitudes sesiones de terapia porque no la ve necesaria. Tiende al autosaboteo de sus emociones, al pensar que no es justificable todo lo que está sintiendo debido a su posición económicamente cómoda.

Personalidad: Es extrovertido, pero la pandemia y sus restricciones, así como las clases en modalidad online le han reprimido su personalidad extrovertida y lo hecho tener desmotivación.

Pasatiempos: Jugar videojuegos, leer y reunirse con sus amigos para pasar un buen rato. También en su tiempo libre hace voluntariado en organizaciones sin fines de lucro.

Objetivos: Independizarse emocionalmente, sin esperar que factores externos afecten su forma de vida y crear hábitos de estudios factibles que le ayuden a cumplir sus metas universitarias.

Retos: La procrastinación, la desorganización en el manejo del tiempo, falta de comprensión de sus emociones, autosabotaje y no lograr saber de donde proviene el problema, como validarlo y como resolverlo.

Miedos y preocupaciones: Que la situación se vuelva permanente y que toda su vida se derrumbe ante sus ojos.

5.2.7. Misión, Visión y Valores

5.2.7.1. Misión

Orientar a los estudiantes sobre el manejo de la salud mental, específicamente en materia de bienestar emocional, psicológico y social, para desarrollar, un pensar, sentir y actuar positivo. Buscamos promover la salud mental de forma que la persona tenga nuevas herramientas para enfrentar y superar exitosamente los obstáculos de la vida.

5.2.7.2. Visión

Ser un referente local en el ámbito de la salud mental para la comunidad estudiantil de la Universidad Monteávila a través de nuestro contenido en redes con información de valor, opiniones de expertos y demás, para generar un cambio positivo en el alumnado y promover un rendimiento personal y académico óptimo.

5.2.7.3. Valores

Los valores que rigen el contenido de la cuenta emprendimiento son los siguientes: Objetivos de Desarrollo Sostenible, emoción, integridad, honestidad, respeto, compromiso, empatía, bienestar, solidaridad, espíritu de superación, orientación, y una mejora continua, que nos permita evaluar y optimizar eventualmente nuestros métodos de información.

5.2.8. Plataforma Instagram (Canal de Transmisión)

En el área de la comunicación, podemos definir a un “canal” como “ el medio usado para transmitir la señal del emisor al receptor” (Shannon, C. 1948), siendo en este caso el emisor Positivamente UMA y los receptores los estudiantes de la Universidad Monteávila.

El canal seleccionado para transmitir el mensaje, como ya hemos sugerido en capítulos anteriores, es la plataforma de la compañía Meta, Instagram, la cual, como pudimos observar en las investigaciones realizadas y en las respuestas obtenidas a través de la encuesta realizada, es la red social más utilizada actualmente por el público objetivo. Su carácter visual, formatos y herramientas permiten tanto al usuario como al emisor manejar de manera sencilla esta aplicación nacida en 2010.

Instagram (2022) funciona con 6 formatos para el contenido a publicar:

- Stories: Un formato vertical que puede variar entre fotografías y videos de 15 segundos, los cuales pueden ser contenido original de la cuenta o compartido, proveniente de otra. A este formato se le puede editar y

añadir filtros, etiquetas, texto, y música. Además, tiene herramientas como la creación de encuestas y de cajas de preguntas, las cuales permiten la interacción con el público objetivo.

- Lives: Es un formato vertical, derivado de los stories, que permite la emisión de videos en vivo en el cual pueden participar hasta 4 personas. Estos posteriormente pueden ser publicados como IGTV's
- IGTV: Estos son videos con una duración máxima de 60 minutos si son subidos desde una computadora.
- Videos: La plataforma permite de hasta 1 minuto máximo de duración.
- Reels: Un formato de videos de hasta 45 segundos, similar a la estética de la plataforma Tik Tok.
- Posts: Imágenes estáticas, las cuales pueden ser publicadas individualmente o en carruseles de máximo 10 imágenes. Pueden incluir videos.

Todos estos elementos, a excepción de los Stories, pueden recibir comentarios, "me gusta" y pueden ser guardados por los usuarios que vean un contenido que deseen archivar. Estas acciones generan interacción dentro de la cuenta, actualmente teniendo más peso la acción de "guardar" que el "me gusta", por el cual se puede obtener retroalimentación con la audiencia y, consecuentemente, la creación de una comunidad.



Figura 53: perfil @positivamente.uma . Fuente: Instagram

5.3. Diseño y creación de contenido

Con el objetivo de transmitir lo mencionado en los capítulos anteriores, comentaremos sobre el diseño y contenido que fue creado para el proyecto.

5.3.1. Pilares de contenido

Los pilares de contenido se definen como “categorías que agrupan conversaciones relevantes. Cada pilar de contenido incluye diferentes formatos (artículos, videos, infografías, etc), y diferentes temas de conversación” (Luzuriaga, 2021). A través de estos, se logra hacer engagement con la audiencia mediante contenido de valor.

Los pilares de contenido pueden ser divididos en los siguientes tipos:

- Contenido de entretenimiento: Cuyo propósito es crear un vínculo de confianza y conexión humana con la audiencia. No está necesariamente conectado al servicio o producto asociado a la cuenta.
- Contenido emocional: Al igual que el anterior, apela a la creación de un vínculo con la audiencia pero en un nivel más profundo, a través del storytelling. A diferencia del contenido entretenido, que en palabras de Sebastián Luzuriaga (2021) “causa que las personas te den un like, y quizás te sigan”, el contenido emocional “hace que te manden DMs y correos contándote cuánto se identifican con lo que les estás diciendo”.
- Contenido promocional: Cuya finalidad es vender, debe ser un tipo de contenido muy directo, ya que sirve para conectar con las personas que deseen comprar de inmediato o acceder a lo que vendes.
- Contenido informativo o educativo: Este expone información de interés tanto de la marca como eventos, fechas memorables, temáticas del momento, etc.

A partir de lo expuesto, *Positivamente UMA*, debido a que no vende un producto y es una iniciativa a beneficio de los estudiantes de la Universidad Monteávila, se basa en los pilares de entretenimiento y educativo. Por ende, se crearon las siguientes categorías para el feed:

- Técnicas para enfrentar situaciones que alteren el estado de la salud mental: Ya sea por videos (cortos, IGTVs o Reels), emitidos por profesionales de esta área o imágenes a partir de sus consejos como de los emitidos por organizaciones como la OMS.



Figura 54: post de video de la psicóloga Esther Patricia Vega. Fuente: Instagram

- Consejos para el balance de una buena vida académica y la salud mental, en formato Reels o imágenes.



Figura 55: post de @positivamente.uma. Fuente: Instagram.

- Frases inspiracionales: De personajes de la vida real o ficción relacionadas con filosofía de vida, motivación y salud mental.



Figura 56: post de frase en @positivamente.uma. Fuente: Instagram

Cabe destacar que todos los posts, en la descripción, finalizan con un llamado a la acción para generar interacción con los estudiantes y así mismo abrir un canal de feedback, en donde se pueda ayudar a los estudiantes que así lo busquen y obtener información acerca de la población de interés.

Para las historias de la cuenta, se definieron las siguientes categorías:

- **Distráete:** La cual contiene encuestas divertidas que sirven para el propósito de generar engagement con la audiencia y una dinámica por la cual pueden relajarse.

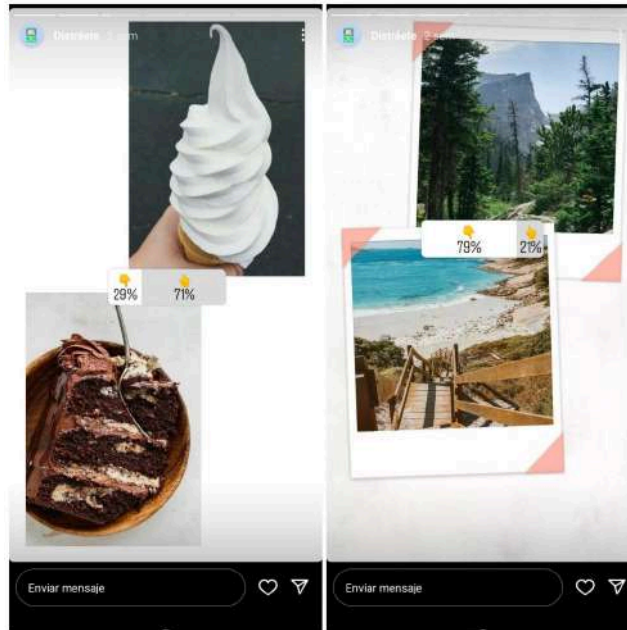


Figura 57: historia de la carpeta “Distraete” en @positivamente.uma. Fuente: Instagram

- Ayuda: Este apartado es una recopilación de los distintos servicios gratuitos o pagos que ofrecen organizaciones dedicadas a la salud mental en Venezuela, como la Federación de Psicólogos de Venezuela, Psicólogos Sin Fronteras Venezuela, y Plafam, así como el contacto de los psicólogos a los cuales se les entrevistó para el contenido de la cuenta. Así, el estudiante que se encuentre en la búsqueda de ayuda profesional puede acceder de manera simple a estos recursos.

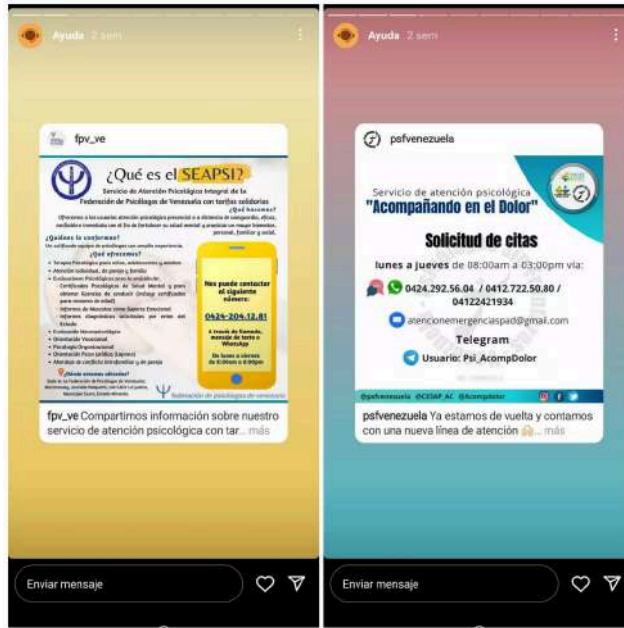


Figura 58: historias de la carpeta “Ayuda” en @positivamente.uma. Fuente: Instagram

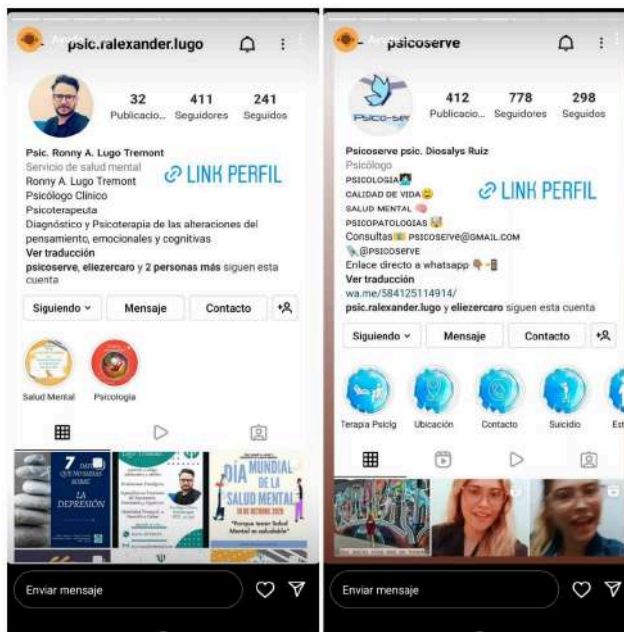


Figura 59: historias de la carpeta “Ayuda” en @positivamente.uma. Fuente: Instagram

- Consejos: Aquí se colocarán los posts de otras cuentas con contenido similar al de *Positivamente UMA* que sean relevantes para la comunidad estudiantil, su salud mental y desarrollo.



Figura 60: historia de la carpeta “Consejos” en @psositivamente.uma. Fuente: Instagram

5.3.2. Paletas de colores

Los colores son herramientas fundamentales al momento de diseñar un proyecto, ya que afectan la percepción visual de la persona y producen incontables emociones. En su libro *La Armonía en el color*, Bride M. Whelan (1994) expresa que “El color afecta nuestra vida, por ejemplo, se puede ver con la vista, pero además el color comunica: se recibe información del lenguaje del color. Es emocional: despierta sentimientos”.

Es gracias a la composición gráfica, que una marca determina finalmente su personalidad, destaca entre la competencia y permite que sus clientes la perciban. El uso adecuado de los colores puede llevar al éxito de una empresa, mientras que una mala combinación o interpretación puede conllevar al fracaso. A continuación se mencionan los significados de los seis colores que fueron utilizados como base de inspiración para este proyecto:

- **Verde:** Es el color predominante en el proyecto. En su aspecto positivo, llena de encanto un parque en primavera, es el color de la naturaleza y por lo tanto, del desarrollo, el progreso y el avance. Asociado a la frescura, a la armonía, al optimismo y a la buena suerte, otorga a la persona inspiración y

esperanza. Está vinculado con la actividad mental, porque promueve la eficiencia y la concentración.

- **Amarillo:** Es el color de la luz del sol, irradia felicidad y provoca alegría, energía y dosis de creatividad. Es un color brillante que genera buen humor, optimismo y positividad. A pesar de su alta excitación óptica representa el aprendizaje y la felicidad y la ambición al hacer las cosas. Con respecto a la actividad mental, es un color que aumenta la memoria, la atención y despierta la inspiración y el intelecto.
- **Naranja:** En su aspecto positivo, el naranja pinta los cielos al final del día, es un color cálido inspiracional y otoñal, relacionado con la juventud, el entusiasmo y la intrepidez. Además, es un color que simboliza el cambio, la transformación y la innovación. En relación con la actividad mental, el naranja fomenta el equilibrio mental, la armonía y la salud emocional.
- **Rosa:** Es el lenguaje de las flores y transmite simpatía, cercanía, cordialidad, afecto y suavidad. Es la simbolización del amor y la esperanza. Relacionado con la mentalidad, es el color que llama la atención de personas, intuitivas, reservadas y tranquilas que tienden a preocuparse y a cuidar de los demás. También, ayuda a combatir las emociones negativas e induce a la calma.
- **Azul:** Es el color que surca los cielos y se refleja en el agua, evoca la generosidad, la confianza y la credibilidad. En el ámbito mental, se asocia con cualidades positivas como la serenidad absoluta, el pensamiento racional, la profesionalidad y la eficiencia, además de la tolerancia, empatía y el entendimiento recíproco.
- **Marrón:** Está presente en el tronco de los árboles y en todo lo rustico que se ve por la calle. Es un color natural y orgánico que comunica seriedad, consuelo y bienestar. Según el Test de Lüscher, creado por Max Lüscher, (1947) "el marrón anestesia las sensaciones desagradables para encontrar un estado de bienestar y de relax perdido.

A pesar de la utilización de los colores llamativos mencionados anteriormente, también se hizo uso de colores complementarios, en más tonalidades pasteles que ayudarán a suavizar y a generar contrastes en los mismos, con el objetivo de que el feed de la cuenta no se viera sobresaturado para el espectador, con los tonos y el contenido.

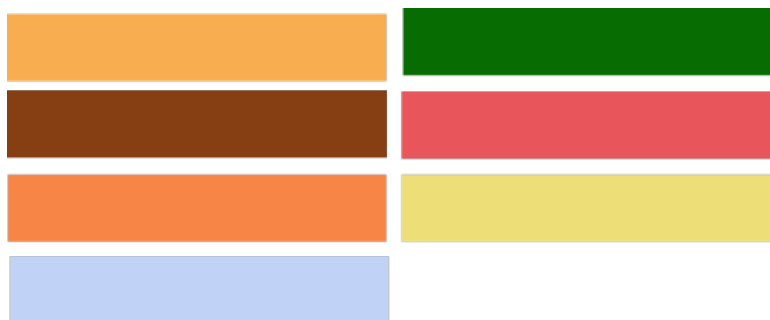


Figura 61: paleta de colores de Positivamente Uma. Fuente: Adobe Illustrator, diseño propio.

5.3.3. Tipografía

La importancia de la utilización de la tipografía en la marca es primordial en el sentido de transmitir lo que queremos comunicar, ya sean emociones, percepciones y sensaciones. Además de que la tipografía es la que identifica a cualquier proyecto ya sea por finalidad u objetivo, sin embargo, para elegir una tipografía debe de investigarse y buscar la correcta para lograr identificar al proyecto.

“Chicken Pie” creada por Estudio M (2020), se usó con el fin de asociar un aspecto universitario y estudiantil, que a su vez sea reconocible para la marca y para el público, sin embargo, más allá de eso, se quiso transmitir que fue hecha a mano, con si fuera un apunte en el salón de clases. Esta tipografía fue usada tanto para la definición del logo como para los títulos de las publicaciones en la cuenta.

Chicken Pie

Figura 62: muestra de la tipografía “Chicken Pie”. Fuente: Dafont (2020)



Figura 63: logo de Positivamente UMA. Fuente: Adobe Illustrator, diseño propio.

“AsDonuts” creada por GFRcreative (2021), esta tipografía al igual que Chicken Pie tiene el mismo objetivo de transmitir una área estudiantil y universitaria, solo que esta transmite amabilidad, generosidad, gentileza y ternura más cuando hablamos sobre el bienestar mental. La visualización de la tipografía es la siguiente:

AsDonust

Figura 64: muestra de la tipografía “AsDonuts”. Fuente: Dafont (2021)



Figura 65: post de @positivamente.uma . Fuente: Adobe Illustrator, diseño propio.

“Creato Display” creada por LaFontype (2021), se utilizó esta tipografía en el cuerpo de los textos del contenido, además de como título con la finalidad de transmitirle a los consumidores, elegancia, modernidad y belleza, debido a que es redonda, fácil de distinguir y sencilla de leer. La visualización de la tipografía es la siguiente:

Creato Display

Figura 66: muestra de la tipografía “Creato Display”. Fuente: Dafont (2021)



Figura 67: post de @positivamente.uma . Fuente: Adobe Illustrator, diseño propio.

5.3.4. Diseño

El diseño para redes sociales, específicamente para la red social Instagram, es crucial para captar la atención de los usuarios debido al carácter visual de la plataforma.

Esta red social funciona con la figura del “feed”, en la cual se almacenan todos los contenidos publicados, entre los cuales pueden ser imágenes, ya sean diseñadas o fotografías, videos cortos de 1 minuto, videos largos de hasta 15 minutos (IGTV), y el tipo de contenido recientemente añadido denominado “Reels”, el cual es definido por la compañía como “videos cortos y entretenidos en donde puedes expresar tu creatividad y traer a la vida tu marca. Las personas ven los Reels para participar en tendencias culturales, colaborar con la comunidad y descubrir nuevas ideas”. que sean fáciles de descubrir en Instagram.

Asimismo, fuera del feed pero parte la cuenta, son las “Historias destacadas” dentro de las cuales se pueden almacenar los momentos memorables o información que se quiera compartir con el público. Estos contenidos componen el feed se aglomeran en la sección de “Explorar”, a excepción de las historias.

Sin embargo, la primera impresión de una cuenta en Instagram es mayoritariamente dictada por la presentación de este feed, del cual el usuario que visite a su cuenta de interés puede hacer “scroll” hacia abajo y revisar los contenidos más antiguos publicados, que en un principio van a ser captados como imágenes.

Por ende, la creación de un feed que sea ameno, fácil de entender y atrayente es vital para mantener a una audiencia interesada en la cuenta. Este debe poseer una armonía y estética en material visual, de acorde con las especificaciones de la cuenta, para así invitar de manera sencilla al consumidor del contenido a ser inspeccionado, lo cual puede ser considerado como una estrategia de la marca para atraer a más seguidores.

Existen distintas formas de diseñar el feed de una cuenta de Instagram, varias de estas las podemos encontrar en el siguiente esquema:

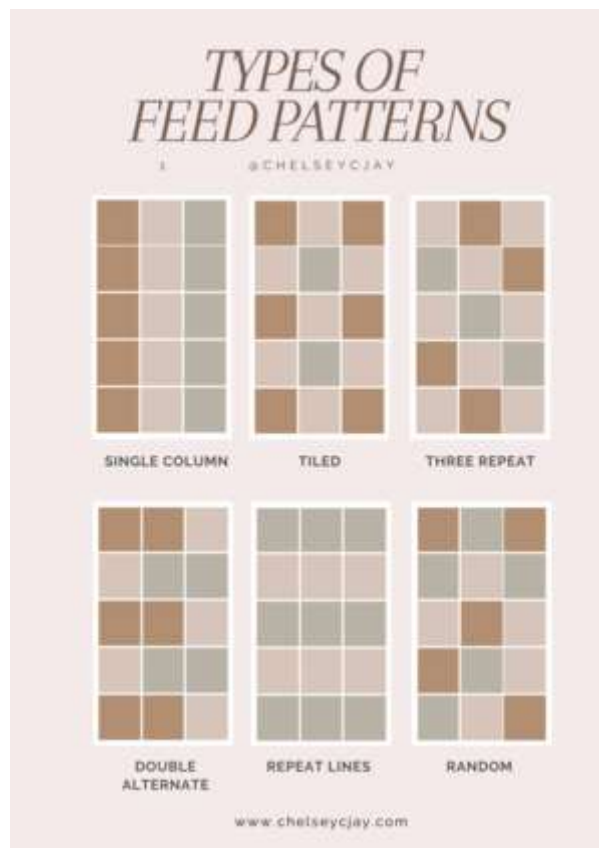


Figura 68: ejemplo de esquemas de feed. Fuente: Jay, C. (2021)

El equipo detrás del proyecto decidió personalizar el esquema conocido como “Double Alternate”, en el cual se distribuyeron las publicaciones como dos imágenes, en ocasiones un carrusel, y un video, ya sea Reel, video corto o IGTV.

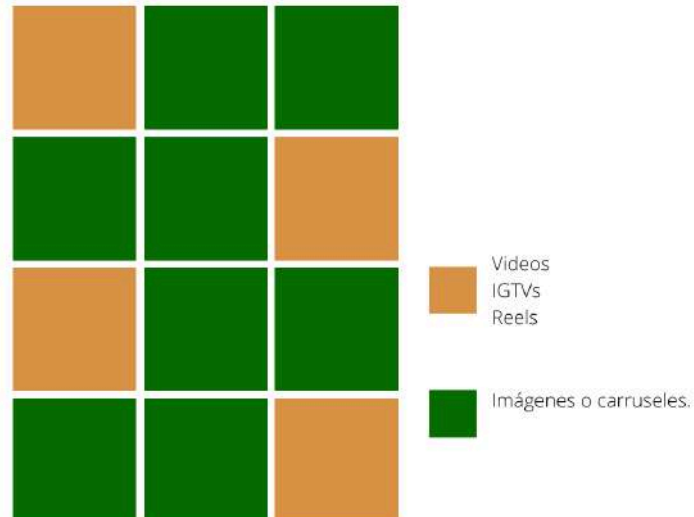


Figura 69: diseño del feed para @positivamente.uma . Fuente: Canva, diseño propio.



Figura 70:: feed de @positivamente.uma. Fuente: Instagram

Se puede observar que mayoritariamente el feed posee como principal color el verde del logo, con el cual se busca eludir a la Universidad Monteávila como a la comunidad de estudiantes que lo conforman. De igual forma, debido al carácter educativo y a la vez cercano con el que se quiere comunicar a la audiencia, el color utilizado como unificador asemeja al de una pizarra de tiza, comúnmente asociada al ámbito escolar. Asimismo, se incluyen elementos como cuadernos y portapapeles dentro del diseño de algunos posts, específicamente en los de las frases, así como dibujos de figuras de colores pastel, para sustentar esta estética.

Como inspiración a la cuenta, se tomaron en cuenta a @selfcarespotlight y @studentmindsorg, en las cuales se combinan las publicaciones a base de diseños con otras basadas en videos y fotografías que aluden a la salud mental.

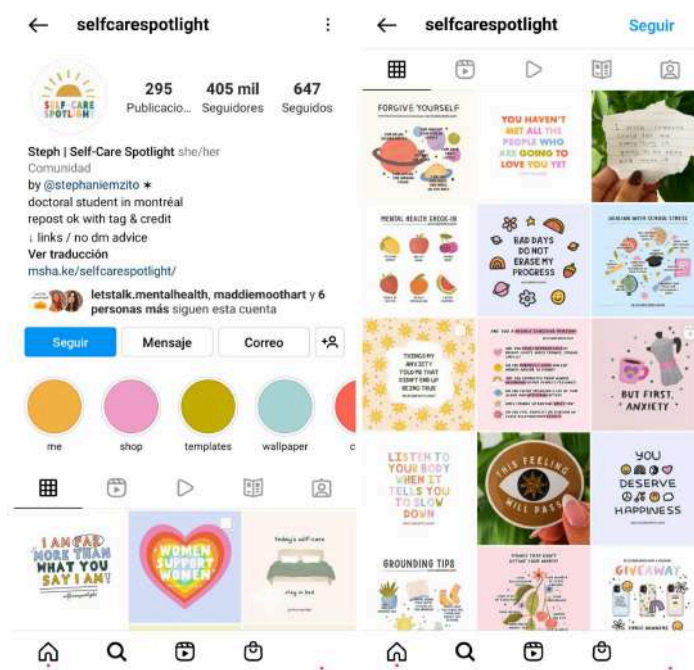


Figura 71: feed de @selfcarespotlight. Fuente: Instagram (2022)

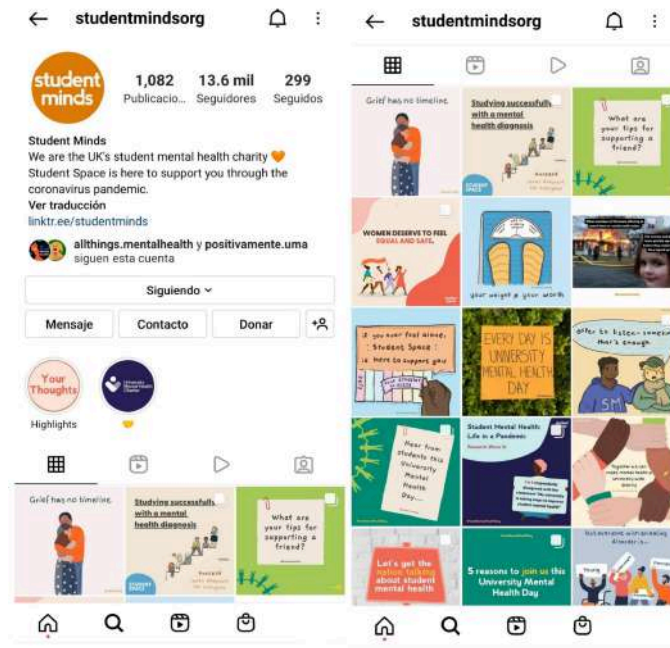


Figura 72: feed de @studentmindsorg. Fuente: Instagram (2022)

5.3.5. Logo

El logotipo es la máxima representación de una marca, como lo menciona Lozado (2018), “todo signo gráfico que permite identificar a una empresa, un producto comercial, un proyecto, o en general, a cualquier entidad pública o privada” por lo tanto al manejar una marca se tuvo lugar a desarrollar un logo para identificarnos y para que los espectadores puedan conocernos.

A la hora de desarrollar el logo, se investigó qué tipo de logotipo se iba a utilizar para la marca y se seleccionó el imagotipo, según Eduardo Olivares (2014), es una “Combinación de un logotipo con un isotipo, es decir, de letras o cifras con íconos o imágenes, pero como elementos separados.” Se escogió este modelo con la finalidad de que los consumidores puedan identificar la marca con el nombre y la imagen asimismo por el dinamismo y apelación del diseño creado.

En este caso se le puso nombre a la marca como *Positivamente UMA*, surge de la combinación de la palabra “positivo”, que según la Real Academia Española (2021), significa “Dicho de una persona: Optimista, inclinada a ver el aspecto

favorable de las cosas” en consecuencia se utilizó la palabra positiva con el significado de mantener una mente flexible y darles la vuelta a las adversidades.

Sin embargo, se utilizó la palabra “positivamente” porque según la Real Academia Española (2021), significa “De manera positiva”. El conjunto "positivamente" junta esta creencia con el aspecto mental, debido al final de la palabra "mente". Por último se usa la palabra UMA (Abreviación de Universidad Monteávila), porque es un proyecto dirigido a los estudiantes de esa universidad.

Es fundamental para hacer un logo la selección correcta de los colores, para transmitirle a la audiencia lo que se quiere comunicar, en este caso se colocaron los colores, verde y amarillo. Según el autor García (2017), los siguientes colores representan: “Amarillo: sabiduría, discernimiento, buen criterio y el Verde: compasión, comprensión, benevolencia. Generosidad, humildad”.

Teniendo en cuenta el significado de los colores, esto nos puede acercar a lo que se le quiere transmitir a la audiencia, debido a que como la cuenta Positivamente UMA, tiene el principal objetivo de dar recomendaciones sobre el bienestar mental en tiempos de pandemia a los estudiantes, se tiene como finalidad que mediante el logo se pueda transmitir sabiduría, buen criterio, compasión, comprensión, benevolencia, generosidad y humildad. Cabe destacar que el color verde más allá del significado, se quería representar también a la universidad Monteávila, debido a que está dirigida a la audiencia a los estudiantes de esa universidad.

También es importante mencionar que la selección de la tipografía es fundamental a la hora de comunicar un logo, Según Arias Chaguay (2011) “La tipografía crea un incentivo en los consumidores finales, y a la vez transmite emoción, época y percepciones de lo bello a lo abstracto”.

Por lo tanto, es primordial buscar una tipografía correcta para que llame la atención y se identifique con los objetivos, en este caso se seleccionó la tipografía “Chicken Pie” al ser parecida a la caligrafía estudiantil, por tanto, se quería asociar la tipografía a un aspecto universitario y a su vez que sea bastante llamativo y amigable a los ojos de los consumidores.

Por otro lado, la figura representativa del proyecto es un golden retriever, inicialmente el logo se originó de la encuesta del proyecto, cuando se le cuestionó a los estudiantes ¿Qué animal asocian con la salud mental?, la respuesta más destacada fue finalmente el perro.

Luego de una profunda investigación se encontró que los perros tienen excelentes beneficios para la salud mental en muchos aspectos, como lo indica Jiménez (2012) en su investigación “Algunos estudios interesados en conocer los efectos sobre la salud han demostrado valores más bajos de estrés y más altos en salud mental en las personas que conviven con perros como animales de compañía y que los consideran como miembros de la familia”.

Además de que los perros pueden ayudar a las personas en todos los ámbitos incluso en el área universitaria como lo informa la revista científica Muy Interesante (s.f.) “Un equipo de investigadores de la Universidad Estatal de Washington analizó los niveles de cortisol de más de doscientos estudiantes sometidos a estrés debido a los exámenes o a la necesidad de encontrar trabajo. El grupo que interactuaba con perros o gatos experimentó una disminución significativa de los niveles de esta hormona, y además este efecto se notaba tan solo diez minutos después de esta interacción”.

Debido a esto, se eligió el golden retriever como imagen de la cuenta, al ser un perro de compañía ideal. La empresa Hills dedicada al cuidado de los canes explica que “estos perros tienen ganas de agradar, lo que probablemente explique por qué responden tan bien al adiestramiento en obediencia, hecho que hace que sean perros de apoyo muy populares”. Esto justifica la elección de esta raza para representar la misión al crear una cuenta de bienestar mental para los estudiantes universitarios de la Monteávila.



Figura 73: logo de Positivamente UMA. Fuente: Adobe Illustrator, diseño propio.

5.3.6. Grilla de contenido

Para la organización del contenido a publicar en la cuenta, se creó un calendario de contenido a través de la plataforma de Google denominada “Google Sheets”, con la intención de organizar las publicaciones, colocando las inspiraciones para los diseños, los copys, descripciones y hashtags a usar para el posicionamiento de la cuenta. Así mismo, aquí se añade el tiempo propuesto para el lanzamiento de la página, la cual se considera pertinente realizar a principios de semestre, ya sea en el comenzado en Octubre o Marzo.

El uso de este tipo de calendario, conocido también como “grilla”, tiene diversos propósitos, los cuales pueden ser: ahorrar tiempo mediante la organización, evitar errores tipográficos y de publicación, permite pensar en otras estrategias, mantiene una visión global de la cuenta, balancear entre los propósitos de la estrategia, eventos importantes y noticias de último momento, permite la realización de contenido de mayor calidad y darle seguimiento “a lo que funciona” y mejorarlo (Cooper, T. 2020).

A partir de lo comentado, para el proyecto *Positivamente UMA* se creó una grilla de contenido, la cual se puede obtener a través del siguiente enlace: <https://bit.ly/3KBglGj>

5.3.7. Recursos y herramientas

Para la realización de este Proyecto Final de Carrera y el diseño de la cuenta *Positivamente UMA* , se contó con los siguientes recursos y herramientas expuestos a continuación:

- Computadora portátil Acer y una computadora portátil Lenovo.
- Xiaomi Redmi Note 8
- Cámara digital
- Programa Adobe Illustrator CC 2020.
- Canva en su versión web de herramientas de diseño simplificadas.
- Graphic Burger y Flaticon en versión web para obtener iconos, vectores y texturas.
- Pexels, Pixabay y Freepik en versión web para obtener imágenes y fondos de buena calidad.
- Dafont en versión web para obtener tipografías.
- StoryArt: aplicación para teléfonos Android para el diseño de historias para Instagram.
- Herramientas de Instagram Stories e Instagram Reels.
- Herramientas de Google: Google Docs, Google Forms, Google Sheets, Google Drive y Google Meet.
- La aplicación de mensajería instantánea Whatsapp para las comunicaciones internas del grupo encargado del proyecto.

Capítulo VI

Conclusiones y Recomendaciones

6.1. Conclusiones

El presente proyecto tuvo como objetivo principal crear una cuenta en Instagram que llamamos *Positivamente UMA* con la finalidad de promover el cuidado de la salud mental a los estudiantes de la Universidad Monteávila, así como de crear un antecedente que evidenciara las necesidades en el área psicológica de los mismos. Tras la presentación del proyecto, podemos cerrar expresando las siguientes conclusiones.

Las entrevistas realizadas a los psicólogos reafirmaron al equipo que, antes de la pandemia ya el venezolano era proclive a sufrir trastornos mentales, la misma sólo aumentó la posibilidad de padecer malestares mentales como fobias, obsesiones, angustia, irritabilidad y desesperanza. A esto, afirmaron que los estudiantes universitarios no escapan de estos síntomas, lo cual quedó en evidencia en los resultados de la encuesta realizada, con un 88.3 % de los encuestados afirmaron que la pandemia de COVID-19 afectó a su salud mental.

A partir de los resultados obtenidos durante esta primera parte del proyecto, se reafirmó la necesidad de crear un espacio para los estudiantes de la Universidad Monteávila que brindara herramientas preventivas y de manutención para una buena salud mental. Así mismo, estos resultados también pueden ser tomados como una justificación al reciente auge de contenido relacionado con la promoción de la salud mental. Por lo tanto, se hizo la propuesta de crear un espacio virtual exclusivamente para los jóvenes umaístas, en donde se les brindara información certera sobre esta temática.

Para la creación del espacio, se utilizó a la red social Instagram, debido a su popularidad, su carácter dinámico y visual que tanto atrae a las generaciones jóvenes. Así surge *Positivamente UMA*, una cuenta que brinda herramientas, a base de información sustentada, a los estudiantes que requieran y busquen cuidar de su salud mental. Para ello, tendrían a su disposición videos realizados por los propios profesionales entrevistados, carruseles con información acerca de sentimientos y

sensaciones que aparecen en épocas extraordinarias, frases motivacionales para mantener el espíritu, dinámicas para la recreación y el contacto de asociaciones y organizaciones sin fines de lucro que se dedican al cuidado de la salud mental.

Para el diseño visual de *Positivamente UMA*, se decidió la combinación de colores llamativos y suaves, que emularan familiaridad en los estudiantes al ser colores que se encuentran en el diseño de su casa de estudio, pero no sin su propia personalidad. Para el diseño del logo se desarrolló una imagen llamativa y simbólica, única dentro de la esfera de la población en cuestión, para mayor diferenciación y *appeal*.

Por otra parte, para el diseño comunicativo se puede destacar que si bien la cuenta posee un lenguaje preciso e informativo, también busca ser amigable y en ocasiones informal, algo con lo cual se considera puede crear un vínculo con el estudiante.

Positivamente UMA es un proyecto que, tras la realización de los análisis previamente expuestos, podemos considerar viable y de gran utilidad para el que lo requiera. Es un mecanismo que puede auxiliar a sus estudiantes en tiempos de conmoción. Es único dentro del mercado de la Universidad Monteávila y uno que exalta de otros proyectos de universidades que poseen departamentos dedicados a la salud mental de sus estudiantes.

Es de relevancia destacar que la planificación de *Positivamente UMA* fue hecha de manera muy minuciosa, detallada y asertiva, con la ayuda de los conocimientos y herramientas que sus realizadoras adquirieron durante todo el transcurso de su carrera universitaria, su experiencia propia durante estos eventos, así como la cercanía que tenían las mismas con el público objetivo, facilitó la formulación de las estrategias adecuadas.

Aun cuando no es un proyecto oficial de la Universidad Monteávila, *Positivamente UMA* ha tenido un buen recibimiento, contando con cien seguidores activos en apenas un mes de prueba. De ser un proyecto formal para la casa de estudios, ya contaría con una base sustentada de seguidores.

Finalmente, podemos concluir que *Positivamente UMA* tiene la potencialidad de ser un proyecto viable, sin necesidad de financiamiento. Es un mecanismo virtual que puede auxiliar a los estudiantes ante eventos de desgaste emocional, como lo ha sido la situación socioeconómica de la población venezolana, la pandemia del COVID-19 y actualmente, el estado de incertidumbre y expectativa que se vive debido al conflicto ruso ucraniano.

6.2. Recomendaciones

Para formalizar este proyecto como un canal de comunicación bidireccional entre los estudiantes que busquen apoyo psicológico y su casa de estudios, se propone la creación de un departamento dentro de la Universidad Monteávila que vele por el bienestar mental de sus estudiantes, es un aspecto tan primordial como lo es el mental, que ofrezca servicios de asesoramiento psicológico con profesionales o, en alianza con otras universidades, servir como un espacio en donde futuros psicólogos puedan ejercer sus pasantías, además de ofrecer charlas generales y realizar campañas de concientización sobre este aspecto. De esta manera, los umaístas, con una base de bienestar sólida, que pudieran alcanzar, sin mayor esfuerzo, el valor tan característico de la universidad de la excelencia.

Por otra parte, en aras a la diversificación y expansión de *Positivamente UMA*, se propone trabajar de la mano con Radio UMA y UMA TV para la creación de contenido que sustente el propósito del proyecto. Se sugieren formatos tipo podcast o videos en los cuales se puedan entrevistar a profesionales de la salud, a miembros de organizaciones no gubernamentales que destaquen por su labor en el área de la salud mental y a defensores de la misma.

Además, en este aspecto se recomienda usar los canales de la universidad a través de las redes sociales, así como del centro de estudiantes, para la promoción de la cuenta y así llegar a estudiantes, e inclusive ex alumnos, que desconozcan de ella.

Por otra parte, se sugiere la expansión del equipo humano así como de los recursos disponibles para cumplir esta tarea.

Finalmente, así como este fue un tema de gran interés, por el cual el equipo llegó a sentirse apasionado en la medida en la cual se indagaba más en el tema y se materializaba el proyecto, y que finalmente, en nuestra opinión personal, marcó y benefició en gran medida a nuestra vida profesional, se recomienda a los futuros estudiantes que deban realizar un Proyecto Final de Carrera que escojan un tema del cual les gustaría conocer más, o un tema del cual ya conocen y del que quieran compartir con el mundo. De esta manera, el proyecto no solo será una aventura que se disfrutará, sino que las emociones puestas en él llegarán a cada persona que pueda disfrutar y beneficiarse del trabajo realizado.

Referencias

Aguirre, J. L. (2011, diciembre). Introducción al análisis de redes sociales. *Documentos de Trabajo del Centro Interdisciplinario para el Estudio de Políticas Públicas*, 82(2), 1-59.

<https://www.ciepp.org.ar/images/ciepp/docstrabajo/doc%2082.pdf>

Alcalá, Y. Briceño, G. Characo, G. Torres, K. (.2021). "Estrategia digital para motivar a mujeres a realizar sus proyectos a través de la plataforma de Instagram: "MADAMEVISION"" Universidad Monteávila, Caracas - Venezuela [Tesis Maestría - Doctorado no publicada]

Aldana-Zavala, J. J., & Rodríguez-Partidas, N. J. (2020, julio) Depresión, ansiedad y estrés por COVID-19 en actores educativos. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria de Ciencias de la Salud*, 4(8) , 1-18. <http://dx.doi.org/10.35381/s.v.v4i8.932>

Alvino, C. (2021). Estadísticas de la situación digital de Venezuela en el 2020-2021. Consultado el 14 de noviembre de 2021. <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-venezuela-en-el-2020-2021/>

American Psychological Association (s.f.). Uncertainty. American Psychological Association. <https://dictionary.apa.org/uncertainty>

Angarita G. María Gonzáles G. Patricia Maza B. Andrea .(2021). "Campaña social de Impacto en Instagram y Tiktok sobre la contaminación de las playas de La Guaira: "RECONECMAR"" Universidad Monteavila, Caracas - Venezuela [Tesis Maestría - Doctorado no publicada]

Arias Chaguay, C. Z., & Soriano Chaguay, M. C. (2011). *La tipografía como factor psicológico en la interpretación de los mensajes publicitarios* (Tesis de grado). <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/1999>

Arsandaux, J., Montagni, I., Macalli, M., Texier, N., Pouriel, M., & Germain, R. et al. (2021). Mental health condition of college students compared to non-students during

COVID-19 lockdown: the CONFINS study. *BMJ Open*, 11(8), e053231. doi: 10.1136/bmjopen-2021-053231

Asociación Civil Paz Activa (2016, 9 de agosto). Crisis económica aumenta la ansiedad y la depresión en la colectividad venezolana. <https://pazactiva.org.ve/crisis-economica-aumenta-la-ansiedad-y-depresion-en-la-colectividad-venezolana/>

Ayllón, J. R. (2005). La sociedad. *Ética Razonada. Colección Mundo y Cristianismo* (pp.7 - 72) . Ediciones Palabra.

Brooks, S. K., Webster, R. K., Smith, L. E., Woodland, L., Wessely, S., Greenberg, N., & Rubin, G. J. (2020). The psychological impact of quarantine and how to reduce it: rapid review of the evidence. *The Lancet*, 395(10227), 912–920. <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s11469-020-00330-z.pdf>

Cabanyes, J., & Monge, M. A. (2017). La salud mental y sus cuidados (4.a ed.). http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/LibroSaludMentalCuidados.pdf

Calculadora del tamaño de muestra | SurveyMonkey. (2022). <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

Campbell, S. (2022, 2 de marzo) Instagram Statistics 2022: Does it have 2 billion Users? Latest Data. The Small Business **Blog**. https://thesmallbusinessblog.net/instagram-statistics/#Key_Instagram_Statistics2022

Castells, M. (2001). Internet y la sociedad red. *La factoría*, 14(15), 1-13. http://fcaenlinea.unam.mx/anexos/1141/1141_u5_act1.pdf

Cobo-Rendón, R., Vega-Valenzuela, A., & García-Álvarez, D. (2020). Consideraciones institucionales sobre la Salud Mental en estudiantes universitarios durante la pandemia de Covid-19. *CienciAmérica*, 9(2), 277-284. <http://cienciamerica.uti.edu.ec/openjournal/index.php/uti/article/view/322>

Comunica Web (s.f.) Defina su buyer persona en 7 pasos + 3 ejemplos [presentación en diapositivas]. Comunica Web. <https://classroom.google.com/u/1/c/MTU5NTQ1MDE2NDE2/m/MTg1OTIzMDcyNDc5/details>

Cooper, P. Tien, S. Tien (2020, 29 de julio). Cómo crear un calendario de contenido para redes sociales: pasos y plantillas [Blog]. <https://blog.hootsuite.com/es/calendario-de-contenido-de-redes-sociales/>

Coronado, M. (2021, 31 de diciembre). Epícteto “Te conviertes en aquello a lo que le prestas atención”. https://www.instagram.com/p/CYKBXg-qhIV/?utm_medium=copy_link

Delgado, M. P., Rodríguez, J. M., Sánchez, M. M., & Gutiérrez, R. B. (2012). Conociendo mindfulness. Ensayos: Revista de la Facultad de Educación de Albacete, (27), 29-46. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4202742>

Dredge, S. (2020, 27 de septiembre). 20 best apps to get you organized. The Observer. <https://www.theguardian.com/technology/2020/sep/27/20-best-apps-to-get-you-organised>

Eden, A. Johnson, B. Reinecke, L. Grady, S. (2020, 18 de diciembre). Media for coping During COVID-19 Social Distancing: Stress, Anxiety, and Psychological Well Being. *Frontiers in Psychology*. **10.3389/fpsyg.2020.577639**

EFE. (2021). Murieron 14 personas más en venezuela a causa del covid-19. El Nacional. <https://www.elnacional.com/venezuela/murieron-14-personas-mas-en-venezuela-a-causa-del-covid19/>

Fawaz, M., Al Nakhal, M., & Itani, M. (2021). COVID-19 quarantine stressors and management among Lebanese students: a qualitative study. *Current Psychology*, 1-8. <https://bmcp psychology.biomedcentral.com/track/pdf/10.1186/s40359-021-00589-4.pdf>

Fawaz, M., & Samaha, A. (2021, January). E-learning: Depression, anxiety, and stress symptomatology among Lebanese university students during COVID-19 quarantine. In *Nursing forum* (Vol. 56, No. 1, pp. 52-57).: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/nuf.12521>

Fernández Moreno, L. (2019). *Instagram como herramienta de marketing en el sector del fitness: experiencia de un micro-influencer de Prozis*. [tesis de grado, Universidad de Valladolid]. Trabajos de Fin de Grado UVA. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/37737>

Ferrer, L. P. (2020). El COVID 19: Impacto psicológico en los seres humanos. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria de Ciencias de la Salud. SALUD Y VIDA*, 4(7), 188-199. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7407744>

García, J. F. C. (2017). Psicología del color aplicada a los cursos virtuales para mejorar el nivel de aprendizaje en los estudiantes. *gráfica*, 5(9), 51-56. https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=psicologia+del+color&btnG=

GFR Creative (2021, 13 de abril). AsDonuts. Dafont. <https://www.dafont.com/es/asdonuts.font?text=creato+display>

Gimeno, S. (2021, 11 de marzo). Las cinco mejores aplicaciones gratuitas para organizar tu calendario. *eldiario.es*. https://www.eldiario.es/consumoclaro/consumo-digital/mejores-cinco-apps-gratuitas-calendario_1_7288681.html

Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*. Bantam

Gómez, D. (2014, 5 de diciembre). El arte de la diferenciación. Blog. <https://bienpensado.com/el-arte-de-la-diferenciacion/>

González, I. S. (2005). Internet, virtualidad y comunidad. *Revista de Ciencias Sociales* (Cr), 2(108), 55-69. https://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/74882/Siles_Internet_Virtualidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gritsenko, V., Skugarevsky, O., Konstantinov, V., Khamenka, N., Marinova, T., Reznik, A., & Isralowitz, R. (2020). COVID 19 fear, stress, anxiety, and substance use among Russian and Belarusian university students. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-7. [10.1007/s11469-020-00330-z](https://doi.org/10.1007/s11469-020-00330-z)

Hansen J. Natalie. (2014). "Social Media and campaigns for social good: Best Practices for mental health nonprofits organization"
Colorado State University- Fort Collins, Colorado (EEUU)

Hillspet. (2018) Características y personalidad de la raza de perro Golden Retriever.. Hillspet.<https://www.hillspet.es/dog-care/dog-breeds/golden-retriever>

Houtman, I. L., & Kompier, M. A. ¿ Qué es la salud mental?: un modelo conceptual. https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Un+estado%3A+por+ejemplo%2C+un+estado+de+bienestar+psicol%C3%B3gico+y+social+total+de+un+individuo+en+un+entorno+sociocultural+dado%2C+indicativo+de+estados+de+%C3%A1nimo+y+afectos+positivos+%28p.+ej.%2C+placer%2C+satisfacci%C3%B3n+y+comodidad%29+o+negativos+%28p.+ej.%2C+ansiedad%2C+estado+de+%C3%A1nimo+depresivo+e+insatisfacci%C3%B3n%29.&btnG=

Instagram. (2022, 5 de agosto). Introducing Instagram Reels. Consultado el 6 de marzo de 2022. <https://about.instagram.com/blog/announcements/introducing-instagram-reels-announcement>

Instagram. (2022). Instagram. Versión 225.0.0.19.115. [aplicación móvil]. Google Play Store. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.instagram.android&hl=en&gl=US>

Jay, C. (2021). Following a feed pattern for your instagram feed. Chelsey C Jay Blog <https://www.chelseycjay.com/blog/do-i-need-to-follow-a-feed-pattern>

Jiménez, X. O., Hernández, R. L., & Ramírez, M. T. G. (2012). Terapia asistida por perros en el tratamiento del manejo de las emociones en adolescentes. *Summa psicológica* UST, 9(2), 25-33.

https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=perros+y+salud+mental&oq=perros+y+salud

Kemp, S.(2022, 15 de febrero). Digital 2022: Venezuela. Data Reportal <https://datareportal.com/reports/digital-2022-venezuela>

Kicksta (s.f.). Instagram Engagement Calculator. Kicksta. <https://kicksta.co/instagram-engagement-calculator>

König, W. H. (2000, 6 de junio). *El miedo desde la perspectiva de la psicología profunda y la astrología* [sesión de conferencia]. Congreso Mundial de Astrología de Lucerna. Lucerna, Suiza. http://www.libroesoterico.com/backup/biblioteca/Astrologia/Articulos/El_miedo_psicologia_profunda.pdf

Kotler, P. Armstrong, G. (2011, marzo). Principles of Marketing.14th Edition.

Lafontant, G. (2021, 29 de mayo). La pandemia del covid-19 ha permitido que el venezolano hable con mayor libertad de su salud mental. *El Nacional*. <https://www.elnacional.com/actualidad/la-pandemia-del-covid-19-ha-permitido-que-el-venezolano-hable-con-mayor-libertad-de-salud-mental/>

Lafontype (2021, 10 de agosto). Creado Display. Dafont. <https://www.dafont.com/es/creato-display.font?text=creato+display>

León, Daniela. (2020, 10 de Octubre). Salud Mental: En Venezuela hay recrudescimiento de enfermedades mentales. El Diario. <https://eldiario.com/2020/10/10/salud-mental-venezuela-enfermedades/>

Le Vigouroux, S., Goncalves, A., Charbonnier E. (2021, 20 de enero). La vulnerabilidad psicológica de los estudiantes universitarios franceses al encierro COVID-19. *Revista Sage Journals*, 48(2). <https://doi.org/10.1177/1090198120987128>

Levitt, T. (1980, mayo). The Globalization of Markets. Harvard Business Review. <https://hbr.org/1983/05/the-globalization-of-markets>

Lirola Pino, C., Martín Perales, R., & Martín Pueyo, E. (2015). *Nuevas vías para la publicidad: análisis de la red social Instagram*. Trabajo Fin de Grado en Publicidad y Relaciones Púlicas.

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/26088/tfgpubnuevasviasparala.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lozano, M. G. B. (2018). La importancia de un logotipo. *Boletín de la Sociedad de Pediatría de Aragón, La Rioja y Soria*, 48(2), 37-37. https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=logotipo&btnG=#d=gs_cit&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3AnDNNcfzVuoAJ%3Ascholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D2%26hl%3Des

Lucas, G. (1980). *Star Wars: Episodio V - El Imperio Contraataca*. [película]. Lucasfilm.

Lusher, M. (1990, 15 de septiembre). *Luscher Color Test*. Pocket Books.

Luzuriaga, S. (2021, 17 de mayo). 4 pilares de contenido esenciales que debes utilizar. Blog.

<https://sebastianluzuriaga.com/4-pilares-de-contenido-esenciales-que-debes-utilizar/>

Manson, M. (2018). *El sutil arte de que te importe un carajo: Un enfoque disruptivo para una buena vida*. HarperCollins México. (pp. 25)

Maqueira, J. M., & Bruque, S. (2009). *Marketing 2.0: el nuevo marketing en la web de las redes sociales*. *Revista Internacional de Comunicación Audiovisual*. (pp. 106-110). <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/3549>

Martínez, E. (2021, 14 de octubre). Los 12 arquetipos de personalidad de Carl Jung. Psicoactiva. <https://www.psicoactiva.com/blog/los-arquetipos-de-jung/>

Mazza, C., Ricci, E., Biondi, S., Colasanti, M., Ferracuti, S., Napoli, C., & Roma, P. (2020 2 de mayo). A Nationwide Survey of Psychological Distress among Italian people during the COVID-19 pandemic: immediate psychological responses and associated factors. *International journal of environmental research and public health*, 17(9), 3165. [10.3390/ijerph17093165](https://doi.org/10.3390/ijerph17093165)

Moreno, P. J. (2002). *Superar la ansiedad y el miedo. Un programa paso a paso* (pp 1 - 236). Desclée de Brouwer.
<https://st11.ning.com/topology/rest/1.0/file/get/2187555?profile=original>

Muy interesante. (s.f). 10 beneficios de tener perro para tu salud mental. Muy interesante.
<https://www.muyinteresante.es/mascotas/fotos/10-beneficios-de-tener-perro-para-tu-salud-mental-371629802198>

Nombela, C. (2018, 6 de octubre). Estrategias para diferenciar tu empresa de la competencia. Forbes.
<https://forbes.es/empresas/45381/estrategias-para-diferenciar-tu-empresa-de-la-competencia/>

Observatorio Venezolano de Violencia. (2021, 28 de diciembre). Informe Anual de Violencia 2021.
<https://observatoriodeviolencia.org.ve/news/informe-anual-de-violencia-2021/>

Olivares, E. H. (2014). Logotipos, isotipos, imagotipos e isologos: una aclaración terminológica1. *IX*, 46, 47.
[http://www.paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/157/Logotipos,_isotipos,_i_magotipos_e_isologos_\(e.pdf](http://www.paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/157/Logotipos,_isotipos,_i_magotipos_e_isologos_(e.pdf)

Organización Mundial de la Salud. (2020). En tiempos de estrés, haz lo que importa: una guía ilustrada. Organización Mundial de la Salud. Licencia: CC BY-NC-SA 3.0 IGO. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/336218>.

Organización Mundial de la Salud (2021, 8 de octubre). Un informe de la OMS pone de relieve el déficit mundial de inversión en salud mental [Comunicado de prensa]: <https://www.who.int/es/news/item/08-10-2021-who-report-highlights-global-shortfall-in-investment-in-mental-health>

Organización Mundial de la Salud (s.f.) Tablero de Coronavirus (COVID-19) de la OMS. <https://covid19.who.int/>

Pérez AMR, Gómez TJJ, Dieguez GRA. Características clínico-epidemiológicas de la COVID-19. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*. 2020;19(2):1-15. <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=97798&id2=>

Pérez, L. (s.f.) ¿Cómo definir tu personalidad de Marca?. Blog <https://www.makinglovesmarks.es/blog/como-definir-tu-personalidad-de-marca/>

Puig, C. (s.f.) Personalidad de marca. Configúrala con la Brand Personality Palette. Branward. <https://branward.com/branderstand/personalidad-de-marca/>

Ramírez-Ortiz, J., Castro-Quintero, D., Lerma-Córdoba, C., Yela-Ceballos, F., & Escobar-Córdoba, F. (2020, 4 de julio). *Consecuencias de la pandemia COVID-19 en la Salud Mental asociadas al aislamiento social*. *SciELO Preprints*, 1, 1-21. <https://doi.org/10.5554/22562087.e930>

Ramonet, I. (2020, 25 de abril). *La pandemia y el sistema-mundo*. *Le monde diplomatique*, 22. <https://mondiplo.com/la-pandemia-y-el-sistema-mundo>

Real Academia Española (2021). Positivamente. Diccionario de la Lengua Española. <https://dle.rae.es/positivamente>

Real Academia Española (2021.). Positivo. Diccionario de la Lengua Española. <https://dle.rae.es/positivo>

Rondón Bernard, J. E., & Angelucci, L. (2018, septiembre). El trastorno de depresión en la Venezuela del periodo 2013-2017: una visión psicosocial. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 21(3). <https://www.medigraphic.com/pdfs/epsicologia/epi-2018/epi183g.pdf>

Rosselli, D. (2020, 17 de julio). Epidemiología de las pandemias. *Medicina (Bogotá)*, 42(2). <https://revistamedicina.net/ojsanm/index.php/Medicina/article/view/1511/1907>

Ryzenrise (2022). StoryArt - Insta story maker. Versión 3.5.6. [aplicación móvil]. Google Play Store. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ryzenrise.storyart>

Shum, Y. (2021). Situación digital, Internet y redes sociales Venezuela 2021. Recuperado de: <https://yiminshum.com/redes-sociales-venezuela-2021/>

Sierra, J. C., Ortega, V., & Zubeidat, I. (2003, marzo). Ansiedad, angustia y estrés: tres conceptos a diferenciar. *Revista mal-estar e subjetividade*, 3(1), 10-59. <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/malestar/v3n1/02.pdf>

Singer, M. (2007). *The Untethered Soul: The Journey beyond Yourself*. New Harbinger Publications

Son, C., Hedge, S., Smith, A., Wang, X., Sasangohar, F. (2020 22 de septiembre). Effects of COVID-19 on College Students Mental Health in the United States. *US National Library of Medicine National Institutes of Health*, 22(9). <https://doi.org/10.2196/21279>

Statista Research Department. (2022, 3 de febrero). Global Social Networks ranked by numbers of users 2022. Consultado el 12 de noviembre de 2021. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

Statista Research Department. (2022, 28 de enero). Instagram: distribution of global audiences 2021, by age group. Consultado el 12 de noviembre de 2021. <https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/>

Studio, M. (2020, 11 de mayo). Chicken Pie. Dafont. <https://www.dafont.com/es/chicken-pie.font>

Tomás-Sábado, J. (2020). Miedo y ansiedad ante la muerte en el contexto de la pandemia de la COVID-19. *Revista de enfermería y salud mental*, (16), 26-30. 10.5538/2385-703X.2020.16.26

Veatch, A (2021, 10 de agosto). Study shows students' mental health response to COVID-19. Texas A&M University Engineering. <https://engineering.tamu.edu/news/2021/08/isen-study-shows-students-mental-health-response-to-covid-19.html>

Venezolana de Televisión (2022, 6 de marzo). Día 717 | Lucha contra la COVID-19. Venezuela registra 239 nuevos casos y suma 506.362 pacientes sanados. Venezolana de Televisión.
<https://www.vtv.gob.ve/dia-721-lucha-contra-covid-19-venezuela-06032022-2/>

Villani, L., Pastorino, R., Molinari, E., Anelli, F., Ricciardi, W., Graffigna, G., Boccia, S. (2021, 06 de abril). Impacto de la pandemia de COVID-19 en el bienestar psicológico de los estudiantes de una universidad italiana: una encuesta transversal basada en la web. *Revista Globalización y Salud*, 17(39).
10.1186/s12992-021-00680-w

Whelan, B. (1999, 1 de octubre). La Armonía del Color Documenta.

Williamson. D. (2021, 1 de junio). US Social Media Usage 2021. EMarketer.
<https://www.emarketer.com/content/us-social-media-usage-2021>

Anexos

Acceso cuenta Positivamente.Uma:

https://instagram.com/positivamente.uma?utm_medium=copy_link

Entrevistas a psicólogos: <https://bit.ly/3CQdpTy>

Grilla de contenido de Positivamente UMA: <https://bit.ly/3KBglGj>