



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA UNIDAD
XOCHIMILCO**

**LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTAS DE
COMUNICACIÓN ALTERNATIVA EN APOYO A LOS
ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SUPERIOR CON
ALTERACIONES EMOCIONALES PROVOCADAS POR LA
PANDEMIA**

**TRABAJO TERMINAL DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
QUE PRESENTAN:**

IAN ANDY AGUILAR RUIZ

JOANA ESTEFANIA BARROSO GARCÍA

SERGIO ARTURO GUTIÉRREZ ORTIZ

**ASESORA RESPONSABLE
DRA. MARÍA JOSEFA ERREGUERENA ALBAITERO**

**ASESOR METODOLÓGICO
MTRO. MARCO ALBERTO PORRAS RODRÍGUEZ**

**ASESOR DE PRODUCCIÓN
LIC. MALCO QUINTERO PÉREZ**

Ciudad de México.

Octubre, 2021.

Ian Andy Aguilar Ruiz Joana Estefania Barroso García Sergio Arturo Gutiérrez Ortiz	TRABAJO TERMINAL DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA EN APOYO A LOS ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SUPERIOR CON ALTERACIONES EMOCIONALES PROVOCADAS POR LA PANDEMIA	Asesora Responsable Dra. María Josefa Erreguerena Albaitero Asesor Metodológico Dr. Marco Alberto Porras Rodríguez Asesor de Producción Lic. Malco Quintero Pérez

Síntesis

Se presenta una investigación en la que se muestra que las redes sociales son medios de comunicación hipermediáticos que se han convertido, además de un medio de entretenimiento, en una herramienta de apoyo para estudiantes de educación superior ante las alteraciones emocionales que se han presentado a causa de la pandemia. En complemento con esta investigación, se presenta un análisis comparativo de 3 páginas de Facebook de instituciones de educación superior del sector público que brindan apoyo ante crisis emocionales, así como la elaboración de *focal groups* con estudiantes universitarios, con la finalidad de cimentar una propuesta comunicativa que refuerce la difusión de la salud mental en las redes sociales y la difusión de la Red de Apoyo Psicológico UAM – X.

Abstract

This is an investigation that shows that social media are hypermedia communication outlets that have become a source of entertainment, a tool and support for college students with emotional alterations that have appeared because of the pandemic Covid-19. In addition to this investigation, show a comparative analysis of 3

Facebook pages of colleges that offers support for emotional crisis is presented. It shows too the results of the focal groups, in order to establish a communicative proposal that reinforce the diffusion of mental health in social media, and the diffusion of the Red de Apoyo Psicológico UAM X.

Agradecimientos

Agradecemos a la Universidad Autónoma Metropolitana por la oportunidad de ser parte de esta institución.

A todos nuestros profesores; a Josefa Erreguerena, Marco Porras, Omar y Malco Quintero, quienes nos guiaron a lo largo de esta etapa y que nos han dejado grandes enseñanzas.

Agradecemos a nuestros familiares, amigos y seres queridos por apoyarnos, por confiar en nosotros y vernos crecer.

Finalmente, agradecemos a todas las personas que colaboraron con nosotros a lo largo de este proyecto; a Adrián Herrera, Axel Aguilar, María Guadalupe Ortiz, Leslie Acuña, Daniel López, Ileana Castillo y Nanette García. Gracias por su apoyo y confianza.

¡Digna libre y soberana, digna libre y soberana,

en lucha, en lucha

la metropolitana!

Ian, Estefania, Sergio

Agradecimientos

Mis agradecimientos más sinceros y con mucho cariño están dirigidos a todas las personas que pese a los obstáculos, me impulsaron, me ofrecieron una mano y nunca me dejaron caer. Es gracias a ellos que he llegado hasta este momento.

Quisiera empezar por agradecer a mi familia que, aunque pequeña siempre estuvo ahí apoyándome e impulsándome siempre a ir por más. Gracias a mi Madre, hermano, y por último, pero no menos importante, mi hermana. Con cariño a: Elsa, Axel y Danna. Además de dedicarle este trabajo a mi abuela Guadalupe que, aunque ya no está, sé que me ve desde donde sea que se encuentre.

También quiero agradecer a mis amigos más cercanos y personas que siempre creyeron en mí y que sobre todo cuando los necesité siempre estuvieron ahí, gracias a su escucha y comprensión son un gran pilar en mi vida y en este gran logro. Gracias Ricardo, Salvador, Uri, Deni, Byron, Vanessa, Hazel, Kevin, Manuel, Elizabeth, Yami, Rodrigo, Armida, Alexa, Profesora Mayra Terrones Medina, Diego Lizarazo Arias y Profesor Héctor Manjarrez. Gracias de todo corazón y este logro se los dedico a todos y cada uno. Gracias por creer siempre en mí.

Por último, pero no menos importante quiero agradecer a la Universidad Autónoma Metropolitana unidad Xochimilco por abrirme sus puertas y ofrecerme grandes oportunidades de crecimiento, así como nuevas amistades que se quedarán de por vida. También agradecer a todas las personas que participaron activamente en este proyecto final, desde a mis propios compañeros Estefanía y Sergio que se esforzaron mucho y pese a todo los obstáculos enormes que tuvieron que enfrentar nunca desistieron. Para ellos, mi admiración total.

Gracias asesores, Josefa, Marco Porras, Omar Quintero y Malco Quintero por todo el acompañamiento durante este último año tan crucial.

Señor, estoy terminando esta lucha. – John

Andy Ruiz

Agradecimientos

Quiero agradecer por siempre a mi mayor inspiración, mi madre Lorena García, quien siempre veló por mí, por mi bienestar, quien siempre me brindó su apoyo, me protegió, siempre estuvo a mi lado, siempre fue mi confidente y siempre se preocupó por mí y por todas mis hermanas. Agradezco su amor, todos sus consejos, sus llamados de atención. Agradezco a la vida por tener a la madre más maravillosa, por ser un gran ejemplo para mí, por ser una guerrera y estar a mi lado en todo momento.

Agradezco a mis hermanas, Vero, Karina y Magda, por apoyarme, aconsejarme, cuidarme, por enseñarme a luchar por lo que quiero, por enseñarme a no rendirme. Gracias por brindarme sus brazos, gracias por animarme y confiar en mí, por ayudarme a crecer y procurarme desde siempre. Gracias por escucharme, gracias por todos los llantos y las risas que hemos pasado juntas; por todos esos gritos de emoción en cada concierto al que íbamos. Gracias por darme esos empujoncitos que bien son necesarios. Gracias por quererme tanto.

También quiero agradecer a mi novia y compañera de vida Paaow Spíndola, gracias por tu amor incondicional, gracias por confiar en mí, gracias por ayudarme a crecer y también crecer a mi lado. Agradezco ese momento inesperado en el que nuestras vidas se unieron. Gracias por formar un gran equipo a mi lado, gracias por el apoyo en todos mis proyectos. Gracias por apoyarme siempre en los buenos y malos momentos, por darme calma en momentos de tempestad, gracias por abrazarme y levantarme cuando siento que caigo. Gracias por ser parte de este gran equipo y este proyecto. Gracias por ser parte de mi vida y enseñarme a ser mejor día con día.

También doy las gracias a mis cuñados, José Luis y Sergio, quienes se han convertido en mis hermanos, a quienes también agradezco por su apoyo, por escucharme y aconsejarme.

Agradezco a mis sobrinas por ser tan amorosas, por las risas, las desveladas, por permitirme ser una fuente de inspiración para ellas.

Agradezco a mi padre, Manuel Barroso, quien me cuida desde donde quiera que se encuentre, y quien fue la primera persona a quien le compartí la gran sorpresa de haber sido seleccionada en la UAM.

Quiero agradecer a mi mejor amigo Ricardo Villarruel por estar en los buenos y malos momentos, por compartir muchas experiencias juntos, por su apoyo, porque a pesar de la distancia, sabemos que estamos al quite. Agradezco a mis compañeros de equipo, Serch e Ian, porque aprendimos a formar un gran equipo, por los nervios, los disgustos y las risas que tuvimos después de cada conferencia, gracias nuevamente a Paaow por también ser parte del equipo. Gracias a todos por ser parte de este proyecto.

Finalmente, pero no menos importante, quiero agradecer a mis profesores y asesores, Josefa Erreguerena por su apoyo moral y académico, a Marco Porras, Omar y Malco Quintero, ya que sin su apoyo y acompañamiento, este proyecto no hubiese sido posible.

Gracias a la UAM Xochimilco por permitirme ser parte de esta gran universidad, por todas las experiencias, por todos los profesores y por todos los aprendizajes adquiridos.

*“No es necesario tener principios,
lo importante es tener finales. Gracias”*

- Love of lesbian

Estefania Barroso

Agradecimientos

A la Universidad Autónoma Metropolitana, por brindarme, la oportunidad, el conocimiento y las instalaciones, pero, sobre todo, por proporcionarme un segundo hogar, dónde conocí a personas increíbles que me acompañaron en distintos momentos de mi carrera.

A las y los docentes, con quienes tuve la suerte de coincidir en tiempo y espacio, gracias por los conocimientos que me transmitieron. En especial a Josefa cuya sabiduría y paciencia infinita me brindó un lugar seguro para aprender en cada momento, a Marco Porras quien brindó su basto dominio en el tema, ayudándonos a sacar adelante este trabajo; y a Omar y Malco Quintero, aunque fue poco el tiempo que compartimos, me ofrecieron sus saberes y experiencias. Los llevaré conmigo para siempre, dentro y fuera de mi vida profesional.

A mis amigos y compañeros, a Karen, Guido, Emiliano, Rodrigo, Linda, Ulises, Estefy, Mafer, Conz, Alin, Gabo, Marcos, Pez, gracias por apoyarme y brindarme tantos momentos de alegría y diversión junto a ustedes. A Jocelin, porque en este último trayecto te has convertido en apoyo e inspiración. A Sergio y a Alex, por estar al final de esta etapa y hacer más llevadera esta cuarentena. A Victoria, por caminar a mí lado una parte del camino, por no dejar que me rindiera. A Lore, por estar desde el principio hasta el final, intermitentemente y de distintas formas, pero inmutablemente ahí; gracias por tu amistad.

A mi equipo, Estef e Ian, sin su ayuda no hubiese podido llegar hasta aquí, gracias por las horas de estrés, las llamadas a horas poco sensatas, y los disgustos; pero también por las risas, el aprendizaje y las satisfacciones que esta investigación ha brindado. Gracias a Pao por darnos tanto apoyo, directa o indirectamente.

A mi padrino Héctor Mario, a mi madrina Martha, a Jat y Mariana; a mi tío Alberto; a mis tías, tíos, primas y primos los chachitos; y demás personas que se han convertido en mi familia, brindándome su apoyo en este viaje, los llevo en el corazón.

A Porfirio y Saphira, cuyo sueño fue interrumpido tantas veces por el sonido de mi teclado y la luz de mi pantalla, gracias por darme la tranquilidad y cariño en formas que sólo una mascota puede dar.

A mi padre, quién me acompañó con amor hasta donde pudo, espero que donde esté, sepa que le estoy muy agradecido por todo el esfuerzo que hizo.

Por último, quisiera dedicar este logro a la persona más importante y constante en mi vida, por haberme forjado en la persona que soy ahora, por siempre motivarme y no dejarme renunciar, por estar a mi lado en las buenas y en las no tan buenas. Tus esfuerzos han sido impresionantes y tu amor para mí es invaluable. Tu ayuda fue fundamental en la culminación de esta etapa. Te doy las gracias, madre.

“Pregúntate si lo que estás haciendo hoy te acerca al lugar en el que quieres estar mañana”

– Walter E. Disney

Sergio Gutiérrez

Índice

A) Justificación	12
B) Planteamiento del problema	14
C) Objetivo general	15
D) Objetivo específico	15
E) Presupuesto	15
F) Metodología	16
F.1) Muestra	17
F.2) Criterios de selección de la muestra	18
F.3) Categorías de análisis	18
1. Marco Teórico	21
1.1 Sociedad líquida y sociedad red.....	21
1.2 Las emociones en la sociedad.....	25
1.3 Pandemia en una sociedad del cansancio	28
1.4 Redes sociales	32
1.5 Hipermedia	35
1.6 Facebook como medio hipermediático	36
1.7 Redes sociales y educación superior	39
2. Marco contextual	41
2.1 Educación superior en tiempos de pandemia	41
2.2 Alteraciones emocionales en educación superior	42
2.3 ¿Qué pasa con la salud mental en los jóvenes durante la pandemia?	43
3. Análisis de la Red de apoyo psicológico UAM-X	46
4. Análisis de Atención Psicológica, UNAM	52
5. Análisis de Uni Contigo Fapsi, UANL	60
6. Análisis comparativo y consideraciones generales de las páginas.....	69
6.1 Ficha de identificación de la página.....	69
6.2 Contenidos visuales: tipos de discurso.....	70
6.3 Interacción.....	71
6.4 Conclusiones del análisis	72

7. Percepción particular y experiencia sensible (resultados de entrevistas / React to)	75
8. Propuesta comunicativa	79
8.1 Estadísticas de la propuesta	84
8.1.1 Ficha de la página	84
8.1.2 Medios de interacción	84
8.1.3 Contenidos visuales	85
8.1.4 Interacción	87
8.1.5 Seguidores y Datos generales	87
8.2 Consideraciones generales de ComuniUAM	88
Conclusiones	90
Bibliografía	94
Anexos	102
1. Monitoreo de páginas analizadas	102
2. Focal groups y entrevista	111
3. Contenido React to	114
4. Contenido de la propuesta comunicativa.....	118

Introducción

A) JUSTIFICACIÓN:

La pandemia provocada por el virus Covid-19 ha generado problemas económicos, de salud y problemas sociales. Asimismo, ha provocado y en otros casos agravado ciertas alteraciones emocionales en la población mundial, tales como ansiedad, estrés, miedo, ataques de pánico y depresión.

Esta crisis sanitaria ha creado un sentimiento de angustia, incertidumbre y paranoia en los seres humanos, dando como resultado un efecto negativo en el bienestar emocional individual y colectivo.

Debido al amarillismo con el que se maneja y el exceso de información que se difunde en los medios de comunicación acerca de este nuevo virus, la estabilidad emocional, en algunos casos, se ve considerablemente afectada. No sólo por el miedo a contagiarse o el miedo a perder a algún ser querido, sino también, ante la presión de no poder salir de casa, de no tener la interacción física o presencial con otras personas, además de realizar sus actividades rutinarias como algunos hobbies o pasatiempos,

Ante este hecho, “se han realizado estudios del impacto psicosocial que ha provocado la cuarentena, encontrando efectos psicológicos negativos, síntomas de estrés postraumático, confusión y enojo. Entre los factores estresantes se pueden mencionar: una mayor duración de la pandemia, temores de infección, frustración, aburrimiento, información inadecuada o pérdidas financieras”. (Rodríguez, 2020)

Uno de los grupos más vulnerables ante esta situación son los estudiantes de educación superior, que si bien, algunos de ellos ya padecían problemas psicológicos, con la pandemia, éstos se intensificaron aún más.

En el caso de este grupo, además de las incertidumbres antes mencionadas, se encuentra la pregunta ¿para cuándo volveremos a clases?, así como el cambio en las metodologías de enseñanza – aprendizaje y la virtualidad a la que se tuvo que recurrir.

Por tal motivo, muchas instituciones de educación superior tuvieron que implementar o fortalecer grupos de apoyo psicológico, ya sea de manera virtual, es decir, a través de las redes sociales, o vía telefónica. Esto con la finalidad de crear un acompañamiento a los estudiantes en periodos de crisis.

Con la entrada de la pandemia y las consecuencias que ésta ha conllevado, ahora se le suma una intensificación del uso de las redes sociales para la relación y comunicación del individuo con sus diferentes círculos sociales; *“para los jóvenes con problemas de salud mental que tienen dificultades para encontrar apoyo en su entorno, las redes sociales pueden actuar como una herramienta útil, brindando la posibilidad de compartir sus experiencias con otras personas con las que pueden empatizar y relacionarse. (Infocop, 2018)*

Por tal motivo, el uso de las redes sociales ha tomado gran importancia, y esto ha permitido una mejoría en el apoyo brindado por parte de las instituciones académicas hacia sus estudiantes en tiempos de pandemia.

B) PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Con la llegada de la pandemia por el Covid – 19, la sociedad ha tenido que cambiar su modalidad de trabajo, las instituciones educativas también han adoptado la implementación de las clases de manera remota. Asimismo, el incremento en cuanto al uso de las redes sociales como medio de comunicación ha cobrado gran relevancia. Sin embargo, tanto el confinamiento, como la cantidad de emociones generadas por la incertidumbre por el virus SARS COV 2, han generado cambios emocionales en la misma sociedad.

Por tal motivo, las redes sociales han fungido no sólo como un medio de socialización digital, sino también como medios de apoyo en crisis coyunturales, Con base en lo dicho anteriormente, se han generado estos planteamientos:

- ¿Cuál es la función que tienen las redes sociales en apoyo psicológico de los jóvenes mexicanos durante la pandemia COVID-19?
- ¿De qué manera interactúan las redes sociales con los estudiantes para brindar un acompañamiento ante crisis emocionales provocadas por la pandemia?

C) OBJETIVO GENERAL:

Analizar el funcionamiento de las redes sociales como medio hipermediático en apoyo a estudiantes de educación superior que padecen alteraciones emocionales provocadas por la pandemia

D) OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Definir los conceptos teóricos relativos a la comunicación hipermedia (hipermedia, comunicación alternativa, redes sociales (Facebook); a la educación superior en tiempos de crisis coyuntural (pandemia, covid - 19); y las emociones de los jóvenes (bienestar emocional, miedo, estrés, ansiedad, depresión, ataques de pánico)
- Elaborar un marco contextual, de lo general a lo particular, que nos permita identificar y conocer las situaciones sociales, políticas, económicas que viven los jóvenes al estudiar una carrera universitaria.
 - Identificar la situación que viven actualmente los jóvenes universitarios durante la pandemia por COVID-19.
 - Impacto de las redes sociales en la educación superior en México.
- Analizar comparativamente las páginas de Facebook utilizadas como red de apoyo psicológico de 3 universidades:
 - a) UAM-X.
 - b) UNAM.
 - c) UANL.
- Comparar las páginas analizadas con el fin de encontrar similitudes y diferencias entre ellas.
- Proponer una campaña de comunicación en complemento con la UAM-X en apoyo a estudiantes que atraviesen por situaciones de crisis emocionales.

E) PRESUPUESTO:

Las redes sociales son herramientas institucionales de apoyo para estudiantes de educación superior con alteraciones emocionales provocadas por la pandemia.

F) METODOLOGÍA:

Para esta investigación, se inició con el capítulo 1, que corresponde al marco teórico, en el cual se identificaron los conceptos principales tales como: redes sociales e hipermedia, con la finalidad de identificar a las redes sociales como una característica de la sociedad líquida y la sociedad red, así como un medio hipermediático utilizado por los jóvenes universitarios en tiempos de pandemia. También, se definen los conceptos de alteraciones emocionales tales como: bienestar emocional, miedo, estrés, ansiedad, depresión, ataques de pánico; mismas que pueden ser provocadas por la presión universitaria en complemento con la pandemia por covid-19.

Posteriormente, seguimos con el capítulo 2, en el cual, se identificaron y analizaron las situaciones sociales, políticas, económicas, que viven actualmente los jóvenes universitarios y cómo es que las redes sociales han sido una herramienta de apoyo en la educación superior.

Por lo tanto, se seleccionaron las páginas 1) Red de Apoyo Psicológico - UAM Xochimilco, 2) Página de Atención Psicológica, UNAM y 3) Uni Contigo Fapsi, con el fin de analizar y comparar el contenido, a través de la Retórica de la Imagen de Roland Barthes; obtener diferencias y similitudes, así como virtudes y debilidades de cada una de estas páginas. Se utilizó la metodología de “Community Manager” con la finalidad de medir la interacción que mantienen estas redes sociales con los estudiantes que solicitan el apoyo psicológico.

Asimismo, se realizaron 2 focal groups a través de la plataforma Zoom, con un total de 13 participantes, mismos que fueron seleccionados a través de una convocatoria lanzada en grupos de Facebook de la UAM – X, acompañado de un cuestionario que nos permitió tener los datos de contacto de los participantes (edad, género y división académica; y un flyer que introdujo al mismo; gracias a esto sabemos que la respuesta se dio en mayor medida entre las mujeres de la división de Ciencias Sociales y Humanidades.

El primer grupo se llevó a cabo través de entrevistas personales, denotando la experiencia compartida de los participantes, es decir, se denotaron las alteraciones emocionales que se han hecho presentes en los alumnos de la UAM – X en tiempos de pandemia.

El segundo grupo se llevó a cabo a través de una dinámica llamada “React to”, con la finalidad de observar la percepción particular del sujeto y la experiencia sensible ante diferentes formatos de contenido.

La convocatoria finalizó con 13 participantes que continuaban activos en la institución en el mes de julio de 2021: 11 mujeres, 1 hombre y 1 de género no binario, todos con un rango de edad de 19 a 27 años, de los cuales, 9 participantes fueron de la carrera de Psicología, 1 de Estomatología, 1 de Sociología, 1 de Biología y 1 de Comunicación social.

Todo esto con el propósito de crear una propuesta comunicativa que apoye a la difusión de la Red de Apoyo Psicológico de la UAM-X, para incrementar los canales de apoyo y de interacción entre esta red y los estudiantes universitarios.

F.1) MUESTRA:

Para la selección de la muestra se escogieron tres páginas de Facebook; las tres pertenecientes a instituciones de educación superior públicas: 1) Red de Apoyo Psicológico - UAM Xochimilco <https://www.facebook.com/RedPsicoUAMX> , 2) Atención Psicológica, UNAM <https://www.facebook.com/atencionpsicologicaderechounam> y 3) Uni Contigo Fapsi <https://www.facebook.com/Uni-Contigo-Fapsi-111478873825280>.

Esto con el fin de identificar, analizar y comparar las diferencias y similitudes, así como las fortalezas y debilidades de cada una de estas redes de apoyo psicológico.

F.2) CRITERIOS DE SELECCIÓN DE LA MUESTRA:

Los criterios que se tomaron en cuenta para la muestra son:

1. **La temporalidad**, es correspondiente de marzo 2020 a marzo 2021.
2. **Páginas universitarias**. Las páginas para analizar son provenientes de instituciones de educación superior públicas.
3. **Páginas de Facebook**. Las tres páginas seleccionadas son creadas en la plataforma de Facebook.
4. **Enfoque**. Dirigidas al apoyo psicológico de los estudiantes universitarios.

F.3) CATEGORÍAS DE ANÁLISIS:

1. Ficha de identificación de la página:

- a) ¿Quién patrocina la página? ¿en qué fecha se creó? La ciudad en la que se realiza la página, el tema y objetivos de la página.
- b) Servicios ofrecidos: Conocer y analizar los servicios que ofrecen, es decir, si únicamente imparten el apoyo a través del chat de la página, por línea telefónica o si los remiten a alguna institución de atención psicológica.
- c) Espacios de solicitud de información: Si cuentan con algún buzón para solicitar el servicio de apoyo psicológico, si ofrecen algún correo para solicitar información acerca del apoyo que ofrece la página

2. Contenidos visuales: Tipos de discurso

- a) Imágenes (análisis a través del lenguaje denotado y connotado)
- b) Videos
- c) Tipos de texto mostrados en la página (los mensajes que motivan a los usuarios a que llamen y se acerquen a la página para encontrar soluciones a sus problemas)
- d) Colores utilizados que predominan en sus contenidos multimedia.
- e) Hipermedia e hipertexto: si cuentan con vínculos a otras páginas o contenido de apoyo

3. Interacción

Formas de interactuar, es decir:

- Si se comunican por chat o por correo electrónico
- ¿Qué tipo de apoyo solicitan los usuarios?
- ¿Quién es la persona que responde?
- ¿De qué temas hablan?
- Responden de manera instantánea o ¿cuánto es el tiempo que tardan en responder?
- ¿Qué tipo de lenguaje utilizan? ¿Es confortable o agresivo?
- Tipo de ayuda que el usuario solicita y tipos de ayuda que ofrecen las páginas de apoyo.
- ¿Cómo reaccionan los usuarios al tipo de contenido?, es decir, ¿cuántos likes tienen las imágenes y videos que se suben a la página? y los comentarios que reciben las mismas.

A continuación, presentaremos los capítulos correspondientes al análisis de cada una de las páginas de apoyo:

Capítulo 3) Análisis Red de Apoyo Psicológico - UAM Xochimilco.

Capítulo 4) Análisis Atención Psicológica, UNAM.

Capítulo 5) Análisis Uni Contigo Fapsi.

En el **capítulo 6** se encuentra el **análisis comparativo de las páginas de apoyo**, en el cual, mostraremos las conclusiones del análisis que se realizó en cada una de las páginas, así como las diferencias y similitudes que se encontraron en cada una de ellas.

En el **capítulo 7**, se encuentran los resultados de las entrevistas realizadas a estudiantes de la UAM – X, mismas que nos permitieron conocer la percepción particular y la experiencia sensible de cada uno de ellos. Asimismo, conocimos las

necesidades, a nivel comunicativo, que los estudiantes solicitan para una mejor experiencia y acompañamiento en las redes de apoyo a través de las redes sociales.

En el **capítulo 8** se encuentra la **propuesta comunicativa** que tiene como objetivo apoyar en la difusión de la Red de apoyo psicológico de la UAM-X como medio de comunicación hipermediático, con la finalidad de que, a través de la difusión de la salud mental, se tenga un mayor alcance con los jóvenes universitarios y que éstos puedan encontrar un mejor acompañamiento y apoyo psicológico ante crisis emocionales.

Posteriormente, se encuentran las **conclusiones**, en las que se confirmó nuestro presupuesto, ya que con base en la metodología de análisis y de los focal groups, así como en la producción de la propuesta comunicativa expuesta en esta investigación, nos percatamos que las redes sociales se han constituido como herramientas hipermediáticas, no sólo de entretenimiento, sino también como herramientas de comunicación alternativa en apoyo ante crisis emocionales en tiempos coyunturales. Asimismo, finalizamos con preguntas que pueden ser utilizadas para futuras investigaciones.

En la **bibliografía** se encuentran los datos de todas las fuentes de libros, artículos y páginas web consultados para la realización, cimentación y argumentación de esta investigación.

1. MARCO TEÓRICO

Para establecer el marco teórico, se utilizaron diferentes términos que nos ayudaron a comprender a las redes sociales como medio hipermediático, así como el concepto de los principales problemas psicológicos que presentan los universitarios a causa de la pandemia y que, por lo tanto, es debido a estas alteraciones que los estudiantes acuden a estas redes de apoyo como medio de auto ayuda

1.1 Sociedad líquida y sociedad red

Actualmente, la sociedad ha atravesado grandes cambios que se han visto reflejados en el comportamiento de cada individuo y que, por lo tanto, han llevado a la sociedad a constituirse en una modernidad líquida. Zygmunt Bauman argumenta que la modernidad líquida es una era del cambio y de la transitoriedad y hace alusión a que los sólidos conservan su forma y persisten en el tiempo, es decir, se mantienen firmes, mientras que los líquidos son informes y se transforman constantemente. Como la desregulación, la flexibilización o la liberación de los mercados. (Bauman, 2004)

También se hizo presente la emancipación y la individualidad de la sociedad, en la cual, los individuos buscaban libertad e independencia. “El problema al que nos enfrentamos es la «necesidad» de liberarnos de una sociedad que atiende en gran medida a las demandas materiales e incluso culturales del hombre” (Bauman, 2004, pág. 16)

Asimismo, “la modernidad líquida es un tiempo sin certezas. Sus sujetos, que lucharon durante la ilustración por poder obtener libertades civiles y deshacerse de la tradición, se encuentran ahora con la obligación de ser libres. Hemos pasado a tener que diseñar nuestra vida como proyecto performance. Mas allá de ellos, del proyecto, todo es un espejismo. La cultura laboral de la flexibilidad arruina la previsión de futuro, deshace el sentido de la carrera profesional y de la experiencia acumulada [...] El amor se hace flotante, sin responsabilidad hacia el otro, siendo su mejor expresión el vínculo sin cara que ofrece la web. (Rocca, 2008, pág. 1)

En esta modernidad, nos enfrentamos a comportamientos individualistas, inciertos, volátiles y hasta efímeros, que no necesariamente significa tener un comportamiento erróneo.

Zygmunt Bauman menciona que Cornelius Castoriadis afirma que lo que está mal en la sociedad en la que vivimos es que ha dejado de cuestionarse a sí misma. Se trata de un tipo de sociedad que ya no reconoce la alternativa de otra sociedad, y por lo tanto se considera absuelta del deber de examinar, demostrar, justificar (y más aún, probar) la validez de sus presupuestos explícitos o implícitos. (Bauman, 2004, pág. 22)

En la sociedad líquida, la individualidad ha tomado gran territorio en los individuos, en el que únicamente se centran en el “yo”, haciendo presente el desarraigo afectivo y una instantaneidad social.

“El término «instantaneidad» parece referirse a un movimiento muy rápido y a un lapso muy breve, pero en realidad denota la ausencia de tiempo como factor del acontecimiento y, por consiguiente, su ausencia como elemento en el cálculo del valor. «Instantaneidad» significa una satisfacción inmediata, «en el acto», pero también significa el agotamiento y la desaparición inmediata del interés”. (Bauman, 2004, pág. 106)

Uno de los ejemplos de instantaneidad que nos menciona Zygmunt Bauman es la pérdida de las grandes plantas industriales sustituidos por “cuerpos delgados y con capacidad de movimiento, ropas livianas y zapatillas, teléfonos celulares (inventados para el uso del nómada que necesita estar «permanentemente en contacto»), pertenencias portátiles y desechables, son los símbolos principales de la época de la instantaneidad”. (Bauman, 2004, pág.115)

La sociedad líquida se encuentra en constante cambio, mismo que denota la inconsistencia de las relaciones humanas, ya que, como se mencionó anteriormente, carece de un arraigo afectivo/emocional en las relaciones sociales; además de que los medios para comunicarnos han evolucionado y, por lo tanto, también ha cambiado la forma de relacionarnos y comunicarnos.

Otra de las características de la modernidad líquida es la llamada “sociedad Red” constituida por Manuel Castells.

“El internet es la sociedad, expresa los procesos sociales, los intereses sociales, los valores sociales, las instituciones sociales. (Castells, 1999 pág.11)

Por lo tanto, Manuel Castells menciona que “la sociedad red es la sociedad que yo analizo como una sociedad cuya estructura social está construida en torno a redes de información a partir de la tecnología de información microelectrónica estructurada en Internet. Pero Internet en ese sentido no es simplemente una tecnología; es el medio de comunicación que constituye la forma organizativa de nuestras sociedades, es el equivalente a lo que fue la factoría en la era industrial o la gran corporación en la era industrial. Internet es el corazón de un nuevo paradigma sociotécnico que constituye en realidad la base material de nuestras vidas y de nuestras formas de relación, de trabajo y de comunicación. Lo que hace Internet es procesar la virtualidad y transformarla en nuestra realidad, constituyendo la sociedad red, que es la sociedad en que vivimos. (Castells, 1999, pág. 11)

Cabe mencionar que la red tecnológica no sustituye a ninguna sociedad, simplemente ha evolucionado e implementado los canales de comunicación entre los individuos.

Dentro de esta sociedad red, una de las características que tiene el internet es que fue creado con intención de ser un medio de comunicación libre. “La famosa idea de que Internet es algo incontrolable, algo libertario, etc., está en la tecnología, pero es porque esta tecnología ha sido diseñada, a lo largo de su historia, con esta intención. Es decir, es un instrumento de comunicación libre, creado de forma múltiple por gente, sectores e innovadores que querían que fuera un instrumento de comunicación libre.” (Castells, 1999, pág. 3)

Estos nuevos medios han fungido como herramientas para la creación de nuevas formas de relaciones sociales. Uno de los grandes ejemplos de estas nuevas formas de relacionarnos, son las comunidades a través de las redes digitales, es decir, las redes sociales.

“Barry Wellman, de la Universidad de Toronto muestra la realidad de la vida social en Internet. He aquí lo que señalan sus resultados: en primer lugar, las comunidades virtuales en Internet también son comunidades, es decir, generan sociabilidad, generan relaciones y redes de relaciones humanas, pero no son las mismas comunidades que las comunidades físicas”. (Castells, 1999, pág. 6)

Sin embargo, recordemos que una de las características de la modernidad líquida es la falta de arraigos afectivos/emocionales, que se presentan con mayor frecuencia en las relaciones a través de las redes sociodigitales. “Entonces, lo que ocurre es que Internet es apta para desarrollar lazos débiles, para crear lazos débiles, pero no es apta para crear lazos fuertes, como media, y es excelente para continuar y reforzar los lazos fuertes que existen a partir de la relación física”. (Castells, 1999, pág. 7)

Por otra parte, es importante mencionar cómo es que se crean estos lazos o estas relaciones a través de los intereses individuales de cada ser humano. “Lo que está ocurriendo es que la sociabilidad se está transformando mediante lo que algunos llaman la privatización de la sociabilidad, que es la sociabilidad entre personas que construyen lazos electivos, que no son los que trabajan o viven en un mismo lugar, que coinciden físicamente, sino personas que se buscan: yo quiero encontrar a alguien a quien le guste salir en bicicleta conmigo, pero hay que buscarlo primero

En la actualidad, el confinamiento provocado por la pandemia por Covid-19 ha mostrado el gran impacto que tienen las redes sociodigitales en la manera en la que nos relacionamos los seres humanos. El uso internet ahora es una necesidad, por lo que ha causado un gran impacto en la sociedad, a tal grado que “más que ver la emergencia de una nueva sociedad, totalmente on line, lo que vemos es la apropiación de Internet por redes sociales, por formas de organización del trabajo, por tareas, al mismo tiempo que muchos lazos débiles, que serían demasiado complicados de mantener off line, se pueden establecer on line. Por ejemplo, uno de los elementos más interesantes en esto es el desarrollo de organizaciones de interayuda entre las personas mayores: el Seniornet en Estados Unidos es una de las redes más populares de información, de ayuda, de solidaridad, de reforzamiento

de una vivencia compartida, etc. O las redes de información religiosa y de compartir valores religiosos. O las redes de movilización social”. (Castells, 1999, pág. 7)

1.2 Las emociones en tiempos de la sociedad red

Tanto la sociedad líquida, como la sociedad red nos han mostrado que se pueden ejercer relaciones sociales a través de nuevos medios sociodigitales. Sin embargo, esto puede conllevar a un desarraigo afectivo/emocional con la sociedad, o bien, ante la carencia de relaciones afectivas de manera presencial, las redes sociodigitales pueden fungir como medios de desahogo emocional ante crisis emocionales en esta modernidad líquida o ante crisis coyunturales.

Dicho esto, primero debemos entender lo que son las emociones, desde una perspectiva filosófica, para, posteriormente entender el concepto de las principales alteraciones emocionales que han incrementado su presencia con la llegada de la pandemia por COVID-19.

Martha Nussbaum define a las emociones como “emociones «cognitivas», es decir, que están imbuidas de inteligencia y discernimiento sobre los objetos que nos rodean. Y, además, son «evaluadoras», porque encierran un pensamiento «sobre la relevancia o importancia de dicho objeto»” (Nussbaum, 2008, pág. 23)

Asimismo, el filósofo Crisipo de Solos introdujo la concepción de las emociones como creencias o juicios evaluativos, como menciona Nussbaum, mismos que determinan una característica buena o mala de los objetos, es decir, si una acción es buena o mala, y por lo tanto es apropiado reaccionar (bien o mal) de determinada manera emocional. “Se trata de un proceso en dos momentos: primero tenemos un evento que llama nuestra atención y crea una impresión, es decir, vemos la situación de determinada manera, luego aceptamos o abrazamos esa representación o apariencia como verdadera, nos comprometemos con ella y hacemos un juicio que genera una emoción” (Nussbaum, 2003)

“Nussbaum retoma de los estoicos la noción del juicio como asentimiento a la apariencia de las cosas, aspecto que conforma la dimensión evaluativa de las emociones: mis emociones revelan si contemplo el mundo, o un aspecto del mismo,

como amenazador o acogedor, placentero o doloroso, deplorable o consolador, o de cualquier otra manera”. (Pinedo Cantillo & Yáñez Canal, 2017)

En ejemplo a dicho concepto, tenemos la reacción ante la pandemia por COVID-19 como primer proceso; la llegada de ésta, llama nuestra atención de manera significativa y crea una impresión de incertidumbre, y como segundo proceso, aceptamos la situación y hacemos un juicio que genera diversas emociones, tales como miedo, angustia, ansiedad o depresión.

La pandemia trajo consigo una serie de alteraciones emocionales en la sociedad que han afectado a gran cantidad de la población mundial. Según un estudio realizado por Archivos Venezolanos de Farmacología y terapéutica (2020) declaran que las afectaciones psicológicas más frecuentes presentadas por la población a nivel mundial son:

- a) Ansiedad
- b) Estrés
- c) Episodios de depresión
- d) Ataques de pánico.

En la Revista Digital Universitaria de la UNAM (2005) definen a la ansiedad como “aquel sentimiento desagradable de temor, que se percibe como una señal de alerta que advierte de un peligro amenazante, frecuentemente la amenaza es desconocida, lo que la distingue del miedo donde la amenaza es concreta y definida”. (Virgen Montelongo, Lara Zaragoza, Morales Bonilla, & Villaseñor Bayardo, 2005, pág. 2).

Generalmente, la ansiedad suele confundirse con el miedo, sin embargo, “mientras el miedo es una perturbación cuya presencia se manifiesta ante estímulos presentes, la ansiedad se relaciona con la anticipación de peligros futuros, indefinibles e imprevisibles” (Cómo se cita en: Ildefonso, 2017)

Asimismo, la ansiedad también es un síntoma del estrés, y ante dicha alteración, el “doctor Ramón Rojo López, director de la Unidad de Medicina Familiar (UMF) número 39 del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) en Tecate menciona

que el estrés es una reacción fisiológica que aparece en las personas ante situaciones fuera de lo habitual, llamados estresores, que desencadenan cambios orgánicos y psicológicos, que varían de intensidad y duración dependiendo de factores personales y ambientales”. (UNAM, 2018)

Uno de los síntomas que desencadena una crisis de ansiedad son los ataques de pánico. “Un ataque de pánico se manifiesta por la aparición súbita de síntomas de miedo, o malestares intensos relacionados con este que alcanzan su máximo nivel en cuestión de minutos. Son característicos la opresión del pecho y sensación de falta de aire, palpitaciones, temblor y sudor, entre otros. La crisis de pánico puede ser esperada, en respuesta a objetos o situaciones típicamente temidas, o inesperada, cuando no hay razón aparente. Las crisis suelen ser recurrentes, y entre una y otra se produce una intranquilidad y preocupación continua por tener nuevas crisis. Puede inducir cambios en el comportamiento que impiden la adaptación natural”. (Téllez, 2019)

Por tal motivo, los acontecimientos más importantes considerados como estresantes y que han sido estudiados por algunos autores, son los que afectan principalmente a la población adulta, y entre ellos se encuentran: la muerte del cónyuge, el divorcio, el encarcelamiento o confinamiento, la muerte de un familiar cercano, entre otros (Torreblanca, 2001)

No descartemos que la depresión también puede ser una respuesta ante la presencia de estrés acumulado.

La depresión es un trastorno mental que se presenta con gran frecuencia. De acuerdo con Alfonso Andrés Fernández Medina, médico y psicólogo egresado de la UNAM y especialista en terapia cognitivo conductual, la depresión es un trastorno mental que se caracteriza por la disminución del estado de ánimo; la persona pierde el interés en las actividades que antes disfrutaba. A nivel cerebral hay un desbalance bioquímico de varias sustancias como la serotonina. (Dirección General de Divulgación de la Ciencia, 2017)

Este va acompañado de diversos síntomas, tanto físicos, como mentales, tal como el sufrimiento, un ánimo bajo, tristeza persistente, se pierde el interés o la motivación incluso a las actividades cotidianas, genera alteraciones en el apetito o incluso alteraciones del sueño, se presentan pensamientos de minusvalía, problemas de concentración, mismos que generan un bajo rendimiento escolar, cansancio o irritabilidad, entre otros. Realmente no existe un factor específico que genere depresión, ya que se trata de un trastorno psiquiátrico multicausal, en el que está incluido no sólo el contexto familiar, sino también el social, que en este caso está dirigido al confinamiento por la pandemia. (Radio, 2020)

En conjunto con estos síntomas derivados en el contexto a causa de la pandemia, mostramos los datos de la OMS, que arrojan que más de 300 millones de personas en el mundo sufren depresión, y más de 260 millones tienen trastornos de ansiedad.

Por lo tanto, notamos que todos estos síntomas van de la mano, ya que ante la presencia de alguna alteración emocional, se pueden desencadenar los antes mencionados y probablemente otras alteraciones. Sin embargo, es importante mencionar que, con el confinamiento, las alteraciones emocionales han tomado más relevancia, y si bien, algunas ya estaban presentes, con el confinamiento se agudizaron aún más

El virus por COVID-19 es un factor que altera las emociones de manera significativa, además, causa un gran impacto en la vida y organización de la sociedad en todos los sectores; sociales y económicos a nivel mundial.

El miedo al contagio, la muerte de algún ser querido y en general la incertidumbre sobre el futuro, han precipitado las alteraciones relacionadas con la ansiedad, el estrés y las mencionadas anteriormente.

1.3 Pandemia en una sociedad del cansancio

Para tener un contexto más amplio, tenemos que entender cómo es que se van modificando y aplicando las costumbres que se tenían antes de la pandemia a esta nueva normalidad, puesto que, aunque la cuarentena tomó por sorpresa a gran cantidad de la población, la manera en cómo lo asimiló el joven mexicano no fue tan

sencilla, y es aquí donde entra un poco la mentalidad de la sociedad donde vivimos y cómo la misma presión fue orillando a los jóvenes a un estado de depresión y ansiedad.

A lo largo de la historia ha habido diversas enfermedades que caracterizan a cada época, es esta última no había sido propiamente una enfermedad contagiosa (viral o bacteriana) sino algo de índole mental (neuronal), un exceso de positivismo, que junto con una recepción de la otredad en la sociedad es ahora la epidemia que se vive en la sociedad, incluso antes de la misma pandemia del Covid-19, ya vivíamos en otra que si bien es sutil también es aquella la que más a estado afectado estos últimos años. (Chul Han, 2012)

Pero ¿qué es esta sociedad del cansancio? Pues como bien lo mencionamos, es un exceso de positivismo, donde ya no hay más una diferencia tan marcada entre jefe y trabajador, entre castigado y castigado, y esta otredad/diferencia que hay, en lugar de tomarla como algo totalmente ajeno o peligroso y que actuemos conforme a un esquema de resistencia y resistencia inmunológica, pues ahora aunque se presente la diferencia, ya no se genera enfermedad alguna y no hay reacción inmunitaria, ahora esta diferencia corresponde más a un sentido de lo idéntico. (Chul Han, 2012, 15)

A comparación del pasado (ante una violencia negativa, de prohibiciones y muros), esta nueva violencia de lo positivo se caracteriza en varios puntos por el exceso, pues ahora hay una sobreabundancia de lo idéntico, sobreproducción, sobrerendimiento y una sobrecomunicación, todo esto va provocando una fatiga, un cansancio y una asfixia que, aunque sea algo malo, sigue sin haber una respuesta inmunológica. Al final no resulta en alguna violencia física (como castigos o prohibiciones) sino en una violencia neuronal casi imperceptible que no implica ninguna otredad en el sujeto o sociedad. Estos excesos van generando también diversos tipos de violencia que no alertan al sistema inmunológico establecido con anterioridad pues ya lo ven como parte del uno y no como algo ajeno, extraño a lo que defenderse. (Chul Han, 2012)

Esto con la sobrecomunicación que es parte y ayuda a la globalización va generando una heterogeneidad ante las situaciones del mundo, convirtiéndolo en algo de que tener miedo a algo común pudiendo provocar que no siempre se esté preparado ante alguna emergencia o se tomen los grandes riesgos a la ligera.

Este sistema inmunológico establecido infortunadamente no funciona para detectar y describir las diversas enfermedades neuronales que parecen ser víricas en el sentido de acción y reacción en la sociedad. La depresión y el TDAH por mencionar algunos son ejemplos de estas enfermedades neuronales que prácticamente son indetectables para este sistema inmunológico. Esto convierte a la violencia que se ejerce en una violencia más sistémica que siendo parte, es aún más difícil detectarla y por ende hacer algo al respecto. (Chul Han, 2012)

Estos cambios que han venido ocurriendo y que nos han transformado de una sociedad disciplinaria a una sociedad del rendimiento han traído graves consecuencias en esta actualidad de la “Nueva normalidad”, pues de pasar del “No puedes, no debes, no tienes” donde la autoridad es una autoridad castigadora y prohibidora, se pasa ahora a este exceso de positivismo donde “Todo es posible siempre y cuando te esfuerzas y te exijas” Donde la autoridad sigue siendo la misma pero el quien exige y se autoexplota es uno mismo. Por ende, parece ser que se vuelve inherente el hecho de querer maximizar la producción. Como menciona Alain Ehrenberg en el libro de “Sociedad del cansancio” (Chul Han, 2012, 28)

“El éxito de la depresión comienza en el instante en el que el modelo disciplinario de gestión de la conducta, que, de forma autoritaria y prohibitiva, otorgó sus respectivos papeles tanto a las clases sociales como a los dos sexos, es abandonado a favor de una norma que induce al individuo a la iniciativa personal: que lo obliga a devenir él mismo [...]. El deprimido no está a la altura, está cansado del esfuerzo de devenir él mismo”. (Chul Han, 2012, 28)

Es por esto que empieza una cuestión de auto y sobre explotación, pero acompañado de un “deber” que ahora el sujeto como sociedad está muy interiorizado y no se da cuenta la diferencia y otredad que esto tiene con uno mismo, pues ya no reconoce tan fácilmente lo propio y lo extraño. Parte de esto y como se

ha venido explicando, se acompaña de una suerte de “poder” como un “debo poder”, “debo hacerlo”, “puedo hacerlo” sin propiamente tomar en diversas ocasiones lo otro que influye en las acciones y/o deberes del sujeto, su contexto. Es en este punto donde entra de manera radical la situación sanitaria que hemos estado viviendo durante un año entero. pues si bien desde antes (Del Covid-19) ya se traía una presión por el rendimiento en una situación de una normalidad sin pandemia, y esto ya provocaba una depresión en el sujeto por agotamiento, ahora cuando todo en la vida cotidiana se cambia (trabajo, escuela, actividades recreativas, salidas casuales, etc.) es cuando ahora la otra “pandemia” (las enfermedades neuronales como la depresión) empiezan a tomar fuerza y empiezan a salir a la luz durante esta emergencia mundial. Pues a pesar de saber con antelación y estar la amenaza de una posible pandemia, no fue suficiente para que las instituciones pudieran prepararse para lo que vendría. Un cambio radical en la forma de producir y autoexplotarse.

El ser humano contemporáneo se ha convertido no propiamente en alguien soberano de sí mismo sino alguien que solamente trabaja/estudia. Pues ante un exceso de situaciones que son ajenas a él y le impiden desarrollarse como antes pero que está de frente a un exceso de positividad es cuando más falta la soberanía, pues ahora solamente trabaja “sin horarios”, se explota aún más sin necesidad de tener que estar siempre en el “trabajo” con tal de tener un buen rendimiento. Es por esto que estas barreras ahora empujan más al ser ya depresivo, pues el sujeto se va cansando de “poder” y de “crear” pero esto no resulta en un cansancio físico sino en un cansancio más del alma, un cansancio mental. (Chul Han, 2012) Gracias a este cansancio es cuando el sujeto entra en un lamento depresivo donde nada es posible y esto se manifiesta porque está dentro de una sociedad donde se cree que todo es posible, y aquí entra una conducta autodestructiva de reproche y agresión hacia uno mismo, empieza una lucha interna en el sujeto por el “deber poder” y el “no poder”. Como dice Chul Han “La depresión es la enfermedad de una sociedad que sufre bajo el exceso de positividad. Refleja aquella humanidad que dirige la guerra contra sí misma.” (Chul Han, 2012, 31).

Es en este aspecto el porqué es importante entender y comprender que la estructura del hombre contemporáneo lo a afectado y lo está afectando de gran manera en esta nueva normalidad. Pues algo que ya se ha venido arrastrando es ahora cuando se hace más evidente. Pues hay situaciones ajenas al individuo que no le permiten estudiar/trabajar como antes y por lo que le ocasiona más conflictos internos que hace que se externe (la depresión) y se haga más evidente y su rendimiento baje, incluso en algunos casos llegando a la situación de desistir.

1.4 Redes Sociales

Las redes sociales son estructuras (no precisamente físicas) en las que dos o varios actores están relacionados por uno o más lazos o vínculos interpersonales, que están definidos entre los mismos sujetos. (Wasserman & Faust, 1994)

Estas redes sociales siempre han existido, pero a las que haremos referencia en esta investigación no serán precisamente a este tipo de redes sociales o (RR. SS.) como indica la Real Academia Española (RAE) (Real Academia Española, 2019). Sino a las redes sociales virtuales (RSV).

El servicio de red social ofrece un medio por el cual las personas a través de una página web y en la cual los sujetos pueden conectar con millones de personas alrededor del mundo. Este tipo de redes a diferencia de las primeras no solamente están estructuradas por relaciones que los actores mantienen dentro de ellas, sino que también están estructuradas de forma física por diferentes aparatos, como son equipos computacionales, servidores, programas, transmisores receptores, etc. Como podemos ver las RR. SS. Siempre han existido y lo que el internet ha traído es solamente la inmediatez para esta comunicación, así como los espacios dedicados para ello.

Dentro de estos servicios en línea no se les llama o se refieren propiamente como personas o sujetos, sino usuarios pues así es definido dentro de la jerga utilizada en informática. (catb, 1990) Los usuarios de las redes sociales son los que en esencia mantienen en línea a las plataformas donde hoy en día se “reúnen”, contactan, venden, trabajan e incluso juegan. Para tener una mejor referencia las

redes sociales en línea pueden ser blogs (blogger, 4chan), estos es donde generalmente se escribe sobre diversos temas de manera periódica y a estas publicaciones se les llama “post” o “artículos”, además de que nuestros artículos que publiquemos se guardan de manera cronológica; videojuegos (o consolas) donde exista un “chat room” Estos pueden ser muy diversos pues lo videojuegos abarcan no solamente en una computadora, sino que escala más allá, llegando a los teléfonos celulares y las consolas, pues dentro de estas la gente se puede conectar para interactuar en su “ecosistema” preferido para la persona y sus “amistades” (que es aquí donde más adelante se explicará este término pues en las RSV puede variar a lo que comúnmente se le conoce como “amigo”); portales de videos (YouTube, Vimeo, Tik Tok, etc) es en estos donde predomina más el audiovisual que lo escrito y que dentro del radar digital es lo que más llama la atención a los usuarios (García Almaguer, 2016); y algunas de las más famosas que son Facebook, WhatsApp Twitter, Instagram, entre otras. (Asociación de Internet MX, 2021)

Estas últimas mencionadas son una combinación entre las anteriores, pues aquí es donde se puede publicar, imágenes, videos, grandes o pequeños escritos de diversa índole (poemas, cuentos, acontecimientos diarios, noticias, etc.) claro siempre respetando las reglas dentro de cada RSV. La sociedad mexicana sigue adaptando su uso, pues tan solo en 2020 y a causa de la emergencia sanitaria del Covid-19, 45% de los usuarios de internet tuvieron que aumentar su adopción tecnológica pues las nuevas condiciones para trabajar y estudiar así lo requerían. (Asociación de Internet MX, 2021)

Las RSV en México y en los jóvenes ha crecido de manera exponencialmente más rápido que en la media según diversos estudios además de que demuestra que la adopción tecnológica se hace en gran medida, llevando un crecimiento de 194 por ciento entre 2010 y 2011, mientras que la media mundial tan solo fue del 59 por ciento. (Islas & Carranza, 2011). Ya en 2020, un estudio arrojó que el crecimiento de uso de las RSV más comunes (Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter y YouTube)

ha crecido un 7% en general y el uso de internet para las redes sociales ha crecido de un 82% a un 89% y se mantiene como la actividad más realizada por los internautas en México. (Asociación de Internet MX, 2021)

Ya sabemos qué es una red social, qué diferencias hay respecto de las redes sociales virtuales, pero esto ¿cómo afecta a la vida de los jóvenes? Si bien las RSV han sido de gran utilidad conforme pasa el tiempo, ya sea para conectar, informar o incluso intercambiar puntos y opiniones, como era de esperar no todo lo que trae consigo es bueno. Un estudio de alcance global realizado por la investigadora y Doctora Olivia Remes, quien tiene un postdoctorado por parte de la universidad de Cambridge y se ha especializado en la ansiedad y depresión, ha destacado 10 puntos en los que dice quiénes son más propensos a sufrir ansiedad. Uno de ellos dice lo siguiente:

“Las personas adictas al juego o a internet tienen más probabilidades de sufrir ansiedad. Además del abuso de opioides, la adicción al juego o a internet son otras dos conductas de riesgo que parecen estar asociadas al diagnóstico del trastorno de ansiedad. En todo el mundo, un 37% de los adictos al juego padecen trastornos de ansiedad, mientras que los estudios realizados sobre la adicción a internet (sobre todo en los países asiáticos) muestran que la propensión a la ansiedad es más del doble en personas adictas a internet que en otros grupos de control”. (Huffintong Post, 2016)

Esto en voz de los expertos deja en claro el riesgo que puede representar en los jóvenes el exceso de las plataformas digitales. Ahora en la pandemia, es cuando se ha registrado un aumento bastante importante en el uso de internet y en específico de las RSV pues ahora se tiene que estar conectado a través de estas, ya que es el medio por el cual ya se estudia, trabaja y se ve de manera segura a los amigos y familia. Pese a todo esto hay que destacar que el acceso a las RSV es la cuarta actividad más importante para el mexicano según la Asociación de Internet MX por lo cual las Redes Sociales Virtuales pueden ser un arma de doble filo en esta contingencia que vivimos actualmente. (Islas & Carranza, 2011)

1.5 Hipermedia

Hipermedia es un término que nació en 1970 en el libro *No More Teacher's Dirty Looks* en 1970 escrito por Ted Nelson y ha sido definida por diversos autores como la suma o combinación de multimedia e hipertexto. El hipertexto entendiéndolo como como "la organización de una base de información en bloques discretos de contenido llamados nodos." (Lamarca, M . 2018) Estos nodos están conectados entre sí de una manera no lineal a través de enlaces a los que el usuario es capaz de acceder por medio de su selección conectados a través de enlaces cuya selección genera distintas formas de acceder a la información, Ted Nelson definió el hiper de hipertexto como "ampliado, generalizado y multidimensional" (Nelson, T. 1973) dicho de otra forma, el hipertexto es un que contiene muchos otros. Por otro lado, la Multimedia "es la combinación o utilización de dos o más medios de forma concurrente" (Lamarca, M . 2018) es decir que utiliza diferentes medios y/o formatos para representar la información almacena, por ejemplo, utilizar imagen en movimiento y sonido al mismo tiempo, o texto y sonido etc. Es importante mencionar que, aunque se suele relacionar directamente al ámbito informático/digital, la multimedia no está restringido a este: "Un sistema multimedia está constituido por un conjunto de informaciones representadas en múltiples materias expresivas: texto, sonido e imágenes estáticas y en movimiento, y codificadas digitalmente, registradas en un soporte cerrado u off line, como por ejemplo el CD-ROM o el DVD" (Berenguer, X: 1997).

Por lo tanto, hipermedia es la posibilidad que nos permite organizar la información de manera no lineal, gracias a las interconexiones de nodos individuales. Estos nodos contienen información que puede ser presentada en diversos medios (sonido, video, texto, imagen, realidad virtual, realidad aumentada, etc.) En su libro *Hipermediaciones*, Sclaris propone el término "hipermediación", que define como "procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí" (Sclaris, 2008) con lo que propone pasar de analizar la hipermedia como objetos y/o productos para

pasar a analizar las hipermediaciones entendidas como procesos que establecen un ecosistema comunicativo digital-interactivo nuevo, gracias a los usuarios digitales.

1.6 Facebook como medio hipermediático

En nuestra investigación, la red social que utilizaremos como herramienta de estudio y en donde hemos hecho énfasis es “Facebook”, por lo tanto es importante definir qué es esta plataforma y la importancia que ha tenido en los últimos tiempos. En algunos sitios se define a Facebook “como un servicio gratuito que permite conectar a las personas en internet. Si somos usuarios registrados en su página web, podremos gestionar nuestro propio espacio personal: crear álbumes de fotos, compartir vídeos, escribir notas, crear eventos o compartir nuestro estado de ánimo con otros usuarios de la red”. (Aulaclic, 2010)

También hay páginas que lo definen como “una red social pensada para conectar personas, es decir, compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con amigos y familiares. Se trata de la plataforma social más grande y popular de todas las existentes en la actualidad”. (Facchin, s.f.)

En este sentido, cabe mencionar que el primer aspecto de Facebook sobre la sociedad es la creación de más oportunidades para conocer acerca de las personas en general en todo el mundo. Facebook genera la alternativa de conocer sobre personas de diferentes culturas, visitando sus perfiles e interactuando con ellos.

Facebook es una de las principales redes sociales que existen, además de otras redes como Instagram, YouTube y Tik Tok. Cabe recalcar, que uno de sus principales objetivos es ofrecer la gran posibilidad, de manera gratuita, de ejercer relaciones sociales de manera digital entre individuos.

Asimismo, es la red social con mayor cantidad de usuarios registrados, ya que tiene un total de 2.740 millones de usuarios. Cabe mencionar, que los usuarios con más actividad en Facebook están entre 25 y 34 años, posteriormente, entre 18 y 24 años y, por último, entre 35 y 44 años. (Llano, 2021)

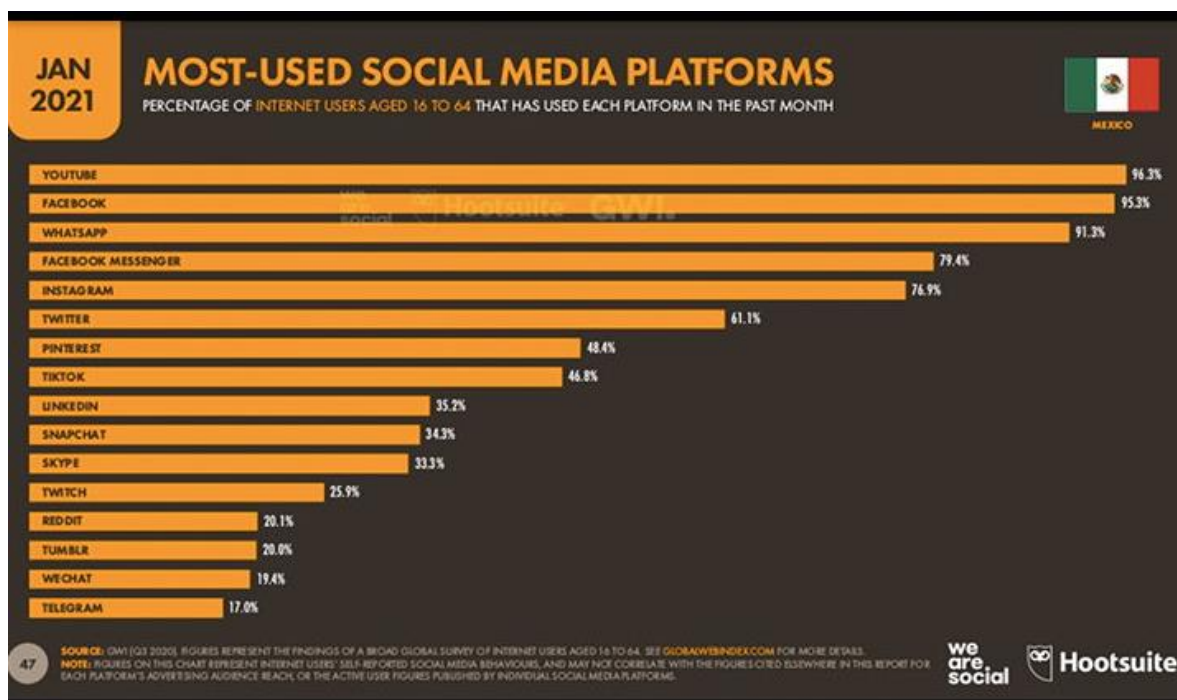
Con tan solo 17 años de existencia, Facebook pudo posicionarse en los primeros lugares gracias a los recursos (fotos, videos, reacciones, mensajes) visuales que le ofrece a sus usuarios.

Gracias a la posibilidad que tiene de poder crear perfiles personales, grupos o páginas, además de generar interacción entre 2 o más personas a la distancia, Facebook es considerada como la red social con mayor influencia cultural y de opinión entre los usuarios.

Con el paso de los años, Facebook se renueva constantemente, ganando nuevos usuarios registrados, ya que incrementaron herramientas que son aún más atractivas para los mismos, tales como mayor cantidad de reacciones (me gusta, me encanta, me importa, me divierte, me asombra, me entristece); filtros en las fotos, publicación de historias (mismas que tienen una duración en el perfil de 24 horas), la posibilidad de seguir páginas de interés general, creación de eventos, videollamadas, etc.

El informe Digital 2021 Global headlines (2021) realizado por Hootsuite y WeAreSocial 2021, arrojó que actualmente un 77.2% de la población nacional mexicana tiene acceso a las redes sociales, lo que representa a 100 millones de personas en México que hace uso de las diversas plataformas de social media.

Asimismo, en este estudio arrojó que la red social con mayor uso es YouTube con 96.3% de visitas. En segundo lugar, queda Facebook con el 95.3% de las visitas. En tercer lugar, se posiciona WhatsApp con 91.3%, cuarto lugar está Messenger de Facebook con 79.4% y en quinto lugar aparece Instagram, que 76.9% de las personas afirman haber hecho uso de él. (Digital 2021)



Por otro lado, esta reconocida red social también ha sido utilizada como una fuente de consulta, como una herramienta difusora de movimientos sociales, y también como herramienta de comunicación institucional.

Facebook empezó a ser utilizada por jóvenes universitarios, ya no sólo como un medio de comunicación o de entretenimiento, sino también como un medio digital de aprendizaje.

La incorporación de aplicaciones Web 2.0 en procesos formativos implica añadir nuevos estilos de comunicación, roles, formas de intervención, escenarios y un abanico amplio de actividades, que, a su vez, requieren cumplir una serie de desafíos educativos; por lo tanto, es necesario que las universidades asuman los retos que estas herramientas representan dentro de planteamientos integradores, que busquen crear mejores espacios educativos para el intercambio y la actividad formativa, y aprovechen el potencial en red. (García Peñalvo, 2009)

Por lo tanto, las redes sociales han sido adoptadas por las instituciones educativas como un medio digital de aprendizaje, pero también como un medio de apoyo e interacción entre la institución y sus estudiantes.

1.7 Redes sociales y educación superior

Desde que las denominadas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) forman parte de la cotidianeidad se ha tenido que aceptar su integración a diversos sectores, entre ellos la educación, con lo que se han generado nuevas demandas hacia los profesores, alumnos, e instituciones educativas, manifestando procesos de transformación y reajuste que se encaminan a la innovación (Cecilia González, C. y Muñoz, L. 2016) “Las redes sociales virtuales son espacios de interacción esenciales en la vida de los internautas” (Chávez, J. 2013) que nos brindan la oportunidad y las herramientas necesarias para obtener una comunicación en tiempo real y constante pese a las distancias físicas que pudiesen existir. Son sitios “en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido, crear comunidades, dirigir su aprendizaje y disponer de espacios en la red” o como una herramienta de “democratización de la información que transforma a las personas en receptores y en productores de contenidos” (Alconchel como se cita en Cecilia González, C. y Muñoz, L. 2016).

De acuerdo con Juan Carlos Camaño las redes sociales actualmente son una actividad sociológica inigualable que se encuentran en un crecimiento exponencial, por lo que considera que están aquí para quedarse. (Camaño, J. C., 2012) Menciona que una de las mayores ventajas que pueden ofrecer este tipo de sitios es establecer conexiones en el ámbito profesional, al tener información en tiempo real y actualizada, además de que permiten al usuario no sólo recibir información, sino además producirla y reproducirla.

En un contexto histórico-social como lo es la pandemia ocasionada por el virus SARS COV 2 las redes sociodigitales cobran aún más importancia al ser un medio “seguro” de reunión (virtual) y de interacción en todos los niveles. En el sector educativo se ve aún más reflejado este crecimiento y que a partir de los diversos proyectos de enseñanza remota o a distancia ha sido la forma donde mayor interacción se ha dado entre profesores y alumnos.

Aunque en primera instancia se podría pensar que el uso de redes sociales en un contexto académico terminaría por perjudicar el aprendizaje, lo cierto es que un

estudio de 2015 publicado en la revista Apertura por Irma Leticia Chávez Márquez y María del Carmen Gutiérrez Díez titulado “Redes sociales como facilitadoras del aprendizaje de ciencias exactas en la educación superior” se encontró que “el uso que hacen los alumnos de las diferentes redes sociales contribuye y facilita el aprendizaje dentro de las ciencias exactas” (Chávez, I. y Gutiérrez, M. 2015) ya que el 99% de los alumnos que formaron parte de la investigación utilizan por lo menos una de las diversas redes sociales, que además señalan que han compartido información de sus tareas o trabajos, explicado algún tema o les facilita llevar a cabo recolección de datos, todo esto a través de sus redes sociodigitales, en las que destaca el uso de Facebook.

Jesús Chávez hace énfasis en que “La intervención del docente resulta importante pero a la vez disruptiva, en un contexto virtual donde se confronte una discusión académica” (Chavez, J. 2013) Por lo que en una situación como la que vivimos es imperativo que alguien dedicado a la docencia debe centrar en el aprendizaje de los alumnos, cumpliendo la función de guía o asesor durante todo el proceso de enseñanza, más allá de limitarse a transmitir conocimiento “Se está demandando por tanto un profesor entendido como “trabajador del conocimiento”, diseñador de ambientes de aprendizaje, con capacidad para rentabilizar los diferentes espacios en donde se produce el conocimiento. Los profesores, en lugar de impartir los conocimientos en las aulas, se transforman en orientadores y mediadores de la actividad educativa, trabajan en equipo en la producción de materiales que vinculen y sirvan de soporte a los conocimientos. Para conseguir este propósito, el profesorado deberá ser preparado para capitalizar al máximo los beneficios que le posibilitan las tecnologías en cuanto que: favorecen escenarios de aprendizaje distintos, centrados en el alumnado, brindándole diversas modalidades de interacción, aportándole diversos contextos y modos de seguimiento de su propio proceso de aprendizaje, partiendo de sus intereses personales, suscitando actividades de aprendizaje colaborativo, desarrollando una mayor autonomía de trabajo y aprendizaje autorregulado, rompiendo con situaciones de aprendizaje pasivo y acumulativo y dependiente del profesor que realizaba el alumno” (como se cita en: Rodríguez, 2010)

2. MARCO CONTEXTUAL

2.1 Educación en tiempos de pandemia. Énfasis en la educación superior.

La educación durante la pandemia ha sacado a flote retos que ya desde tiempo atrás han estado presentes en el área de educación a distancia y esto a su vez ha transformado de manera positiva al ahora poner más atención en el uso de las tecnologías, que, a pesar de estar en la era digital no muchos individuos o usuarios, están involucrados del todo en el mundo de las tecnologías. Prueba de ello, son las dificultades que ha presentado la comunidad estudiantil en los trimestres en línea de la UAM-Xochimilco.

Una de las principales preocupaciones que salieron y han seguido siendo parte de la incertidumbre que la educación a distancia ha creado son ¿Cómo se trabajará con los estudiantes en esta “nueva modalidad”?; ¿Cómo se comunicarán los profesores con ellos?; y quizás, la más relevante, ¿Se volvería a la universidad a tomar clases presenciales antes de que terminase el año?

Así como han salido a relucir los nuevos retos con las tecnologías, también ha salido a flote y se ha marcado mucho las desigualdades de conocimiento hasta las desigualdades económicas. En un comunicado de prensa del INEGI en colaboración con la SCT y el IFT revelaron que 80.6 millones de usuarios de internet, mientras que 86.5 millones los usuarios de teléfonos celulares, de un total 126 millones de personas totales viviendo en la república mexicana. donde alrededor de 40,000,000 millones son menores de edad y 10 millones son menores a 5 años. Podemos decir que solamente el 64% por ciento de la población tiene acceso a internet y el 68.9% tiene acceso a teléfonos celulares. (INEGI)

Esto no solamente deja en claro que sólo poco más de la mitad tiene acceso a esta herramienta que hoy en día es necesaria para la educación a distancia, sino que vienen muchas más brechas como si se vive en el campo, la ciudad. En el ámbito urbano solamente el 76.6% tiene acceso a internet, mientras en el las zonas rurales del país, solamente el 47.7% tienen acceso, y en todo el país únicamente el 43.3%

dispone de una computadora, mientras que el 92.5 por ciento cuenta con al menos un televisor por hogar. (INEGI)

Todo esto, sumado a la pandemia, ha permitido crear algunas estrategias con referencia a la educación como el programa televisivo “Aprende en casa”. Pero desafortunadamente solo es funcional para escolaridades de secundaria para abajo. El panorama de las brechas de desigualdad en el ámbito de la educación superior es muy diferente, ya que no se pueden simplemente pasar o poner las clases en la televisión. El acceso a internet por medio de algún dispositivo se ha hecho imprescindible, pues se ha vuelto ahora mucho más importante su uso, ya que no solamente es el contacto con el docente o las compañeras o compañeros, sino que es en estos dispositivos donde se toman las clases virtuales.

La reciente relevancia de estos retos tecnológicos que han destacado a raíz de la pandemia ‘ha dejado estragos y aprendizajes, que de no ser tomados en cuenta con la seriedad que merecen, este país continuará en la misma situación’. (Cardozo, 2020)

2.2 Alteraciones emocionales en la educación superior

Actualmente, la salud mental en estudiantes universitarios ha sido un tema tratado de manera frecuente, ya que esta ha sido un factor que denota el desempeño académico de los universitarios. “Iniciar el estudio de una carrera profesional puede ser una fuente de estrés que acecha el bienestar psicológico, el cual se puede resultar comprometido en el aprovechamiento académico, en la salud física o en la salud mental.” (Pérez Padilla, et al., 2010)

Debido a diversas presiones, como carga de trabajo, exámenes, y en general la vida en la universidad, se han generado trastornos de ansiedad, depresión, falta de sueño, fatiga, entre otras.

Una investigación sobre Deserción Escolar en Estudiantes Universitarios, presentada por la Universidad Autónoma Metropolitana Cuajimalpa, en coordinación con el Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente Muñiz

arrojaron que El 30.2% de los alumnos de nuevo ingreso a una carrera ha referido un posible problema de salud mental y, de estos, 15.8% registra conducta suicida. “El estudio, que incluyó preguntas orientadas a identificar las conductas de riesgo entre 400 alumnos de nuevo ingreso de la UAM Cuajimalpa, encontró que 13.3% de los estudiantes refirió algún episodio de depresión en los últimos 12 meses; a 14.7% se le identificó con trastorno de déficit de atención. En menor medida, pero con un porcentaje que no deja de ser significativo, 5% refiere abuso o dependencia de drogas, 4.2% dependencia al alcohol, 3.7% tuvo episodios de manía y 2.8% dice experimentar ansiedad generalizada. Además, el 16% de los encuestados ha ideado terminar con su vida, un 10% llevó esta intención a tener un ‘plan’, mientras que 1% intentó suicidarse” (Vargas, 2018)

Por lo tanto, estos problemas psicológicos siguen siendo focos rojos de estudio, que conllevarán a un seguimiento académico de manera personal con los alumnos afectados.

2.3 ¿Qué pasa con la salud mental en los jóvenes durante la pandemia?

Los estragos que dejó la pandemia han tenido lugar en diferentes niveles y distintos ámbitos sociales, uno de ellos fue la manera de interactuar previo a esta crisis sanitaria. En este sentido, cabe señalar que al ser individuos que nos relacionamos dentro de un grupo ya sea la familia, amigos, vecinos etc, y todos estos a su vez forman parte de una sociedad es fundamental las relaciones que podemos generar con nuestro entorno, y que por la situación de la COVID-19 se ha generado un distanciamiento y un cambio radical en las interacciones. Esto, ha provocado efectos en términos emocionales para la población en general, pero específicamente para ciertas edades como lo es la juvenil. En un estudio realizado por “Medicentro Electrónica” un órgano de expresión del Sistema de Salud en Villa Clara, orientado en promover y publicar la producción científica, expresión del desarrollo alcanzado por la salud pública y la docencia de las ciencias de la salud mencionan lo siguiente:

“Ser adolescente es difícil en cualquier circunstancia, más aún en este período de contingencia. Esto se debe al cierre de las escuelas -con la no participación física en las clases-, a la cancelación de actividades públicas, y a la prohibición de las experiencias cotidianas como charlar e interaccionar directamente con las amistades; se puede decir que muchos adolescentes se perdieron algunos de los momentos más hermosos de su juventud. Los psicólogos reconocen que la ansiedad es una función normal y saludable que alerta al individuo de los peligros, y lo ayuda a tomar medidas de autoprotección y para preservar a los demás. Por tales razones, la ansiedad provocada por el comportamiento y desarrollo creciente de esta pandemia es comprensible.”(Rodriguez, 2020)

Dentro de la investigación realizada por Medicentro Electrónica, encontraron otros grupos de población vulnerable emocionalmente ante la pandemia en alteraciones como el estrés, los cuales esquematizan en la siguiente imagen.



Figura 1 .- Imagen tomada por “Medicentro Electrónica” sobre grupos poblacionales más vulnerables al estrés por la COVID-19.

Aunque existen varios estudios que se han hecho sobre el impacto psicológico durante la pandemia, lo cierto es que aún es insuficiente lo que se sabe sobre sus efectos en el plano psicosocial y su repercusión en la salud mental de las personas.

La educación formal de las personas jóvenes se ha visto muy afectada por los efectos de la pandemia. De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), 107 países han implementado cierres de escuelas a nivel nacional, una situación que ha afectado a más de 861 700 000 de niños y jóvenes. Los jóvenes también se ven afectados por el cierre de oportunidades para recibir educación informal, algo que les impide relacionarse socialmente con sus pares y educadores. Se hace evidente que, los prolongados períodos de cierre de escuelas y la restricción de movimiento pueden traducirse en intranquilidad emocional y ansiedades. (UNESCO)

Las personas jóvenes expuestas a la COVID-19 tienen tantas probabilidades de infectarse y contagiar a otros como las personas mayores. Por esta razón, deberán seguir de manera estricta los lineamientos nacionales en materia de: detección, pruebas, contención y atención, además de practicar el distanciamiento social. En la mayoría de las ocasiones este grupo etario es el último en respetar y acatar estas medidas.

3. ANÁLISIS RED DE APOYO PSICOLÓGICO - UAM XOCHIMILCO



1. Ficha de identificación de la página

La Red de Apoyo Psicológico UAM - X es una página creada en el año 2020 por alumnos del último trimestre de la carrera de psicología, mismos que son asesorados por profesores de la misma licenciatura en la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco, con el objetivo de brindar atención psicológica a los alumnos que estén cursando la licenciatura.

Su primera publicación fue el 29 de agosto del 2020 y fue una publicación que presentaba a la página, con el logo de la misma, proporcionando los alumnos, trabajadores, administrativos y académicos de la UAM Xochimilco, los números telefónicos de contacto para solicitar atención psicológica por medio de la misma, para aquellos que por razones de pandemia se encuentren en crisis.



Dentro de la pestaña de información de la página encontramos que sus horarios de atención son de lunes a sábado de 8:00 a 20:00hrs, en donde comunican que sólo será atenciones por llamada telefónica.

INFORMACIÓN DE CONTACTO ADICIONAL

 Nivel de respuesta alto a los mensajes
[Enviar mensaje](#)

MÁS INFORMACIÓN

Información

Acompañamiento psicológico para toda la comunidad UAM de todas sus Unidades.

Horario de atención: Lunes a sábado de 8:00 a 20:00 hrs

Únicamente por llamada telefónica [Ver menos](#)

Información adicional

¿Sientes un malestar que te irrita, te molesta, te impide estar bien contigo misma(o) y con tus seres cercanos y crees que necesitas apoyo, acompañamiento?

Quizás nosotras(os) podemos escucharte y acompañarte para que puedas poner en palabras todo eso que sientes.

Somos egresados de la licenciatura en psicología preparados para apoyarte y estamos asesorados por profesoras(es) de la misma carrera.

Podrás encontrar un espacio amable que te permita reconocer tus malestares y compartirlos con una escucha respetuosa.

Los contenidos del encuentro son estrictamente confidenciales.

Estamos dispuestas(os) a acompañarte de lunes a sábado en un horario de 8:00 a 20:00 horas.

¡LLÁMANOS!

¡NO TE QUEDES CON EL MALESTAR!

¡PONLO EN PALABRAS Y RECONÓCELO!

¡TE ACOMPAÑAMOS EN ESE CAMINO!

¡PUEDE SER UNA EXPERIENCIA IMPORTANTE PARA QUE TE SIENTAS BIEN CONTIGO Y CON LAS(OS) DEMÁS! [Ver menos](#)

2. Contenidos visuales: Tipos de discurso

El contenido visual predominante es el de imágenes. Su contenido visual es muy escaso.

La gama de color utilizada no es fija, ya que ocupan colores variados, que en su mayoría son colores llamativos o colores pastel.



Programa emergente y a distancia de atención psicológica - Enero 2021

ComunidadUAM:

¿SIENTES MALESTAR EMOCIONAL?
¿NECESITAS UN ESPACIO DE ESCUCHA?

No te quedes con el malestar!
Te acompañamos en este camino!

Comunícate con la Red de Apoyo Psicológico de **lunes a sábado de 8:00 a 20:00 hrs.**

55-3960-6519	55-6460-2694
55-6455-3857	55-6455-8578
55-6432-8867	55-6455-6234
55-1852-3488	55-6455-1256
55-2529-0568	55-6436-1443
55-4129-8334	55-4371-5324
55-4015-8509	55-6071-7536
55-2528-2543	55-5468-4329
55-6452-4049	55-6103-3701

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Casa abierta al tiempo
Unidad Xochimilco

RED DE APOYO UNIVERSITARIO

Para invitar a los usuarios a contactar con la página y, por consiguiente, al servicio de atención psicológica, utilizan imágenes a color, con fondos de color llamativo. Asimismo, se pueden observar distintos personajes tanto femeninos como

masculinos y en ocasiones a la pantera representativa de la universidad, la imagen de un teléfono, o simplemente aparecen sólo los números de contacto.

En las mismas imágenes se colocan números de apoyo a los cuales puedes llamar en caso de requerirse. Estos ocupan la mayor parte del espacio. También contienen preguntas directas mencionando si sufres algún malestar emocional o incluyen la leyenda que dice “no estás solo” o “¿sientes malestar emocional?”.

¡No estás sol@!!

¡La UAM Xochimilco te escucha!

Si necesitas apoyo emocional y psicológico, llama a los teléfonos:

5518523488	5543715324	5564553857
5525282543	5554684329	5564524049
5525290568	5560717536	5564556234
5539606519	5564328867	5564558578
5540158509	5564361443	5564602694
5541298334	5564551256	

**De Lunes a sábado
8:00 a 20:00 h**

#LaUAMXcontigoencasa
#ConLaCasaAbiertaAlTiempo
#ApoyoAbiertoAlTiempo

**Casa abierta al tiempo
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Xochimilco**

**RED DE APOYO
UNIVERSITARIO**

#E2C9DC
#382A5C
#8A2560

El único contenido hipermediático con el que cuentan, es de la página institucional oficial de la UAM, al compartir contenido de la misma Red de Apoyo.

Asimismo, comparten invitaciones de la página oficial de la UAM a conferencias y talleres con temática de apoyo y orientación psicológica. En esta, las reacciones reales aparecen directamente desde la publicación original, no desde la Red de Apoyo. Por ejemplo, en una de las invitaciones a conferencia, en la publicación original publicada en la página institucional de la UAM, cuenta con 51 reacciones, 11 comentarios solicitando información acerca de la inscripción al taller y 22 veces compartido. Sin embargo, desde la página de Red de Apoyo, únicamente cuenta con 1 reacción, ningún comentario y 2 veces compartido.

Imagen compartida en la Red de apoyo



Imagen compartida de la página institucional de la UAM



3.Interacción.

La interacción dentro de la página se refleja a través del chat directo, el cual, es un chat privado y su horario de respuesta es de lunes a sábado en un horario de 8:00 a 20:00 horas. No cuentan con un correo al cual comunicarse.

Otra forma de interacción es a través de las reacciones y los comentarios de cada publicación.

A pesar de contar con 1,113 me gusta en la página y con 1,169 seguidores las interacciones no son mayores de 10 reacciones y nula en comentarios

Ni las publicaciones ni los comentarios tienen firma, por lo que no nos es posible saber quién o quiénes son los principales administradores de la página.

El lenguaje utilizado siempre es respetuoso e invita a ponerte en contacto con el equipo psicológico.

Finalmente, hasta la fecha de análisis (mayo 2020), se muestra su última publicación en día 6 de mayo de 2021. Sin embargo, consta de la misma imagen publicada anteriormente, en la que tampoco se muestra interacción.

4. ANÁLISIS PROGRAMA DE ATENCIÓN PSICOLÓGICA A DISTANCIA, UNAM



1. Ficha de identificación de la página:

¿Quién patrocina la página? Atención psicológica es una página creada por la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional Autónoma de México con el objetivo de brindar atención psicológica a los estudiantes que se encuentren cursando la carrera de Derecho o alguno de sus posgrados.

Su primera publicación fue el 2 de octubre del 2017 y fue una actualización en su foto de perfil la cuál era la letra griega psi dentro de una “estilización” del búho que aparece en el escudo de la facultad, y el símbolo de la bandera nacional mexicana. Al ser parte de un servicio proporcionado por la Facultad de Derecho es la UNAM la que patrocina la página, aunque la Facultad se encuentra en la Ciudad de México dentro de las instalaciones de Ciudad Universitaria, a partir de la pandemia brinda atención en línea a todos los alumnos de la facultad, sin importar en que parte de la república se encuentren.

Dentro de la pestaña de información de la página encontramos el correo para solicitar informes y citas: atencionpsicologico@derecho.unam.mx; un acceso directo al chat de Messenger Facebook en el que se te reitera que debes mandar un correo

para solicitar citas e informes, y un enlace a la página del servicio médico integral de la Facultad de derecho <https://www.derecho.unam.mx/servicio-medico/index.html> , dónde en la sección de Servicio Psicológico sólo encontramos los horarios de atención.

Horarios del Servicio Psicológico



Lunes	16:00 a 19:00	Judith Elisa Ferrer Alarcón y Sandra Ivonne Ferrer Reyes
	10:00 a 14:00	Sandra Ivonne Ferrer Reyes y Raquel Aguilar Estrada
Martes	14:00 a 20:00	Judith Elisa Ferrer Alarcón
	16:00 a 20:00	Carlos Miguel Velázquez Salazar
	11:00 a 15:00	Judith Elisa Ferrer Alarcón
Miércoles	16:00 a 18:00	Carlos Miguel Velázquez Salazar
	10:00 a 14:00	Consejería en Salud Sexual
Jueves	16:00 a 16:00	Consejería en Salud Sexual
	16:00 a 18:00	Carlos Miguel Velázquez Salazar
Viernes	16:00 a 20:00	Raquel Aguilar Estrada y Javier Moreno Jiménez
	16:00 a 18:00	Carlos Miguel Velázquez Salazar

Además de los servicios de atención psicológica por medio de consultas, la página ofrece talleres recurrentes de cupo limitado sobre temas como manejo de emociones los cuales están abiertos a la comunidad UNAM en general. Así mismo encontramos algunas infografías o talleres/conferencias transmitidas en vivo sobre temas diversos relacionados al cuidado mental y emocional.

2. Contenidos visuales: Tipos de discurso

El contenido visual que más predomina en el de tiempo de análisis de la muestra es el de imágenes, en especial infografías, aunque son muy variados en colores y diseño, presentan en gran medida colores azules y morados-lilas. Sin embargo, cabe resaltar que no hay una norma en el estilo visual de las imágenes e ilustraciones, ni en los colores que usan, encontrando tanto verdes pálidos como naranjas rojizos.





EL SERVICIO PSICOLÓGICO DE LA FACULTAD DE
DERECHO TE INVITA AL TALLER EN LINEA:

AUTOCUIDADO: SALUD FÍSICA Y MENTAL

Objetivo: Promover el cuidado de la salud física y mental en
estudiantes universitarios a través de estrategias que permitan
evitar conductas de riesgo e incorporar comportamientos
saludables en su vida diaria



Miércoles 28 de Abril 2021
Horario: 13:00 a 15:00

PÚBLICO EN GENERAL

Inscripciones:

<https://forms.gle/TaGgSVhiuu4MMJ6W8>

Contacto:

apoyopsicologico@derecho.unam.mx



Servicio de Salud Integral
de la Facultad de Derecho

20 de Mayo día del Psicólogo

**Felicidades a todo el
equipo de Psicólogos
del Servicio Psicológico**

Los pocos videos compartidos (sin contar transmisiones en vivo) son cortos, de menos de un minuto de duración, y están conformados por texto, con escasas imágenes sin movimiento ni animación, únicamente en uno de los videos cuentan con música de fondo.

Casi no se encuentra la presencia de publicaciones conformadas únicamente por texto, siendo de los pocos avisos a la comunidad sobre talleres que se llevan a cabo uno o dos días después, y fueron para mencionar el cupo lleno de los mismos.

Para invitar a los usuarios a contactar con la página y por consiguiente al servicio de atención psicológica se utilizan imágenes de dos tipos, en una encontramos un collage de fotografías de los miembros del servicio, son fotografías diversas, todas en un medium close up o médium shot, sin embargo no se encuentra ningún tipo de patrón habiendo algunas en blanco y negro y otras a color, con fondos neutros o con fondos muy vistosos, por lo que no se ve una imagen institucional, en el lado superior derecho se encuentra la leyenda “Servicio psicológico”, centrado en la parte inferior el correo del mismo ambos de color azul marino y una tipografía sin mucho adorno, y en la esquina superior izquierda el logo de la página, el cuál es el escudo de la facultad de derecho con el centro ocupado por la letra griega Psi

La otra forma que se ha utilizado para invitar a la comunidad a contactar este servicio han sido fotografías de la facha de la facultad acompañadas por el “Servicio psicológico” y el correo de contacto.





En cuanto al contenido hipermediático, encontramos que aproximadamente la mitad del contenido que aparece en la página es compartida desde otras páginas con cierta relación, entre las más frecuentes encontramos Comunidad UNAM, Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos y Programa de Sexualidad Humana, estas publicaciones suelen ser las que menos reacciones suscitan, aunque en las publicaciones originales sí hay una interacción importante. Esto puede deberse al hecho de que los usuarios podrían llegar a preferir contenido que está siendo producido exclusivamente para ellos y no siendo compartido desde otra página.

3. Interacción

La interacción dentro de la página se puede dar a través del chat directo, en el cuál responden de lunes a viernes en un horario de 9 a.m. a 8 p.m. También está abierta la opción de contactar al servicio por medio del correo electrónico. La otra forma de

internación es a través de las reacciones y los comentarios de cada publicación. Pese a ser una página con poco más de 3000 seguidores, lo cierto es que esto no se ve reflejado en la interacción de los seguidores en las publicaciones. Podemos notar que, aunque se publica con una frecuencia de dos o tres veces por semana (lo cual para los estándares de la plataforma se puede considerar como muy bajo ya que existen páginas que publican 5/6 veces al día, también es cierto que hay páginas que publican dos o tres veces al mes) muchas de las publicaciones apenas alcanzan las 10 interacciones, y muchas más reciben 1 o 2 likes e incluso llegan a no tener ninguna reacción. La periodicidad de las publicaciones varía mucho, siendo el mes de febrero del 2021 el mes con más publicaciones, son un total de 24, por el contrario, fue el mes de julio del 2020 en el que no hubo publicaciones y el mes de diciembre del mismo año en el que sólo hubo una (felicitación por navidad).

Las publicaciones que más respuestas han suscitado encontramos las invitaciones a los talleres que se ofrecen de manera no presencial, por lo que los comentarios que más encontrados son solicitando más información acerca de cómo se pueden inscribir, los comentarios en segundo lugar de repetición son aquellos donde expresan su malestar por no haber alcanzado lugar en dichos talleres. También cabe resaltar que, aunque en menor medida, se encontraron varios comentarios en los que se “etiquetan” a otros usuarios invitándolos a participar en el taller junto con ellos.

Un caso en específico del que es pertinente hablar es el de una transmisión en vivo del taller “Manejo de emociones” llevada a cabo el viernes 5 de febrero, que fue la publicación que más interacciones presentó, alcanzando un total de 272 reacciones, 90 compartidas y 1911 comentarios, en su mayoría de usuarios compartiendo experiencias y consejos a otros, por lo que de esto podemos concluir que cuando un usuario se siente acompañado por personas que han pasado por cosas similares a este, es cuando más libertad y confianza siente para abrirse y compartir comentarios que piensan, pueden servir a otras personas en la comunidad, a diferencia de infografías que si bien son de interés general no producen una reacción así de fuerte.

Así mismo hay una presencia importante de la administración de la página, contestando comentarios en los que los usuarios solicitan ayuda o tienen alguna queja, aunque lo más común es que la administración de la página pida que se le contacte por medio del chat de Messenger y/o por correo electrónico.

Ni las publicaciones ni los comentarios tienen firma (cosa que, en otras páginas en especial de contenido de entretenimiento, sí sucede), por lo que no nos es posible saber quién o quiénes se encuentran administrando tanto las publicaciones como las páginas y no podríamos asegurar que detrás de la página haya personal psicológico, esto se refuerza por el hecho de que para recibir atención se requiere mandar un correo electrónico al servicio de atención médica integral de la facultad. Sin embargo, el lenguaje utilizado siempre es respetuoso e invita a ponerte en contacto con el equipo psicológico, incluso hay dos o tres publicaciones en las que se presenta a los psicólogos que conforman parte de éste, por lo que se pretende generar una conexión y mayor confianza entre estos y los usuarios/ alumnos.

5. ANÁLISIS UNI CONTIGO FAPSI



1. Ficha de la página:

¿Quién patrocina la página? Facultad de Psicología de la UANL y la misma Universidad Autónoma de Nuevo León y fue creada el 23 de marzo de 2020

La ciudad en la que se realiza la página, el tema y objetivos de la página. La ciudad en que se realiza es en la ciudad de Nuevo León, su tema es una página de orientación ante situaciones de crisis relacionados al COVID-19.

El servicio ofrecido es a través de la misma página de Facebook por medio de chat privado, aunque también se apoyan de otros medios, como instituciones psicológicas ante un exceso de casos que necesiten la atención, y proporcionan números telefónicos de dichas instituciones.



Cuentan con un Instagram: <https://www.instagram.com/unicontigofapsi/> en el cual publican material de ayuda (frases motivacionales o de aliento), pero ahí no es posible solicitar atención psicológica, así como también cuentan con un correo por el cual puedes solicitar información (urgenciaspsicologicas.fapsi@gmail.com), pero tampoco se puede acceder a la ayuda directamente, y no cuentan con número telefónico.

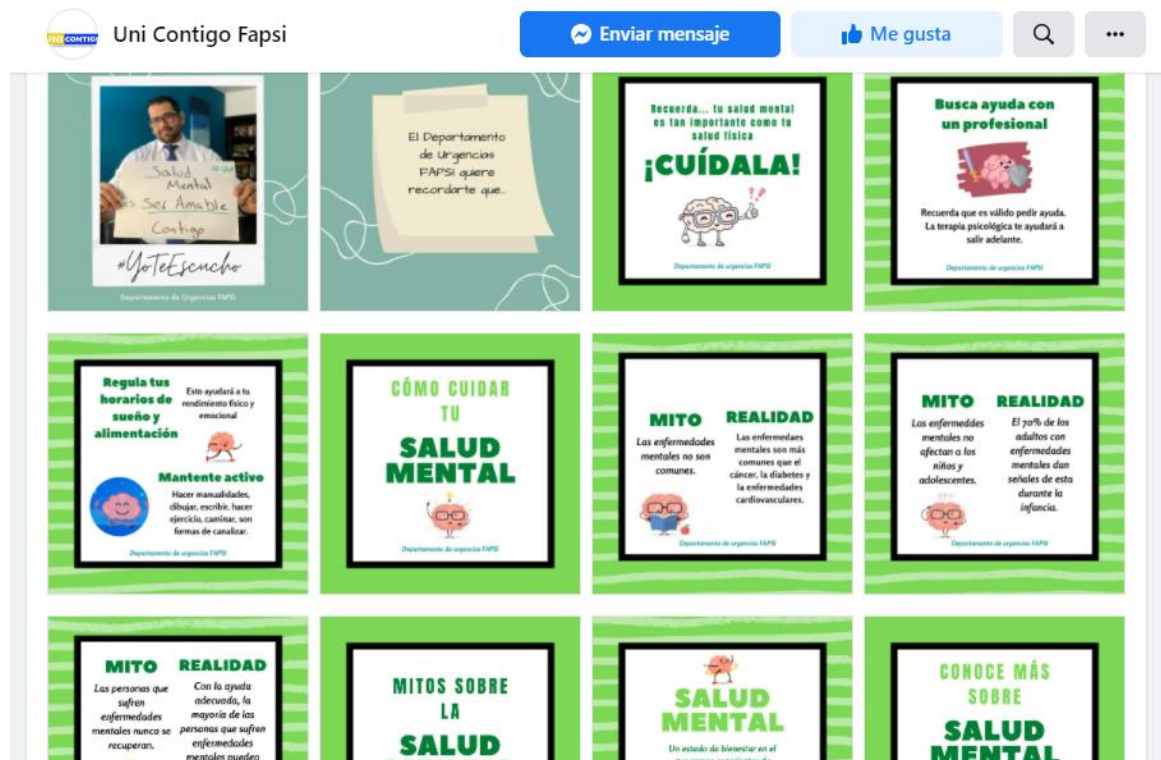
2. Contenidos visuales: Tipos de discurso

Los contenidos mostrados muestran una falta de producción y post producción, pues en los diversos materiales que comparten, como infografías, videos y los “en vivos” se logra observar que llega a faltar “calidad” en el formato más no en el contenido.

Lo que realiza constantemente la página es “reciclar” su contenido, pues en diversas ocasiones llegan a compartir las mismas infografías o videos, y estos reciclajes no

son tan bien recibidos pues la interacción con estos materiales llega a ser casi nula, es decir, que los usuarios reaccionan mejor al contenido nuevo.

La mayoría de su contenido se basa en infografías informativas de diversos temas de preocupación actual, específicamente de temas relacionados con crisis por alteraciones emocionales.



Esto es beneficioso para los usuarios, ya que no solamente se enfocan en emergencias, sino que buscan informar a la población sobre diversos problemas a diferentes sectores de la población y no solamente a jóvenes universitarios.

Videos

En el análisis de los videos, lo dividiremos en tres categorías:

1. Videos formales (informativos, que pueden llegar a ser de entre 5 a 15 minutos)
2. En vivos (donde tratan diversos temas con especialistas en ese campo y estos pueden llegar a durar entre 30 minutos a 2 horas el más largo)

3. Videos de Tik Tok (más informales, con más diseño creativo y producción. La duración de estos se encuentra entre 30 segundos a 1 minuto máximo).

Videos institucionales

En estos se busca tener una homogeneidad en los colores mostrados al usuario, desde el fondo, hasta la playera, camisa o blusa que utiliza la persona que aparece en la cámara.

Los temas tratados en estos videos son en su mayoría informativos, ya que tratan sobre temas específicos (abuso sexual, factores de riesgo, ¿qué hacer y qué no hacer?, etc.) Son pocas las veces que han compartido algún video de otra página; la mayor parte de material es original y creados por la institución (página UANL). Asimismo, notamos una falta de producción, pues desde la calidad de video y audio se puede notar una carencia de claridad, además de la iluminación y posición de la cámara. El discurso llega a ser amable, alentador y comprensivo.

En vivos

Estos se realizan simplemente retransmitiendo desde una conferencia de Zoom donde participan expertos en el tema del cual hablarán y buscan tener no solamente una aportación hacia los usuarios, sino que los invitan a participar preguntando para poder resolver sus dudas respecto a un tema en específico. El discurso llega a ser amable y cálido.

Videos de Tik Tok

En estos videos se usa más la creatividad y a pesar de tratar temas serios:

- Utilizan formas más dinámicas y entretenidas
- Llega a tener una mejor aceptación por parte de los usuarios.
- Es información clara, concisa y en muy poco tiempo.

La página no tiende a publicar únicamente información, en la mayoría de casos viene acompañados de una imagen (infografía) o un video, y en pocas ocasiones

con un link a diversas páginas como su canal de YouTube o su canal de Spotify, en los cuales suben diversos tipos de material (podcast), desde *tips* para la cuarentena, como primeros auxilios psicológicos que podría hacer uno.

De manera aleatoria, publican mensajes alentadores para las personas, las cuales se dividen en diferentes imágenes en una sola publicación, invitando al usuario a abrir la serie de fotos que han subido y así mejorar el encierro.

Los colores utilizados en la página son en su mayoría son, el color amarillo y blanco.



EDD16A



FFFFFF



004AAC

Esto pues en la psicología del color representa que el amarillo es optimismo, alegría, entusiasmo, confianza, originalidad, ser académico y analítico, sabiduría y lógica. (Menéndez, 2021) Pues está más asociado a la racionalidad, mientras que el color blanco se relaciona a la paz, libertad y una claridad mental, además de animar a él orden. (Francia, 2021) Aunque también en segundo lugar predominan los colores pastel ya que estos son colores suaves y como están compuestos por aumentar la cantidad de blanco en los colores se relaciona con la tranquilidad, pues son tonos amables y delicados, además de considerarse colores femeninos que generan seguridad y confianza. (Ribas, 2014)

3. Interacción

Las formas en las que se denota la interacción entre los usuarios y la página, tienen diversos métodos e igualmente lo dividiremos en 5 categorías:

1. Comentarios en publicaciones
2. Comentarios en los “Lives”
3. Correo electrónico
4. Página de Instagram
5. Chat personal

Comentarios en publicaciones

En esta sección es donde los usuarios menos se expresan y cuando lo hacen, en su mayoría etiquetan gente, muy pocos piden información y casi no hay participación en este punto.

Comentarios en “Lives”

Aquí el usuario es donde desborda sus preguntas, dudas y participan un poco más, aunque realmente no pasen de entre 30 a 50 comentarios y en algunas ocasiones no llegan a tener comentario alguno a pesar de que la información es buena y precisa, además de que siempre hay una promoción anunciando un “en vivo” y en lo general tiene una cantidad de “compartidos”.

Correo electrónico

urgenciaspsicologicas.fapsi@gmail.com

Página de Instagram (SEGUIDORES Y DATOS GENERALES)

El perfil de Uni Contigo Fapsi en Instagram fue creado con el fin de atender situaciones relacionadas al COVID-19 y colocan un link que los redirige a la página de Facebook donde los atienden por el chat privado.

Actualmente cuentan con 39 publicaciones y 514 seguidores.

Chat personal

El apoyo solicitado por los usuarios es generalmente para emergencias de crisis, como ataques de pánico, crisis de ansiedad o depresión y las personas que imparten el apoyo son miembros de la página que son psicólogos tanto titulados

como en la fase final de su carrera, esto con la finalidad de que exista la mejor atención posible, amable y amigable, aunque a veces pueden tardar en responder pues Facebook les da un promedio de tiempo de respuesta de aproximadamente una hora, pues se llegan a ver rebasados entre emergencias y personal, además de solamente atender usuarios de lunes a viernes en un horario de 8 am a 7 pm.

Los usuarios

Estos por lo estudiado y observado, tiene en general poca interacción/reacción a la página. Este dato es comparado con la cantidad de seguidores que tiene actualmente, pues consta de 7675 seguidores. De manera ocasional, las publicaciones llegan a tener solamente un *like* y en otras puede haber hasta 239 reacciones.

Sin embargo, se mostró una mejor reacción a publicaciones con información acerca de padecimientos o problemas dentro de la cuarentena, como era la violencia intrafamiliar, abuso sexual, crisis de ansiedad y como tratarla, ¿Qué hacer y qué no hacer?, factores de riesgo en personas con conductas suicidas, factores para identificar a un agresor sexual, mitos y realidades sobre diferentes cuestiones mentales o tipos de problemas.

Hábitos para la prevención del abuso sexual

PONENTE
Licenciada Marián Yignau

LIVE

Víenes 09 octubre 7:00pm

Moderadores:
María Fernanda Calvillo Tejeda
Pamela Yáñez Páez

INSTITUTO ESTATAL DE LAS MUJERES NL 24

HRB:
811 7645 253
811 3005 391
811 3004 875
811 3005 008
811 7838 350

Alternativas pacíficas:
811 360 2711
Fuera del área:
01 800 5092 527

UNI CONTIGO FAPSI

#ALUMBRACONTIGO
(55) 8854 - 6653

Fiscalía Especial para los Delitos de Violencia contra las mujeres y trata de personas:
800 00 85400

UNI CONTIGO FAPSI

¿ERES VÍCTIMA DE ABUSO O AGRESOR Y BUSCAS AYUDA?

LÍNEAS DE APOYO PARA CASOS DE VIOLENCIA

UNI CONTIGO FAPSI

CONDUCTAS QUE ATENTAN CONTRA LA INTIMIDAD SEXUAL

Video grabar, audio grabar, fotografar o elaborar videos reales o simulados de contenido sexual íntimo, de una persona sin su consentimiento o mediante engaño.

UNI CONTIGO FAPSI

TAMBIÉN EXISTEN ESTAS CONDUCTAS:

Exponer, distribuir, difundir, exhibir, reproducir, transmitir, comercializar, ofertar, intercambiar y compartir imágenes, audios o videos de contenido sexual íntimo de una persona, o sobornos de que no existe consentimiento, mediante materiales impresos, como electrónicos, mensajes telefónicos, redes sociales o cualquier medio tecnológico.

UNI CONTIGO FAPSI

LEY OLIMPIA

Es un conjunto de reformas legislativas encaminadas a reconocer la violencia digital y sancionar los delitos que violen la intimidad sexual de las personas a través de medios digitales, también conocida como ciberviolencia.

UNI CONTIGO FAPSI

Este tipo de abuso sexual se da dentro de la familia, donde el agresor intimida o expone a un niño en actividades o comportamientos sexuales.

El "familiar" puede que no sea consanguíneo (de sangre), pero puede ser alguien que es considerado "parte de la familia", así como un padrino/madrina o un amigo cercano.

UNI CONTIGO FAPSI

Los síntomas más típicos del abuso sexual son la pérdida de apetito, el llanto frecuente, sobre todo en referencia a situaciones afectivas o eróticas.

UNI CONTIGO FAPSI

familiares que se aprovechan de esta confianza de ser cercanos.

UNI CONTIGO FAPSI

“Creencia de que las relaciones con niños son más satisfactorias emocionalmente”

UNI CONTIGO FAPSI

“Baja autoestima
Ineptos socialmente
Carecen de habilidades”

UNI CONTIGO FAPSI

Hablemos acerca de... Pornografía y sexting

Ponente
Dra. Ana Laura Hernández Mejueiro

LIVE

Jueves 8 de Octubre 6:00 pm

Moderadores

FACTORES DE RIESGO

- Gran nivel de promiscuidad sexual, relaciones sin consentimiento, relaciones forzadas, relaciones de fuerza.
- Utilizar la humillación o manipulación como manera de mantener la relación.

UNI CONTIGO FAPSI

MITO El hombre se vuelve homosexual como resultado del abuso.	REALIDAD La agresión sexual no está relacionada de ninguna manera con la orientación sexual del sobreviviente.
MITO Los hombres siempre quieren tener relaciones sexuales y nunca rechazarán un encuentro sexual.	REALIDAD Las respuestas fisiológicas durante el evento no implican que quisieran, disfrutaran o disfrutaran del evento.

UNI CONTIGO FAPSI

MITOS Y REALIDADES SOBRE EL ABUSO SEXUAL EN HOMBRES

MITO Los hombres no pueden ser abusados sexualmente.	REALIDAD El abuso sexual puede sucederle a cualquiera sin importar edad, orientación o identidad sexual.
--	--

ROMPE EL SILENCIO

UNI CONTIGO FAPSI

No estás solo, busca ayuda

Indicadores

- La idea de no salir adelante
- Sentir que no tendrás éxito en lo que intentas
- Pensar que no alcanzarás tus objetivos
- Asumir que nunca podrás solucionar los problemas

UNI CONTIGO FAPSI

Uni Contigo Fapsi

Violencia familiar: hombres y mujeres pueden ser víctimas. Abuso sexual.

Ponente
Tiki Dinaide Briceño Prieto de Tesis Quiroz

Moderadores
Karen Lucero Zambrano Duarte
Gisela Orosi-Bautista-Rivera

Abusos no verbales:
roceos
Bautista 2017

UNI CONTIGO FAPSI

Sólo los hombres agreden sexualmente	Los agresores no son exclusivos de alguna identidad de género
Debe gustarle la violencia, si no, abandonarán las relaciones donde hay abuso.	Muchas personas temen que el abusador pueda herirles si intentan dejar la relación.

UNI CONTIGO FAPSI

MITOS Y REALIDADES

MITO Las agresiones sexuales son cometidas exclusivamente desconocidos para la víctima.	REALIDAD Los delitos sexuales pueden ser cometidos por conocidos, amigos, pareja o familiares, además de por los desconocidos.
---	--

UNI CONTIGO FAPSI

(Guía para padres)

- Llama por su nombre real a los genitales para que conozca su cuerpo

UNI CONTIGO FAPSI

(Guía para padres)

- Dile que si le piden guardar un secreto, o le

UNI CONTIGO FAPSI

(Guía para padres)

UNI CONTIGO FAPSI

Educación

UNI CONTIGO FAPSI

Algo que debemos destacar es que entre más polémica cause el tema, más reacciones tiene, pues la publicación con mayor cantidad de reacciones, con más comentarios y con mayor cantidad de veces compartida fue sobre la educación sexual en las niñas y niños.

6. ANÁLISIS COMPARATIVO Y CONSIDERACIONES GENERALES DEL ANÁLISIS

Al realizar el análisis de las 3 páginas de apoyo, hemos podido notar diferencias considerables entre éstas. Ahora bien, este análisis comparativo, basándonos en las categorías de análisis, nos ayudará a cimentar, crear y fortalecer nuestra propuesta comunicativa, tomando en cuenta todas las fortalezas y debilidades de cada una de las páginas seleccionadas.

Tomando en cuenta los criterios de selección de la muestra, el análisis se realizó con una temporalidad de 1 año que fue de marzo de 2020 a marzo de 2021. Todas las páginas fueron creadas por instituciones de educación superior pública, teniendo una misma estructura, ya que fueron creadas en la plataforma de Facebook, mismas que están dirigidas principalmente a los estudiantes de educación superior.

6.1 Ficha de identificación de la página

Notamos que todas las páginas cuentan con una ficha de identificación con los datos generales, es decir, el nombre de la página con su respectivo logo, la institución que está a cargo de cada página, la fecha en la que fueron creadas, así como la mención de que son páginas de apoyo psicológico. Sin embargo, la página de la UAM, tiene un apartado más extenso con mensajes empáticos que especifican los servicios que ofrecen y la manera en la que se lleva a cabo dicho apoyo. Asimismo, las tres mencionan sus horarios de atención, y datos de contacto. Todas lo hacen a través de imágenes, como mencionamos anteriormente. También aparecen en todas las páginas el número de seguidores con los que cuenta cada una de ellas, mostrando de manera escalonada que la página que cuenta con mayor cantidad de seguidores es Uni Contigo Fapsi, de la universidad de Nuevo León, con 7,687 seguidores; en segundo lugar, está la página Atención psicológica de la UNAM, con 3, 999 seguidores; y por último se encuentra la página de la UAM – X, con 1,172 seguidores

En cuanto a espacios de solicitud de información, las tres páginas cuentan con un chat privado, en el cual, los todos los usuarios que ingresen a la página pueden solicitar información.

Por otro lado, las únicas que cuentan con un correo de contacto, son la página de la UNAM y la de la UANL, ya que la página de la UAM únicamente tiene el chat y el número telefónico para poder contactar o solicitar el apoyo.

6.2 Contenidos visuales: Tipos de discurso

En el apartado de contenidos visuales, notamos que las tres páginas cuentan con cantidades diferentes, tanto de imágenes, como de videos, ya que tienen una diferencia considerable en el número, tanto de publicaciones y, por ende, de contenido.

En este sentido, la página con mayor cantidad tanto de imágenes como de videos es nuevamente la página de la UANL, después se encuentra la UNAM y por último la UAM.

Los mensajes contenidos en cada una de las páginas también varían, ya que en la página de la UANL va más enfocado al conocimiento de diferentes alteraciones emocionales y al cuidado de la salud mental. Por lo tanto, emiten no sólo mensajes de apoyo, sino también ofrecen información acerca del cuidado de la salud mental, información de contacto de otras instituciones de apoyo psicológico, información acerca de cómo poder ayudar a una persona que necesite apoyo. También emiten información acerca de la lucha en contra de la violencia sexual, digital e información acerca de la educación sexual infantil e invitaciones a conferencias relacionada con los temas mencionados.

Igualmente, todos videos publicados también van en relación con los mismos temas.

Respecto a la página de la UNAM, ésta también publica imágenes con información acerca del manejo emocional, publican imágenes de relajación muscular e

imágenes con la información de contacto. Sin embargo, las imágenes que más publican, a diferencia con la UANL, son de invitaciones a talleres o conferencias.

En cuanto a los videos, se muestra una diferencia significativa en cuanto a la cantidad de videos publicados por la UANL, ya que la UNAM, únicamente cuenta con 7 videos desde la fecha de la creación de la página.

Finalmente, la página de la UAM, es la que más carencia de contenido tiene, ya que las imágenes que comparte, son muy escasas y únicamente son de los teléfonos para solicitar ayuda.

Los colores utilizados, tanto en la página de la UANL como en la de la UNAM, son colores pastel en tonos claros. Sin embargo, en la página de la UAM, los colores que utilizan son colores fuertes y llamativos.

Las tres páginas cuentan con contenido hipermedia, pero nuevamente mencionamos que quien tiene mayor cantidad es la página de la UANL, y posteriormente la UNAM. Sin embargo, la página de la UAM, el único contenido hipermedia con el que cuenta es el de compartir pocas publicaciones de talleres que publica la página institucional de la universidad.

6.3 Interacción

En cuando a la interacción de las páginas con los usuarios, todas cuentan con la posibilidad de comunicarse a través del chat de Facebook, sin embargo, como se mencionó anteriormente, únicamente la UANL y la UNAM cuentan con el correo electrónico para solicitar información. El tiempo de respuesta en las tres páginas normalmente es de una hora.

Es importante mencionar que no tuvimos acceso al tipo de información que se solicita o los temas de los que hablan al momento de solicitar el apoyo, ya que los chats son privados en las tres páginas.

En cuanto al apartado de la interacción / reacciones de los usuarios al contenido publicado, es muy notoria la actividad que mantienen en la página de la UANL, los

usuarios reaccionan más a sus publicaciones o videos y comentan y comparten más el contenido publicado.

En el caso de la UNAM, los usuarios sí comparten y comentan, pero no de la misma manera que en la UANL, sin embargo, las publicaciones en las que hay más reacciones son las conferencias en vivo que se transmiten en Facebook.

Para la página de la UAM es importante mencionar que es muy poca la interacción y reacción a las publicaciones, y esto se debe a la falta de publicaciones y de producción en sus contenidos.

6.4 Conclusiones del análisis

La página de la UAM muestra un interés por apoyar a sus alumnos y dar un acompañamiento psicológico ante crisis coyunturales como lo es la pandemia por Covid – 19. Sin embargo, como se ha mencionado anteriormente, muestra una carencia de una propuesta comunicativa, ya que a pesar de ofrecer el servicio a través de una línea telefónica, no tiene suficiente contenido que llame más la atención, tanto de alumnos, como de personal académico o administrativos.

Las pocas publicaciones que tienen constan de imágenes repetitivas que sólo cuentan con el número telefónico para solicitar apoyo, mismas que tampoco cuentan con una firma para conocer quién o quiénes son las personas que brindan la atención. Motivo por el cual, las reacciones de los usuarios que siguen a la página también son muy escasos.

No tienen una actualización constante de la página, y esto se debe a la carencia de contenido con la que cuenta.

En cuando a la página de la UANL, tiene una buena propuesta en cuestión de contenido y organización, aunque carece de producción audiovisual ante ciertos contenidos, como los videos “formales” y algunos “En vivos”, pues a pesar de que el contenido es bueno e impartido por expertos en los temas vistos y expuestos, la ayuda de una producción más elaborada y planeada les ayudaría en gran medida.

Incluso en el uso de colores hay una un estándar pues los colores que utilizan son a conciencia por los efectos que pueden causar en el usuario que vea sus publicaciones y/o videos.

Pese a tener una gran cantidad de seguidores las interacciones varían mucho, aunque hay una recepción buena en cuanto a los contenidos, pues la cantidad de compartido promedio es buena ya que se mantiene en 90 (promedio).

Algo a destacar es que, desde la creación de la página, las interacciones de los usuarios (reacciones, comentarios y compartidos) se mantuvieron constantes, y la muestra de contenidos fue muy variada, pues había meses en los que la página subía 5 publicaciones y en otros 22 o, hasta 51 publicaciones por mes. Esto se debía a los meses y fechas, pues durante el mes de abril, septiembre y octubre del 2020 fueron los meses que más subieron contenido. Esto se debía a que en abril fueron los inicios de la pandemia y la página estuvo bastante activa; mientras que en los meses de septiembre fue por una campaña de prevención del suicidio, teniendo un plan (previamente publicado por la página; anexo) de contenido que fueron publicando, desde videos y “en vivos”; y en el mes de octubre fue por una campaña de prevención del abuso sexual donde igual que en el mes anterior publicaron su plan de contenido para toda una semana.

Lo que también se encontró en el análisis, fue que durante los meses de agosto y diciembre no hubo publicación, pues la escuela de UANL estaba de vacaciones.

De febrero del 2021 a marzo no se encontró ninguna publicación, quedando como última publicación del viernes 22 de enero de 2021. Se desconoce por qué dejaron de publicar contenido, aunque la página sigue vigente en ayuda psicológica, tampoco se encontró nuevo contenido en su canal de YouTube, Spotify, ni Instagram.

Una de las cuestiones importantes que mencionar y que es una diferencia significativa a comparación con la página de la UNAM y la UAM, es que esta página

no está limitada a únicamente conformarse por la página de Facebook, sino también cuenta con canal de YouTube, Spotify y otras plataformas como Instagram.

Finalmente, en cuanto a la página de la UNAM, si bien tiene un equipo psicológico detrás, carece de una variedad en contenido en su propuesta comunicativa, ya que la mayoría de sus publicaciones consisten en infografías o imágenes que carecen de una estandarización ya que todos cuentan con colores diferentes e incluso tipografías variables, además apoyarse en gran parte de contenido externo siendo casi la mitad de publicaciones existentes las que provienen de otras páginas.

Pese a tener casi 4000 seguidores a lo momento de la recopilación de estos datos, las interacciones raramente alcanzan más de 50 reacciones, con esto se refleja el poco impacto que este tipo de contenidos alcanza en la comunidad. A diferencia de los talleres y conferencias transmitidos en vivo los cuales son los que más interés generan en los usuarios, siendo que uno de estos generó 1911.

Algo a destacar es que, si bien la página fue creada años antes de la pandemia ocasionada por el COVID-19, ésta contaba con aún menos contenido e interacción, ya que era un servicio que se ofrecía únicamente de manera presencial en las instalaciones de la facultad. Con el inicio de la pandemia se ha visto un incremento gradual en la frecuencia con la que se generaron contenidos, llegando a tener un total de 24 publicaciones en el mes de febrero, con lo que también se mostró un aumento significativo en las interacciones. Aunque las publicaciones se interrumpieron casi de manera completa durante diciembre, mes en el que hubo un periodo vacacional, el servicio no se ha visto interrumpido.

Es claro que hay un interés por el cuidado de la salud mental por parte del equipo de apoyo psicológico. Sin embargo, también es claro que no existe un proyecto comunicativo detrás, ya que no se encuentra ni una normatividad para las imágenes ni una periodicidad establecida en las publicaciones, además de que todo el contenido se limita a imágenes y transmisiones en vivo, sin que exista la exploración en otras plataformas.

7. PERCEPCIÓN PARTICULAR Y EXPERIENCIA SENSIBLE (RESULTADOS DE ENTREVISTAS / REACT TO)

Al momento de realizar las entrevistas, nos enfrentamos con la dificultad de conexión por parte de algunos participantes, ya que se agendó el día y la hora de la entrevista, pero al momento de la sesión, ya no se conectaron, motivo que desconocemos. No obstante, con las personas que sí realizamos las entrevistas, pudimos notar que la mayoría de las personas entrevistadas ha tenido situaciones tanto derivadas por la pandemia, así como situaciones externas, mismas que los han llevado a presentar alteraciones emocionales como ansiedad, depresión, tristeza, enojo, miedo o incertidumbre.

También hubo una consistencia en las respuestas ante la falta de algún lugar seguro dentro de su hogar para poder recibir terapia, además de la preferencia de recibir atención presencial (de ser posible) o en videollamada, que sería lo más cercano ante la falta de una terapia presencial.

Los entrevistados y entrevistadas también mencionan que habían escuchado la página, pero muy pocos son los que realmente han entrado, mencionan que no tiene mucha difusión ni contenidos que les llamen la atención o que puedan funcionar como un medio informativo ante alteraciones emocionales, y los que la han visitado, mencionan que no les genera confianza al no saber quién o quiénes son los que están detrás escuchando a quienes los necesitan. Esta falta de información es vital para que ellos puedan confiar o incluso recomendar la página de apoyo psicológico de la UAM-X.

También se recomienda una interacción más cercana a los usuarios, implementando estrategias o subiendo material didáctico; el uso de estos dos recursos podría aumentar la interacción en incluso difusión de la página. Ejemplo de ello serían hacer “lives” de temas controversiales y contemporáneos que puedan generar discusión, como el abuso infantil, ayuda en el duelo de un infante ante la pérdida de un pariente o duelo en general, abuso psicológico y sexual, seguridad, adicciones, deserción escolar por causa de la pandemia, entre otros temas.

Se puede incluir temas de ayuda que pueden orientar a alguien incluso aunque la página no esté en servicio u horario de atención: dar información ya sea por medio de videos, podcast o imágenes sobre primeros auxilios psicológicos o cómo enfrentar un ataque de ansiedad (ya sea la misma persona o alguien más que intenta ayudar.), recomendaciones de libros, películas o series de apoyo.

En la cuestión de las reacciones y los resultados que tuvimos en las entrevistas podemos decir que en general es una forma de expresar sin comentar, de expresar una opinión a través de un símbolo, desde sorpresa, enojo, me gusta o algún otro. Es una forma más rápida de interactuar con las personas o páginas y sin necesidad de mencionar cómo te sientes al respecto. Son “mensajes” que cumplen una función específica con un simple “click” y, estos pueden ser positivos o negativos e incluso neutrales (en el caso del *like*).

Por ejemplo, las reacciones de "me enoja" son una muestra de algo que les molesta, pero no lo suficiente como para hacer algo más como comentar, sólo expresan el sentimiento a través de un *like* y lo dejan pasar.

En el caso de “me divierte”, mencionan que es una reacción ante algo que consideran gracioso o con la que incluso pueden sentirse identificados con algún suceso chistoso.

Utilizan “me encanta” o “me importa” cuando ven contenido que realmente les interesa o que les genera un sentimiento importante, puede ser algo que consideran relajante, alguna publicación de artistas o publicaciones de amigos. O dan “me gusta” cuando ven publicaciones que sólo les genera interés.

Todas estas reacciones son un complemento ante emociones de agrado o desagrado.

React to

Se realizaron una serie de entrevistas con el formato de “react to” que consiste en presentar una serie de materiales multimedia obtenidos de las páginas, y notar las reacciones que tienen los usuarios ante dicho contenido. Con la finalidad de obtener

las reacciones más sinceras posibles, se buscó que los materiales fuesen lo más nuevos posibles para el usuario, es decir que no se les presentó antes de las entrevistas, ni se les avisó con anticipación el tipo de material, o las páginas a las que reaccionarían.

Los materiales presentados fueron divididos por cada una de las páginas de Facebook analizadas. Siendo primero los de la Universidad Autónoma de Nuevo León, posteriormente los de la Facultad de Derecho de la UNAM y, por último, los materiales provenientes de la página “Red de apoyo Psicológico UAM- Xochimilco”

UANL

Si bien, las entrevistadas estuvieron de acuerdo en que el que la página tiene una identidad gráfica establecida, les brinda seguridad en la profesionalidad de la misma, sin embargo, las opiniones respecto al Tik Tok presentado fue dividida, y aunque a las 4 participantes les pareció una idea fresca e interesante, algunas se mostraron más entusiasmadas y expresaron su deseo de ver más contenidos de ese tipo, y aplaudieron la iniciativa de usar esta plataforma “de moda” para llegar a más usuarios”. Sin embargo, la otra mitad expresó que le quitaba mucha seriedad al contenido de la página y agregaron que muchas veces las publicaciones realizadas en Tik Tok suelen contener información falsa o poco precisa, por lo que ver este contenido les causa cierto rechazo de manera automática.

UNAM

En el caso de la UNAM hubo un consenso más general en que se nota la falta de planificación/estandarización de las publicaciones. Aunque el contenido informativo les pareció interesante y les gustaría ver más contenido así, la presentación los distrae mucho de la información, mencionando incluso que no se detendrían a leer los post, ya que se ven desorganizados, y poco profesionales.

Respecto a conocer la identidad de quienes atienden (fotos y nombres) volvió a estar dividido, la mitad consideró que se sentían más cómodas sabiendo quienes son los que están atrás de la página, mientras que la otra mitad no lo consideró

necesario e incluso les pareció que les costaría más abrirse emocionalmente viendo sus fotos. De cualquier forma, se estuvo de acuerdo en que el diseño de la presentación del personal se ve desordenado y poco estético, lo cual no ayuda en nada a la apariencia institucional y, por lo tanto, a la construcción de la confianza con el usuario.

UAM

En el caso del contenido de la UAM hubo una doble reacción, de primera instancia hubo un gusto general por 2 cosas. 1) Que la variedad de números les brindaba la confianza de que alguien les iba a contestar, y 2) el uso de una figura amigable y reconocible como uamito les hizo sentir más cercanía con la página. Pese a esto, hubo un descontento con el diseño de las publicaciones, ya que tanta información distrae, así como el uso de varias tipografías en la misma imagen, y el tratamiento del color que dificulta en muchas ocasiones la lectura de la información, en especial las que utilizan colores fosforescentes que llegan “lastimar la vista”. Una de las entrevistadas incluso mencionó que, si bien ella había anteriormente acudido al servicio de apoyo psicológico, si hubiese visto la página antes no, hubiera hecho pues no hubiera generado la confianza que requería para pedir ayuda en este servicio.

En cuanto a si les gustaría ver contenido informativo en la página, sólo una opinó que no era necesario dado que ella lo único que buscaba en una página de apoyo son los números de contacto. Las demás entrevistadas estuvieron de acuerdo en que les interesaría ver contenido que les pudiera ser útil no solo en situaciones crisis, sino en la cotidianidad para procurar su salud mental.

8. PROPUESTA COMUNICATIVA

Como resultado de esta investigación y de los análisis comparativos realizados, se creó una propuesta comunicativa que consta de una campaña transmedia y que tiene como objetivo apoyar e impulsar la difusión de la Red de apoyo psicológico de la UAM-X, a través de contenido multimedia que brinde una orientación emocional.

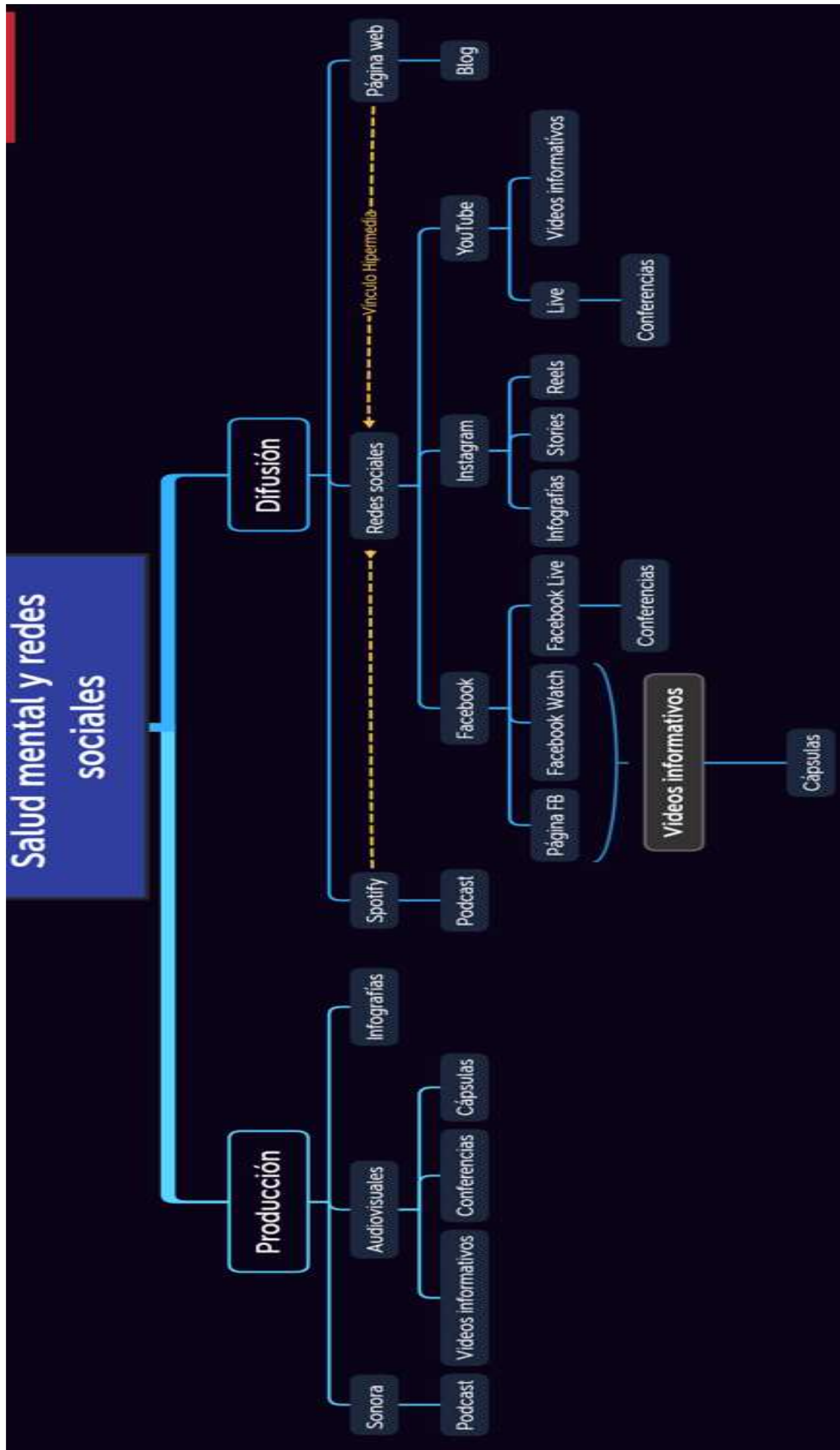
Esta propuesta funge como medio de comunicación hipermediático, la cual, tiene la finalidad de alcanzar una mayor interacción con los jóvenes universitarios y que éstos puedan encontrar un mejor acompañamiento y apoyo psicológico ante crisis emocionales a través de las redes sociales.

Esta campaña consta de la creación de páginas de Facebook e Instagram, mismos que tienen un vínculo hipermedia a una página web que funge como blog. Esto con la finalidad de alcanzar una mayor difusión a través de las redes sociales.

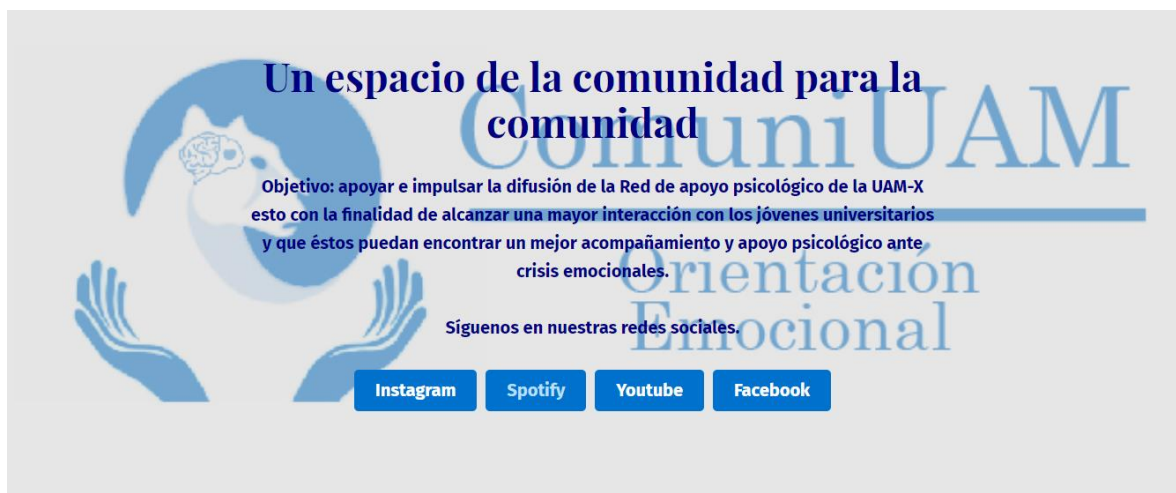
Las redes sociales en las que se enfocó el proyecto, son las que tienen un mayor alcance y mayor número de usuarios. Estas son:

- Facebook
- Instagram
- YouTube
- Spotify

Asimismo, se llevó a cabo la planeación, producción y elaboración de contenido audiovisual (imágenes, videos, podcast, infografías). Todo esto con la finalidad de que el contenido, tanto en las redes sociales, como en la página web sea atractivo para los jóvenes universitarios y que cubra las necesidades de estos usuarios. Por otro lado, se crearon talleres y conferencias con ayuda de personal capacitado (psicólogos especialistas) para brindar apoyo y acompañamiento psicológico a través de estas plataformas.



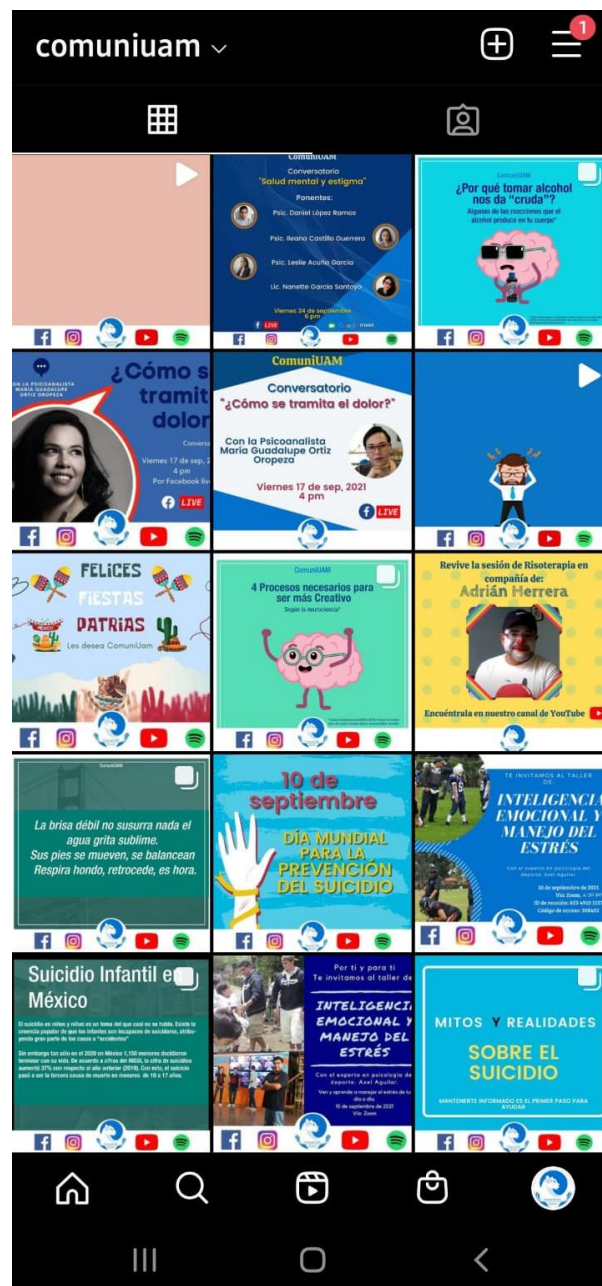
COMUNIUAM



ComuniUAM un proyecto creado de la comunidad estudiantil, para la comunidad estudiantil, que consta de 4 redes sociales en las que se muestra contenido que brinda difusión de la salud mental; así como un sitio web que funge como un blog en complemento a las redes sociales. El objetivo es brindar orientación emocional, así como apoyar la difusión y el alcance que tiene la Red de Apoyo psicológico – UAM Xochimilco.



Con base en el análisis comparativo realizado, se denotó que la página de la UAM – X carecía de contenido audiovisual dinámico e interactivo que fuese atractivo para la comunidad estudiantil, que su apariencia fuese menos institucional y que se mostrara contenido de mayor interés para los usuarios. Por lo tanto, en ComuniUAM se mostraron temas que resultaron de las entrevistas realizadas a una muestra de alumnos de la UAM – X, tales como la ansiedad, consejos para tratar el estrés, estrategias para tratar un duelo emocional, estigmas que se tienen de trastornos psicológicos, etc.



Asimismo, se buscó que ComuniUAM se vinculara a la Página de apoyo de la institución para una mayor difusión.



8.1 ESTADÍSTICAS DE LA PÁGINA

8.1.1 Ficha de la página:

ComuniUAM es patrocinada por estudiantes de Comunicación Social. Estas páginas fueron creadas el 23 de agosto de 2021 y dentro de los principales objetivos son: Orientación emocional para la comunidad universitaria de la UAM, así como apoyar e impulsar la difusión de la Red de apoyo psicológico de la UAM-X.

En ComuniUAM no ofrecemos apoyo psicológico, únicamente mostramos una propuesta comunicativa que apoye a la Red de apoyo psicológico de la UAM-X a través de la difusión de la salud mental y de publicaciones que marquen un vínculo hipermedia a la página de la UAM – X , esta propuesta se basa en diferentes tipos de contenido: infografías, talleres, podcast y conferencias.

8.1.2 Medios de interacción:

-Facebook: <https://www.facebook.com/ComuniUAMX> , en el cual, se publica material de apoyo (infografías, y consejos y estrategias que apoyen a la salud mental). Sin embargo, no es posible solicitar atención psicológica

-Instagram: <https://www.instagram.com/comuniuam/> , en el cual se publica material de apoyo (infografías, y consejos y estrategias que apoyen a la salud mental). Sin embargo, no es posible solicitar atención psicológica

-Página web: <https://comuniuam.wordpress.com/>. Aquí se encontrará información acerca del proyecto, así como un blog donde se publicaba información general sobre diversos temas.

También cuenta con un canal de YouTube y Spotify donde se usa más como un repositorio de los contenidos creados (Conferencias, talleres y se suben también como podcast).

YT: <https://www.youtube.com/channel/UCVegUU6gYT2dv8tWKLsvqwxw>

Spotify: <https://open.spotify.com/user/was1qe2vmefbzvu0g7hycv5u3?si=23c8cd4c3cd04e9b>

8.1.3 Contenidos visuales: Tipos de discurso

Los contenidos mostrados son:

- a) Infografías (“¿Sabías qué?” o información referente a alguna fecha importante como el día de prevención del suicidio)
- b) Videos (estos fueron más abundantes en el formato de “lives de Facebook” y realmente un solo video)
- c) “En vivos” (Conferencias, podcast y talleres)

Se logra observar la aceptación del público en los diversos tipos de contenido, así como una participación en las conferencias, y talleres impartidos.

La mayoría del contenido producido se basa en infografías informativas de diversos temas que afectan (ya sea positiva o negativamente) a la salud mental (ANEXOS). Esto es beneficioso para los usuarios, ya que buscamos informar sobre diversos problemas a diferentes sectores de la población y no solamente a jóvenes universitarios.

Videos

En el análisis de los videos, lo dividiremos en tres categorías:

1. Videos formales (informativos, que son cortos, con duración de entre 1 min y 40 segundos)
2. En vivos (donde tratan diversos temas con especialistas en ese campo y estos pueden llegar a durar entre 30 minutos a 2 horas el más largo)

Videos formales y en vivos

En estos videos se busca tener una homogeneidad en los colores mostrados al usuario, como el uso de la playera, camisa o blusa que utiliza la persona que aparece en la cámara, así como los fondos utilizados durante los “En vivos de Facebook”.

Los temas tratados en estos videos son en su mayoría informativos, ya que tratan sobre temas específicos (¿Sabías qué? y consejos contra el estrés).

No se ha compartido algún video de otra página; todo el material es original y creado por nosotros (ComuniUAM). Asimismo, buscamos la manera de dar la mejor calidad posible tanto a los materiales creados como a las conferencias y talleres. El discurso es amable, alentador y comprensivo, tanto por parte de los conductores, como de los especialistas y esto recae en una buena recepción y retroalimentación por parte de los usuarios. (temas tratados: Risoterapia, Clown, manejo emocional y control del estrés, ¿Cómo tramitar el dolor?, etc.)

Los “en vivo” se realizan retransmitiendo desde una conferencia de Zoom donde participan expertos en el tema del cual se hablará y se busca tener, no solamente una aportación hacia los usuarios, sino que los invitan a participar preguntando para poder resolver sus dudas respecto a un tema en específico. El discurso llega a ser amable y cálido.

La página no tiende a publicar únicamente información, en la mayoría de casos viene acompañados de una imagen (infografía) o un video, y en pocas ocasiones con un link a diversas páginas como su canal de YouTube o su canal de Spotify, en los cuales se suben diversos tipos de material (podcast), desde tips para la cuarentena, como primeros auxilios psicológicos que podría hacer uno.

Los colores utilizados en la página son en su mayoría son, el color azul (el azul que representa a la UAM-X según la página oficial ([UAM. Universidad Autónoma Metropolitana. Reglas de Aplicación de los Elementos de Identidad Institucional. Colores distintivos.](#))), así como un uso del blanco, amarillo, morado, lila y dos tipos de azules más.

En la psicología del color representa que el amarillo es optimismo, alegría, entusiasmo, confianza, originalidad, ser académico y analítico, sabiduría y lógica. (Menéndez, 2021) Pues está más asociado a la racionalidad, mientras que el color blanco se relaciona a la paz, libertad y una claridad mental, además de animar a él orden. (Francia, 2021) Aunque también en segundo lugar predominan los colores

pastel ya que estos son colores suaves y cómo están compuestos por aumentar la cantidad de blanco en los colores se relaciona con la tranquilidad, pues son tonos amables y delicados, además de considerarse colores femeninos que generan seguridad y confianza. (Ribas, 2014)

8.1.4 Interacción

Las formas en las que se denota la interacción entre los usuarios y la página, tienen diversos métodos e igualmente lo dividiremos en 6 categorías:

1. Comentarios en publicaciones
2. Comentarios en los “Lives”
3. Reacciones en publicaciones (Facebook)
4. Reacciones en “Lives” (Facebook)
5. Participación de talleres
6. Página de Instagram (Likes)

Comentarios en publicaciones

Podemos mencionar una falta de participación en este ámbito, ya que prácticamente no hubo comentarios en las publicaciones.

Comentarios en “Lives”

Aquí el usuario es donde desborda sus preguntas, dudas y participan un poco más, aunque realmente no pasen de entre 17 a 48 comentarios. Además de que siempre hay una promoción anunciando un “en vivo” y en lo general tiene una cantidad de “compartidos” aceptable, en relación con las personas que lo ven en tiempo real.

8.1.5 Seguidores y datos generales

En el perfil de Facebook de ComuniUAM, actualmente contamos con 46 publicaciones y 227 seguidores.

En el perfil de Instagram, contamos con 28 publicaciones y 71 seguidores.

8.2 Consideraciones generales de ComuniUAM

Podemos observar que, a pesar de no tener publicaciones pagadas, pero sí una constante subida de material, obtuvimos los resultados esperados, las personas se daban el tiempo para reaccionar y compartir los diversos materiales que les presentamos, aunque el blog creado no tuvo una gran recepción por parte del público, a pesar de que se subían entradas constantes y diversas.

Esto da como resultado que las personas prefieren quedarse e interactuar dentro de la misma red en la que encuentran el material. No suelen ir a otras redes sociales (aunque sea conocida como Instagram), pero la interacción llega a ser positiva, referente a la cantidad de seguidores que actualmente tenemos.

La cercanía e interacción con el “público” se puede notar más en los talleres y conferencias, donde la mayoría de participación se dio en personas de entre 23 a 40 años. Esto nos refleja que a pesar de generar este tipo de material para un público objetivo (18 a 28 años, jóvenes universitarios) tuvimos un mayor alcance y una buena recepción por parte del mismo.

Los jóvenes universitarios participaban más en la interacción de las publicaciones, ya sea compartiendo o dejando alguna reacción y en su mayoría prácticamente en su totalidad positivas.

Los usuarios de las redes, en específico jóvenes universitarios e incluso personas más grandes que no necesariamente son universitarios, recibieron de buena forma el contenido mostrado.

A pesar de no haber demasiados comentarios, notamos que hay una respuesta por parte de los mismos usuarios, ya sea reaccionando o compartiendo y esto generando un gran alcance.

En un mes del 26 de agosto al 22 de septiembre se tuvo:

- Un alcance de 7190 personas

-686 interacciones

Esto nos da como resultado, notar que, a pesar de ser una página que no es propiamente institucional, se logró tener un gran alcance no sólo con la comunidad universitaria, sino también con el público en general.

Conclusiones

Una vez realizado este trabajo, desde una visión teórica, contextual y por último, un acercamiento a las redes sociales institucionales de apoyo psicológico, así como a la experiencia compartida de alumnos de la UAM Xochimilco, se confirmó que nuestro presupuesto es acertado, ya que las redes sociales se han constituido como herramientas hipermediáticas, no sólo de entretenimiento, sino también como herramientas de comunicación alternativa en apoyo ante crisis emocionales en tiempos coyunturales.

Con la llegada de la pandemia por el Covid – 19, la sociedad ha tenido que cambiar su modalidad de trabajo, se ha tenido que incrementar el uso de nuevas herramientas digitales; las instituciones educativas también han adoptado la implementación de las clases de manera remota. Estos cambios de modalidad han provocado alteraciones emocionales no sólo por la presión escolar, sino también por la incertidumbre o miedo que se vive a causa de dicha pandemia. Sin embargo, ante la preocupación en el tema de salud mental, las instituciones universitarias también han tenido que adaptar estrategias de apoyo psicológico para su comunidad a través de las redes sociales.

Actualmente, la sociedad se encuentra en constante cambio, es decir, nos encontramos en una sociedad líquida, donde los individuos reflejan estos cambios a través de su comportamiento. La pandemia nos hace ver que vivimos en un tiempo sin certezas.

Asimismo, se ha denotado una instantaneidad social, ya que también existe una inconsistencia en las relaciones humanas; los medios para comunicarnos han evolucionado y, por lo tanto, también ha cambiado la forma de relacionarnos y comunicarnos.

Una de las características de la sociedad líquida es la sociedad red, es decir, una sociedad estructurada a través de redes de información a partir de la tecnología e implementación del internet como medio de comunicación.

Como parte de esta implementación, se crearon las redes sociodigitales que, con el paso de los años, su uso ha ido en incremento, y ha pasado de ser sólo un medio para generar relaciones sociales, a ser un medio de comunicación alternativa en crisis coyunturales.

Como se mencionó anteriormente, con la llegada del Covid – 19, las instituciones educativas han tenido que adaptar nuevos medios de comunicación entre ellos y la comunidad estudiantil. En primera instancia, para dar continuidad a las actividades académicas y, por consiguiente, al presentarse un incremento en las alteraciones emocionales, ofrecer la posibilidad de brindar apoyo psicológico a su comunidad.

Ante dicho suceso, se implementaron grupos y páginas de Facebook que ofrecen apoyo psicológico a quienes lo solicitan.

Como parte de este trabajo, se realizó un análisis comparativo entre 3 páginas de Facebook, provenientes de instituciones de educación superior públicas, que brindan apoyo a estudiantes ante crisis emocionales con la finalidad de obtener diferencias y similitudes, así como virtudes y debilidades que las mismas presentaban.

La primera página fue la Red de Apoyo Psicológico - UAM Xochimilco, la segunda página fue Atención Psicológica - UNAM y, por último, Uni Contigo Fapsi - UANL.

Por otro lado, se realizaron 2 focal groups a través de la plataforma Zoom. El primer grupo se llevó a cabo través de entrevistas personales, denotando la experiencia compartida de los participantes, es decir, se denotaron las alteraciones emocionales que se han hecho presentes en los alumnos de la UAM – X en tiempos de pandemia.

El segundo grupo se llevó a cabo a través de una dinámica llamada “React to”, con la finalidad de observar la percepción particular del sujeto y la experiencia sensible ante diferentes formatos de contenido.

Una vez realizado el análisis, pudimos darnos cuenta de que 2 páginas fueron creadas a raíz de la pandemia (Red de apoyo psicológico – UAM Xochimilco y Uni Contigo Fapsi – UANL).

Asimismo, notamos entre las 3 páginas existe una variación de contenido, tanto de la cantidad, como el tipo de contenido publicado, ya que fue la página Uni Contigo Fapsi, la que presentó una mayor propuesta comunicativa al publicar una mayor cantidad de infografías, cápsulas y recursos en redes sociales como Instagram y Tik Tok, con temas de interés no sólo para su comunidad universitaria, sino para el público en general, y una mayor interacción con los usuarios.

Por otro lado, la página que mostró una mayor carencia de propuesta comunicativa y, por lo tanto, de contenido, fue la página creada por la UAM Xochimilco, ya que únicamente se publicaron imágenes con los números de atención telefónica y esto provocaba que la misma página no llamara la atención de la comunidad universitaria.

Al momento de realizar las entrevistas y, basándonos en los contenidos de las páginas analizadas, pudimos percatarnos que los alumnos recurren más a las páginas con más información, mayor cantidad de publicaciones y diversidad de contenido.

En el caso de la página de la UAM, a pesar de la preocupación por parte de la universidad para ofrecer un acompañamiento psicológico a través de su perfil, tanto la falta de identidad de la página, como la ausencia de firmas en el contenido que publicaron, ha generado cierta desconfianza por parte de los alumnos para solicitar apoyo a través de ésta, ya que no saben quién o quienes son los responsables de manejar dicha página o quienes son las personas que atienden los números telefónicos que publican.

Por lo tanto, al obtener los resultados, tanto de los análisis, como de las entrevistas, consideramos que las páginas de apoyo psicológico pueden ser una alternativa viable y más cuando se tienen diferentes medios de contacto con las páginas. Asimismo, pudimos enfocarnos en las debilidades de cada una, principalmente la Red de apoyo psicológico – UAM - X, tomando las fortalezas de estas y las necesidades que los alumnos expresaron para la creación de nuestro proyecto, el cual, fortalecerá la propuesta de la UAM e incrementará los canales de comunicación entre esta red y los estudiantes universitarios.

Nos encontramos en momentos coyunturales que nos han permitido la adopción de nuevas tecnologías, el imaginario social de muchos individuos ha cambiado, los medios digitales han formado parte de nuestras vidas y han pasado a formar parte de nuestras necesidades.

Es por tal motivo que esta investigación nos ha permitido visibilizar que las redes sociodigitales se han convertido en herramientas de apoyo para la sociedad, asimismo, han abierto canales de interacción y comunicación entre los individuos.

No obstante, aún existe la incertidumbre de ¿qué pasará con la sociedad en un futuro? ¿Incrementará el desarraigo emocional al no tener contacto con otras personas? ¿Será posible retomar la interacción presencial cuando la crisis sanitaria haya terminado o quedarán secuelas que nos limiten al establecer vínculos emocionales? Al retomar esta nueva normalidad y estar en contacto con otras personas, ¿se percibirá una “amenaza de contagio” que nos impida tener un acercamiento físico o emocional? ¿Las plataformas sociodigitales podrán mantener el nivel de usuarios e interacción una vez que las personas retomen el contacto social como solía ser antes de la pandemia?

Todas estas son preguntas que quedan después de haber realizado nuestros análisis, esperando que puedan ser utilizadas para futuras investigaciones.

Bibliografía

Asociación de Internet MX. (2021). *16° Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2020*. Estadística Digital. Recuperado el 14 de abril de 2021, en <https://irp-cdn.multiscreensite.com/81280eda/files/uploaded/16%20Estudio%20sobre%20los%20Hábitos%20de%20los%20Usuarios%20de%20Internet%20en%20México%202020%20versión%20pública.pdf>

Aula Clic. (s. f.). *La red social Facebook*. AulaClic. Cursos de Informática gratis y de calidad. Recuperado el 25 de junio de 2021, en <https://www.aulaclic.es/articulos/facebook.html>

Barthes, R. (1986). *Retórica de la imagen* (2ª ed.). Paidós, Barcelona (Obra original publicada en 1982). *Págs.* 29-47.

Bauman, Z. (2004) *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica. Ciudad de México.

Berenguer, X. (1997) "Escribir programas interactivos". *Revista Formats*. Barcelona.

Bisquerra, R. (2001). *Educación emocional y bienestar*. 2da. ed. CISS Praxis, Barcelona.

Blasco, M. G. (2010). *La teoría de las emociones de Martha Nussbaum: El papel de las emociones en la vida pública*. Universidad de Valencia. Valencia, recuperado el 25 de mayo de 2021, de <https://core.ac.uk/download/pdf/71032359.pdf>

Cabero Almenara, J., Pérez Díez de los Ríos, J. L., y Valencia Ortiz, R. (2019). *Escala para medir la adicción de estudiantes a las redes sociales*. *Convergencia: Revista de Ciencias Sociales*, 27(1), 1-29. Recuperado el 25 de abril de 2021, de

<https://bidi.uam.mx:5025/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=d8d21593-3881-4947-8c6c-73a8aa0cf801%40sessionmgr4007>

CAMAÑO, J. C. (2012). *Cómo nacieron las redes sociales*. Juan Carlos Mano. Recuperado el 14 de mayo de 2021, en <http://www.juancarloscamano.com/redessociales/como-nacieron-las-redes-sociales-en-internet-2/>

Casassus, J. (2006). *La educación del ser emocional*. Universidad Virtual del Instituto Tecnológico de Monterrey, México: Ediciones Castillo.

Castells, M. (1999). *Internet y la sociedad red*, Recuperado de http://fcaenlinea.unam.mx/anexos/1141/1141_u5_act1.pdf

Chávez, J. J. (2014). *Las redes sociales en la educación superior*. Educación y Desarrollo social.

Chul Han, B. (2012). *La sociedad del cansancio* (Vol. 3). Herder.

DataReportal (2021) *Digital 2021 México*. Slideshare. Recuperado el 15 de julio de 2021, de <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-mexico-january-2021-v01>

Del Campo Fernández-Paniagua, A. M. (2020). *Las Redes Sociales más utilizadas: Cifras y estadísticas*. IEBS Digital School. Epub 20 de diciembre de 2020. Recuperado el 25 de enero de 2021, de <https://www.iebschool.com/blog/medios-sociales-mas-utilizadas-redes-sociales/>

Dirección General de Divulgación de la Ciencia, U. (2017). Fundación UNAM. Recuperado el 25 de mayo de 2021, de <https://www.fundacionunam.org.mx/unam-al-dia/conoces-la-diferencia-entre-depresion-y-tristeza/>

Facchin, J. (s.f.) *¿Qué es Facebook, para qué sirve y cómo funciona la mayor plataforma social del mundo?* El Blog José Facchin. Recuperado el 15 de abril de 2021, de <https://josefacchin.com/facebook-que-es-como-funciona/>

Fernández, O. R. (2011). *Community Manager*. Anaya Multimedia, Madrid,

García Almaguer, M. (2016). *Radar Digital*. Crisis Viral. Recuperado el 13 de mayo de 2021, de <http://crisisviral.mx/radar-digital>

González, C. y Muñoz, L. (2016). *Redes Sociales su impacto en la Educación Superior: Caso de estudio Universidad Tecnológica de Panamá*. Campus Virtuales, Vol. 5, núm. 1, pp. 84-90. Recuperado el 10 de mayo de 2021 de www.revistacampusvirtuales.e

Hernández Rodríguez, J. (2020). Impacto de la COVID-19 sobre la salud mental de las personas. *Medicentro Electrónica*, 24(3). 578-594. Epub 01 de julio de 2020. Recuperado en 01 de septiembre de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30432020000300578&lng=es&tlng=eshttp://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30432020000300578

https://www.cucs.udg.mx/revistas/edu_desarrollo/anteriores/14/014_Perez.pdf

Huffintong Post. (2016). *10 datos científicos demostrados para conocer mejor los trastornos de ansiedad*. Adamed TV. Recuperado el 14 de mayo de 2021, de <https://www.adamedtv.com/ansiedad/10-datos-cientificos-demostrados-para-conocer-mejor-los-trastornos-de-ansiedad/>

Ildefonso, B. C. (2017). Generalidades de la Neurobiología de la Ansiedad. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 2. Recuperado el 25 de mayo de 2021, de

<https://www.iztacala.unam.mx/carreras/psicologia/psiclin/vol20num1/Vol20No1Art14.pdf>

INEGI. (2019). *Salud mental*. INEGI. Recuperado el 13 de mayo de 2021, de <https://www.inegi.org.mx/temas/salud/>

Infocop. (2018). *Impacto de las redes sociales sobre la salud mental de los jóvenes, según el Centre for Mental Health*. Infocop Online. Epub 06 de noviembre de 2018. Recuperado el 26 de enero de 2021, de http://www.infocop.es/view_article.asp?id=7686

Islas, C., y Carranza, R. (2011). *Uso de las redes sociales como estrategias de aprendizaje. ¿Transformación educativa?* Revista Apertura, 3(2), 6-15. Recuperado el 30 de abril del 2021, de <http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura/article/view/231/246>

Lamarca, M. J. (2018). *Hipertexto, el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado el 11 de mayo de 2021, de <http://www.hipertexto.info/>

Lipovetsky, G. (2004). *Los tiempos hipermodernos*. Anagrama S. A., Barcelona.

Llano, J. C. M. (2021) *Estadísticas de redes sociales 2021: Usuarios de Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, Twitter, Tiktok y otros*. Juan C. Mejía-Consultor y Speaker de Marketing Digital y Transformación Digital. Recuperado el 23 de abril de 2021, de <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>

Maguey, H. (2019). *Amor líquido y los objetos*. Gaceta UNAM. Recuperado el 25 de mayo de 2021, de <https://www.gaceta.unam.mx/amor-liquido-y-lo-objetos/>

Mendoza Cardozo, L. G. (2020). La educación en México en tiempos de COVID-19. *Educación Futura*, 1–5. Recuperado de <http://www.iisue.unam.mx/medios/educacion-futura-mencion-del-articulo-de-marion-lloyd-en-el-libro-educacion-y-pandemia-894.pdf>

Nelson, T. H. (1973) *A Conceptual framework for man-machine everything*. National Computer Conference and Exposition, AFIPS, Nueva York.

Nussbaum, M. (2003). *La terapia del deseo: teoría y práctica en la ética helenística*. Paidós. Barcelona.

Nussbaum, M. (2008). *Paisajes del pensamiento. La inteligencia de las emociones*. Paidós. Barcelona.

Pérez Padilla, M. D. L. L., Ponce Rojo, A., Hernández Contreras, J. y Márquez Muñoz, B. A. (2010). Salud mental y bienestar psicológico en los estudiantes universitarios de primer ingreso de la Región Altos Norte de Jalisco. *Revista de educación y Desarrollo*, 1(14), 31–37. Recuperado de

Pinedo Cantillo, I., y Yáñez Canal, J. (2017) *Las emociones y la vida moral: una lectura desde la teoría cognitivo-evaluadora de Martha Nussbaum*. Veritas, (36), 47-72. Recuperado el 18 de marzo de 2021, de https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-92732017000100003

Puente, A. (2007). *Cognición y Aprendizaje. Fundamentos Psicológicos*. Pirámide. España

Radio, S. (2020). *Depresión en estudiantes*. Más Salud Fac Med UNAM. Recuperado el 25 de mayo de 2021, de <http://www.massaludfacmed.unam.mx/?p=9978>

Real Academia Española. (2019). *¿Cuál es la abreviatura adecuada de «redes sociales»?* Real Academia Española "Dudas Rápidas". Recuperado el 14 de agosto de 2021, de <https://www.rae.es/duda-linguistica/cual-es-la-abreviatura-adecuada-de-redes-sociales#:~:text=La%20abreviatura%20m%C3%A1s%20apropiada%20para,SS>

Rocca, A. V. (2008). *Zygmunt Bauman: Modernidad líquida y fragilidad humana*. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas.

Rodríguez Izquierdo, R. (2010). *El Impacto de las TIC en la transformación de la enseñanza universitaria: Repensar los modelos de enseñanza y aprendizaje*. Teoría de la Educación. Salamanca. Recuperado el 03 de junio de 2021, de <https://asscat-hepatitis.org/las-redes-sociales-y-su-actualizacion-en-respuesta-a-emergencias-y-en-especial-frente-al-nuevo-coronavirus-covid-19/>

Sánchez, J., & Nario, M. (2019). *La depresión es una enfermedad de la que poco se habla*. Gaceta UNAM. Recuperado el 25 de mayo de 2021, de <https://www.gaceta.unam.mx/la-depresion-es-una-enfermedad-de-la-que-poco-se-habla/>

Santrock, J. (2002). *Psicología de la Educación*. McGraw-Hill. México. Recuperado el 08 de marzo de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/440/44023984007.pdf>

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones*. Gedisa S. A., Barcelona.

SCOLARIS, C. (2008) *Hipermediaciones. Elementos Para Una Teoría De La Comunicación Digital Interactiva*. Ediciones Complutense. Madrid.

Téllez, E. T. (2019). *Trastornos de ansiedad: la marca del miedo*.

¿Cómoves? Recuperado el 25 de mayo de 2021, de

<http://www.comoves.unam.mx/numeros/articulo/250/trastornos-de-ansiedad-la-marca-del-miedo>

The Jargon File. (1990). *Glosario -User-*. The Jargon File. Recuperado el 14 de abril de 2021, de <http://www.catb.org/jargon/html/U/user.html>

Torreblanca, O. (2001). *El estrés. ¿Cómo ves? ¿Cómoves? 2*. Recuperado el 25 de mayo de 2021, de

<http://www.comoves.unam.mx/numeros/articulo/26/el-estres>

TORREGOSA, A. (2010). *Uso de las TIC: Redes sociales en el contexto educativo*. Revista Funcae digital, 23, Recuperado el 23 de Mayo de 2021, de

www.fundacionfuncae.es/archivos/documentosarticulos/RORREGROSA%20DEL%20ROSARIO.pdf#:~:text=Las%20herramientas%20que%20proporcionan%20las,y%20aprendizaje%20de%20sus%20alumnos.&text=Disponen%20de%20una%20amplia%20variedad,para%20estudiantes%20en%20formato%20digital.

UNAM. (2018). *Estrés y ansiedad disminuyen productividad*. UNAM Global. Recuperado el 15 de marzo de 2021, de

<https://unamglobal.unam.mx/estres-y-ansiedad-disminuyen-productividad/>

Vargas, I. (2018). La ansiedad y el estrés ataca a 30% de los universitarios de nuevo ingreso. *Expansión*. Recuperado el 07 de mayo de 2021, en

<https://expansion.mx/carrera/2018/11/09/la-ansiedad-y-el-estres-ataca-a-30-de-los-universitarios-de-nuevo-ingreso>

Virgen Montelongo, R., Lara Zaragoza, A., Morales Bonilla, G., & Villaseñor Bayardo, S. (2005). *Los Trastornos de la ansiedad*. Revista Digital Universitaria, 2. Recuperado el 25 de mayo de 2021, de http://www.revista.unam.mx/vol.6/num11/art109/nov_art109.pdf

Wasserman, S., y Faust, K. (1994). *Análisis de redes sociales: Métodos y aplicaciones* (1st ed.). Mark Granovetter.

ANEXOS

1. Monitoreo de páginas analizadas

a) UNAM

Creación 23 de Marzo de 2020

Nombre de la página: Uni Contigo Page (7652 seguidores y 7751 me gusta)																			
Mes: Marzo 2020																			
Total de publicaciones: 17																			
Publicación	Día	Tipo	Original	Descripción general	Comentarios					Reacciones								Votos compartidos	Comentarios
					Totales	Positivos	Negativos	Solicitando más info.	Etiquetando	Totales	👍	👎	👏	👤	👤	👤			
1	Lunes 23	Imagen	Si, creación de la página	Se crea la página y pone una foto de perfil sin comentario alguno	0	0	0	1	0	12	11	1	0	0	0	0	0	0	
2	Martes 24	Imagen	Si	Ofrecen información sobre la página	12	0	0	1	2	163	94	69	0	0	0	0	0	609	En los comentarios se desarrolla una explicación por parte de la página
3	Martes 24	Info	Si	Ofrecen información sobre la página	4			1	2	38	23	15	0	0	0	0	0	48	Explican como los pueden contactar y que en público en general
4	Martes 24	Imagen	Si	Ofrecen información sobre la página	71	2	2	1	33	356	185	160	0	0	1	4	0	2625	De los 71 comentarios solo aparecen 50
5	Martes 24	Imagen	Si	Qué es "Uni Contigo Page"	0	0	0	0	0	13	11	2	0	0	0	0	0	14	Infografía que explica como funciona la página (parte 1)
6	Martes 24	Imagen	Si	Qué es "Uni Contigo Page"	2	0	0	0	2	63	34	29	0	0	0	0	0	121	Infografía que explica como funciona la página (parte 2)
7	Miércoles 25	Imagen	Si	Recomendaciones Covid	0	0	0	0	0	22	18	3	0	0	1	0	0	14	Cómo informarse del Covid
8	Miércoles 25	Imagen	Si	¿Qué es la ansiedad?	21	4	0	2	8	170	119	8	0	1	2	39	0	701	Explicación de los síntomas de ansiedad
9	Miércoles 25	Imagen	Si	Contactos de emergencia	0	0	0	0	0	170	49	26	1	0	0	0	0	248	Comparten alternativas de ayuda psicológica y a su programa o universidad
10	Jueves 26	Imagen	Si	Cuidados de lavado	0	0	0	0	0	5	4	1	0	0	0	0	0	12	
11	Jueves 26	Imagen	Si	Atención de emergencias	4	2	0	1	0	54	42	11	1	0	0	0	0	81	
12	Viernes 27	Video	No, Noticia de "Noticias 28 No"	Noticia de creación de la página	2	0	0	0	2	48	19	29	0	0	0	0	0	12	
13	Martes 31	Imagen	No, recurso de "Alternativas pacíficas"	Como acercarse a los servicios de "Alternativas pacíficas"	0	0	0	0	0	4	1	3	0	0	0	0	0	2	
14	Martes 31	Imagen	Si	Recomendaciones cuarentena	1	0	0	0	0	1	60	36	24	0	0	0	0	81	Publican recomendaciones para la cuarentena y como sobrevivirla
15	Martes 31	Imagen	Si	Ejercicios de respiración	4	2	0	0	2	129	85	44	0	0	0	0	0	206	Publican recomendaciones para ataques de ansiedad

16	Martes 31	Imagen	Si	Prioridades de atención	0	0	0	0	0	68	50	18	0	0	0	0	44	Hacen énfasis de a quienes van atender primero, dada la situación
17	Martes 31	Imagen	Si	Historias de servicio	24	4	0	5	15									

Nombre de la página: Uni contigo Page (7652 seguidores y 7751 me gusta)																		
Mes: Abril 2020																		
Total de publicaciones: 22																		
Publicación	Día	Tipo	Original	Descripción general	Comentarios					Reacciones							Votos compartidos	Comentarios
					Totales	Positivos	Negativos	Solicitando más info.	Disputando	Totales	Me gusta	Me encanta	Me sorprende	Me preocupa	Me da pena	Me da vergüenza		
1	Martes 7	Video	Si	Video de agradecimiento	5	3	0	1	1	71	29	42	0	0	0	0	50	Video de agradecimiento por confiar en el servicio que brindan
2	Martes 7	Imagen	Si	Agradecimiento	1	0	0	0	1	52	28	24	0	0	0	0	40	Agradecimiento al personal de salud
3	Miércoles 8	Imagen	Si	Agradecimiento	1	1	0	0	0	38	20	18	0	0	0	0	9	Agradecimiento a las personas que siguen trabajando
4	Miércoles 8	Imagen	Si	Agradecimiento	0	0	0	0	0	45	21	24	0	0	0	0	19	Agradecimiento a personas que respetan la cuarentena
5	Viernes 10	Imagen	Si	Ciclo de violencia	0	0	0	0	0	20	16	3	0	0	0	1	29	Explicación del ciclo de violencia en una relación
6	Viernes 10	actualización	Si	Actualización de su sitio web	0	0	0	0	0	4	2	2	0	0	0	0	0	
7	Viernes 10	Imagen	Si	Invitación a usar la página	1	1	0	0	0	7	6	1	0	0	0	0	30	Invitación a usar la página si se necesita
8	Sábado 11	Imagen	Si	Depende de nosotros	0	0	0	0	0	8	8	0	0	0	0	0	13	Una recordatorio de las recomendaciones contra el Covid
9	Domingo 12	Video	No, Video de Secretaría de Salud	Plaza video video	0	0	0	0	0	41	16	25	0	0	0	0	21	Recurso de la SS contra la ansiedad
10	Jueves 16	Video	Si	Recomendaciones	0	0	0	0	0	61	28	32	0	0	1	0	38	Recomendaciones para el encierro y posibles síntomas
11	Viernes 17	Video	Si	Recomendaciones	4	0	0	0	4	69	29	38	0	0	1	0	33	Recomendaciones para el aislamiento
12	Sábado 18	Link	Si	Tips para adultos mayores	0	0	0	0	0	13	9	4	0	0	0	0	6	Link de YT para su canal y video de Tips para la cuarentena con nuestros adultos mayores
13	Sábado 18	Imagen	Si	Cuenta de Spotify	1	0	0	0	1	55	29	26	0	0	0	0	18	SS del perfil de Spotify donde suben podcast
14	Martes 21	Link	Si	Ansiedad y como sobrevivirla	1	0	0	0	1	36	21	15	0	0	0	0	17	No solamente publican material en FB, sino que se apoyan de otras plataformas
15	Miércoles 22	Video	Si	Insomnio	5	1	0	0	4	92	45	45	1	0	1	0	68	Abordan más que solo emergencias, proporcionan información sobre otras afecciones y que hacer
16	Miércoles 22	Imagen	Si	¿Temporada difícil?	0	0	0	0	0	29	17	12	0	0	2	0	34	Recomiendan en explicar síntomas y causas por la cuarentena y que hacer en cuarentena

17	Viernes 24	Link	Si	Video de su canal de YT	0	0	0	0	0	7	7	0	0	0	0	0	5	Comparten Link hacia un video de su canal de YT donde ofrecen información acerca de diversos temas sobre la depresión y ansiedad
18	Viernes 24	Video	No	Video de FAN-O-WHO	0	0	0	0	0	17	10	7	0	0	0	0	10	Video sobre algunas alternativas de que hacer en casa en la cuarentena
19	Sábado 25	Video	Si	Cuento	3	0	0	0	3	57	21	36	0	0	0	0	71	Un cuento en video con narración sobre control de ansiedad en niños
20	Lunes 27	Video	Si	Riesgos de Conducta suicida	2	0	1	0	1	52	32	20	0	0	0	0	52	
21	Martes 28	Video	Si	¿Qué sienten los niños?	2	0	0	0	2	20	8	12	0	0	0	0	35	
22	Martes 28	Imagen	Si	¿Qué té tomar?	0	0	0	0	0	42	25	17	0	0	0	0	71	Recomendaciones de té para la salud

Nombre de la página: Uni contigo Pápi (7652 seguidores y 7351 me gusta)																		
Mes: Mayo 2020																		
Total de publicaciones: 12																		
Publicación	Día	Tipo	Original	Descripción general	Comentarios					Reacciones							Veces compartidas	Comentarios
					Totales	Positivos	Negativos	Solicitando más info.	Discrepando	Totales	👍	👎	👏	🤔	💡	🔥		
1	Viernes 1	Link de YT	Si	Primeros auxilios Psi	0	0	0	0	0	40	29	9	2	0	0	0	33	Link a un video de su canal de YT
2	Lunes 4	Video	Si	Palabras de aliento	0	0	0	0	0	52	23	20	8	0	1	0	48	Palabras de aliento de una psicóloga
3	Martes 5	Imagen	Si	Hábitos de crisis	1	0	0	0	1	54	37	12	0	0	1	4	43	Infografía de la crisis con buena reacción de la gente
4	Martes 5	Imagen	Si	Productividad	0	0	0	0	0	79	37	32	8	0	1	2	79	Palabras de aliento sobre el trabajo y una buena reacción de las personas
5	Miércoles 6	Imagen	Si	Emociones	0	0	0	0	0	71	37	31	2	0	1	0	41	Palabras de aliento sobre las emociones y una buena reacción de las personas
6	Miércoles 6	Imagen	Si	Ataques de pánico	3	2	0	0	1	94	48	36	9	0	0	1	149	La gente tiene una reacción bastante positiva cuando se les informa sobre algunos padecimientos y como tratarlos
7	Miércoles 6	Video	No	Recurso contra el estrés	0	0	0	0	0	25	16	9	0	0	0	0	8	Video del rector invitando a usar el recurso contra el estrés creado por la Fac de psicología y de ingeniería mecánica
8	Jueves 7	Link de YT	Si	Problemas con sustancias tóxicas	0	0	0	0	0	7	4	0	3	0	0	0	5	Link a un video de su canal de YT
9	Martes 12	Imagen	Si	Mindfulness	0	0	0	0	0	38	25	10	1	1	1	0	22	Recomendaciones para cuidar la salud mental

10	Martes 12	Imagen	Si	Recordatorio	1	0	0	0	1	34	28	4	2	0	0	0	9	Recordatorio como único medio para contactarlos y solicitar ayuda
11	Miércoles 13	Imagen	Si	¿Qué es la depresión?	0	0	0	0	0	35	26	8	0	0	0	1	30	Infografía sobre que es y como identificar la depresión
12	Viernes 15	Video	Si	¿Cómo estar solo?	0	0	0	0	0	23	16	5	1	0	1	0	7	Busca tranquilizar a la gente y ambientes que estar encerrados no es tan malo. Invita a la gente a participar comentando

Nombre de la página: Uni contigo Pápi (7652 seguidores y 7351 me gusta)																		
Mes: Junio 2020																		
Total de publicaciones: 5																		
Publicación	Día	Tipo	Original	Descripción general	Comentarios					Reacciones							Veces compartidas	Comentarios
					Totales	Positivos	Negativos	Solicitando más info.	Discrepando	Totales	👍	👎	👏	🤔	💡	🔥		
1	Lunes 1	Video	Si	Agradecimiento	0	0	0	0	0	31	22	19	0	0	0	0	36	Felicitación al personal de salud por sus sacrificios
2	Jueves 4	Video	Si	Palabras de aliento	0	0	0	0	0	64	36	42	6	1	0	0	27	Palabras de aliento para las personas en cuarentena
3	Jueves 11	Imagen	Si	¿Qué es la ansiedad?	1	0	0	0	1	71	36	34	3	0	0	0	133	Linea explicación sobre la ansiedad y los efectos que tiene en nosotros y nuestro alrededor
4	Lunes 15	Imagen	Si	El Duelo	1	0	0	0	1	83	40	39	3	0	1	0	126	Linea explicación sobre la etapa de duelo y los efectos que tiene en nosotros y nuestro alrededor
5	Martes 30	Imagen	Si	¿Cómo ayudar?	0	0	0	0	0	25	20	3	1	0	1	0	16	Infografía que menciona como ayudar a alguien con depresión

Nombre de la página: Uni contigo Pápi (7652 seguidores y 7351 me gusta)																		
Mes: Julio 2020																		
Total de publicaciones: 4																		
Publicación	Día	Tipo	Original	Descripción general	Comentarios					Reacciones							Veces compartidas	Comentarios
					Totales	Positivos	Negativos	Solicitando más info.	Discrepando	Totales	👍	👎	👏	🤔	💡	🔥		
1	Miércoles 1	Imagen	No	Resiliencia ante el Covid	1	0	0	0	1	6	4	2	0	0	0	0	4	Invitación a Webinar por parte del rector sobre la salud mental. La publicación original tiene mucha más reacción que la compartida por la página
2	Jueves 2	Imagen	Si	Duelo en niños	2	0	0	0	2	84	49	35	1	0	0	1	207	Infografía sobre el acompañamiento de niños y niñas durante un duelo por Covid

3	Viernes 17	Imagen	Si	Invitación "Cómo sobrellevar la cuarentena" en vivo	0	0	0	0	0	18	31	8	1	0	0	0	41	Invitación a Webinar por parte de la página, con profesionales
4	Martes 21	En vivo	Si	Invitación "Cómo sobrellevar la cuarentena" en vivo	22	20	0	1	1	88	20	44	0	0	2	0	41	En vivo con expertos

Nombre de la página: Un contigo Papá (7652 seguidores y 7351 me gusta)																		
Mes: Septiembre 2020																		
Total de publicaciones: 21																		
Publicación	Día	Tipo	Original	Descripción general	Comentarios				Etiquetando	Reacciones								
					Totales	Positivos	Negativos	Saludando más info.		Totales	👍	👎	👏	👤	👤	👤	👤	👤
1	Martes 1	Imagen	Si	Campaña prev. Suicidio	0	0	0	0	0	220	75	141	4	0	0	0	0	438
2	Miércoles 2	Imagen	Si	Explicación de penicid	1	0	1	0	0	149	64	70	12	0	3	0	0	222
3	Jueves 3	Imagen	Si	Campaña prev. Suicidio	0	0	0	0	0	76	33	40	3	0	0	0	0	85
4	Viernes 4	Imagen	Si	Visión del túnel	1	0	0	0	1	65	34	23	3	1	4	0	0	62
5	Sábado 5	Imagen	Si	Calendario lives	0	0	0	0	0	122	41	73	8	0	0	0	0	126
6	Domingo 6	Imagen	Si	Mitos y realidades	2	1	0	1	0	38	20	16	1	0	1	0	0	39
7	Domingo 6	Imagen	No	Invitación a live	1	1	0	0	0	36	18	18	0	0	0	0	0	19
8	Lunes 7	Imagen	Si	Factores de riesgo	3	2	0	0	1	125	57	74	2	0	3	0	0	213
9	Lunes 7	Video	Si	Factores de riesgo	0	0	0	0	0	50	22	27	0	0	1	0	0	71
10	Martes 8	Video	Si	Conductas autogresivas	0	0	0	0	0	32	9	19	1	0	3	0	0	39
11	Martes 8	Imagen	Si	Números de apoyo	0	0	0	0	0	48	24	24	0	0	0	0	0	75
12	Miércoles 9	Imagen	Si	Invitación a live	0	0	0	0	0	114	57	57	0	0	0	0	0	105
13	Miércoles 9	Video	Si	Aniedad y depresión	0	0	0	0	0	34	7	16	1	0	0	0	0	26
14	Miércoles 9	Imagen	Si	Que decir y que no decir	0	0	0	0	0	52	19	27	6	0	0	0	0	55
15	Miércoles 9	En Vivo	No	Invitación a live	0	0	0	0	0	9	3	5	0	0	1	0	0	8

16	Jueves 10	Imagen	Si	Que decir y que no decir	0	0	0	0	0	76	33	40	1	0	1	1	0	145
17	Jueves 10	En Vivo	Si	Un live por día mundial de prevención del suicidio	35	31	0	0	4	192	85	122	4	0	1	0	0	111
18	Jueves 10	Video	Si	Modelo CEERCA	2	2	0	0	0	53	18	35	1	0	1	0	0	31
19	Viernes 11	Imagen	Si	No estás solo	4	3	0	0	1	186	58	124	3	0	1	0	0	332
20	Viernes 11	Video	Si	Factores de protección	1	1	0	0	0	29	9	20	0	0	0	0	0	34
21	Lunes 14	Video	Si	Video de conciencia	1	1	0	0	0	120	44	73	0	0	2	1	0	108

Nombre de la página: Un contigo Papá (7652 seguidores y 7351 me gusta)																		
Mes: Octubre 2020																		
Total de publicaciones: 11																		
Publicación	Día	Tipo	Original	Descripción general	Comentarios				Etiquetando	Reacciones								
					Totales	Positivos	Negativos	Saludando más info.		Totales	👍	👎	👏	👤	👤	👤	👤	👤
1	Viernes 2	Imagen	Si	Semana de prevención del abuso sexual	0	0	0	0	0	82	40	40	2	0	0	0	0	113
2	Lunes 5	Imagen	Si	Diferencias entre abuso sexual y violación	0	0	0	0	0	50	17	13	0	0	0	0	0	70
3	Lunes 5	Imagen	Si	Indicadores de abuso sexual	0	0	0	0	0	22	17	5	0	0	0	0	0	51
4	Lunes 5	Video	Si	Hablamos de abuso sexual	0	0	0	0	0	30	12	8	0	0	0	0	0	33
5	Lunes 5	Video	Si	Formas de abuso sexual infantil	0	0	0	0	0	30	17	13	0	0	1	1	0	33
6	Martes 6	Imagen	Si	Invitación a un en vivo	0	0	0	0	0	17	15	2	0	0	0	0	0	22
7	Martes 6	Imagen	Si	Mitos y realidades del abuso sexual infantil	0	0	0	0	0	26	12	13	0	0	1	0	0	73
8	Martes 6	Video	Si	Indicadores de abuso sexual infantil	1	0	0	0	1	10	9	1	0	0	0	0	0	22
9	Martes 6	Imagen	Si	Factores de riesgo y protección en el abuso sexual infantil	0	0	0	0	0	8	7	1	0	0	0	0	0	20
10	Martes 6	Video	Si	Semáforo del cuerpo para niños	1	0	0	0	1	19	9	9	0	0	0	0	1	36

11	Martes 6	Imagen	Si	Educación sexual infantil	118	17	0	0	99	239	132	101	3	0	3	0	0	2735	Al ser un tema de mucha polémica genero una gran reacción por parte de los usuarios
12	Martes 6	Live	Si	En vivo de abuso sexual infantil	16	16	0	0	0	33	9	21	2	0	0	1	0	32	
13	Miércoles 7	Imagen	Si	Abuso sexual en parejas	0	0	0	0	0	26	9	17	0	0	0	0	0	57	Infografías
14	Miércoles 7	Imagen	Si	Invitación a un en vivo	1	0	0	0	1	18	11	5	0	0	0	0	0	26	
15	Miércoles 7	Video	Si	Ciclo de violencia	0	0	0	0	0	5	1	4	0	0	0	0	0	15	Video de tik tok
16	Miércoles 7	Video	Si	Violencia sexual	0	0	0	0	0	18	7	9	0	0	2	0	0	25	
17	Miércoles 7	Imagen	Si	Desesperanza aprendida	0	0	0	0	0	15	13	2	0	0	0	0	0	18	
18	Miércoles 7	Video	Si	Indefensión aprendida	2	2	0	0	0	33	12	20	0	0	1	0	0	42	Video de tik tok
19	Miércoles 7	Imagen	Si	Mitos y realidades del abuso en hombres	0	0	0	0	0	11	5	8	0	0	0	0	0	29	Infografías
20	Miércoles 7	Video	Si	Abuso sexual a hombres	0	0	0	0	0	10	4	5	0	0	1	0	0	14	Video formal del tema, falta más producción
21	Miércoles 7	Live	Si	En vivo de violencia familiar	5	5	0	0	0	25	12	12	1	0	0	0	0	30	En vivo con profesionales en violencia familiar
22	Miércoles 7	Imagen	Si	Factores de riesgo de agresores	0	0	0	0	0	10	10	0	0	0	0	0	0	18	Infografía
23	Jueves 8	Imagen	Si	Invitación a un en vivo	10	5		4	1	77	54	20	0	0	3	0	0	76	
24	Jueves 8	Imagen	Si	Claseo	0	0	0	0	0	13	6	6	0	0	1	0	0	28	
25	Jueves 8	Video	Si	Consentimiento	0	0	0	0	0	13	4	9	0	0	0	0	0	26	Video de tik tok
26	Jueves 8	Video	Si	Consentimiento	0	0	0	0	0	23	7	14	0	0	1	0	0	17	Video formal del tema, falta más producción
27	Jueves 8	Imagen	Si	Consentimiento	0	0	0	0	0	43	18	24	0	0	1	0	0	73	Infografía sobre el consentimiento

46	Miércoles 21	Imagen	Si	Suicidio y penacido	0	0	0	0	0	12	31	16	2	0	2	1	0	43	
47	Jueves 22	Video	Si	Factores de riesgo (CS)	0	0	0	0	0	13	7	5	0	0	0	0	0	8	
48	Viernes 23	Imagen	Si	Visión del túnel	0	0	0	0	0	17	12	5	0	0	0	0	0	18	
49	Miércoles 28	Imagen	Si	Mitos y realidades del suicidio	0	0	0	0	0	26	14	11	0	0	0	1	0	18	
50	Jueves 29	Video	Si	Información de ansiedad y depresión	0	0	0	0	0	15	12	1	0	0	1	1	0	10	
51	Viernes 30	Imagen	Si	Factores de riesgo (CS)	0	0	0	0	0	32	22	10	0	0	0	0	0	37	

Nombre de la página: Un contigo Papá (7852 seguidores y 7351 me gusta)																			
Mes: Noviembre 2020																			
Total de publicaciones: 7																			
Publicación	Día	Tipo	Original	Descripción general	Generaciones					Reacciones							Veces compartidas	Comentarios	
					Totales	Positivas	Negativas	Solicitando más info.	Etiquetando	Totales	👍	👎	👏	👤	👉	👤			
1	Lunes 2	Video	Si	En vivo de "Las campañas de prevención del suicidio"	0	0	0	0	0	11	9	1	0	0	1	0	0	7	En vivo con profesionales de la salud
2	Martes 3	Imagen	Si	Numero de apoyo	0	0	0	0	0	6	5	1	0	0	0	0	0	3	Utilizan bastante reciclaje de infografías, se siguen apoyando en organizaciones externas
3	Miércoles 4	Video	Si	Factores de protección de una conducta suicida	0	0	0	0	0	11	5	6	0	0	0	0	0	7	Video con falta de producción
4	Jueves 5	Imagen	Si	Que decir o no decir	0	0	0	0	0	16	8	8	1	0	1	0	0	11	Utilizan bastante reciclaje de infografías
5	Viernes 6	Imagen	Si	Que hacer si no soy profesional	0	0	0	0	0	13	12	1	0	0	0	0	0	16	Utilizan bastante reciclaje de infografías
6	Lunes 9	Video	Si	Conciencia de prevención del suicidio	0	0	0	0	0	29	7	21	1	0	0	0	0	25	Falta mejor edición al video pero buen uso de color
7	Martes 10	Imagen	Si	Recuerda que no estás solo	0	0	0	0	0	43	18	25	0	0	0	0	0	43	Frases de apoyo

Nombre de la página: Un contigo Papá (7852 seguidores y 7351 me gusta)																		
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Mes: Enero 2021																					
Total de publicaciones: 13																					
Publicación	Día	Tipo	Original	Descripción general	Comentarios					Reacciones										Veces compartidas	Comentarios
					Totales	Positivos	Negativos	Solicitando más info.	Etiquetando	Totales	👍	👎	👏	🙏	💡	🔗	📷	📺	📖		
1	Lunes 18	Imagen	Si	10 aniversario	1	1	0	0	0	73	28	44	0	0	1	0	0			53	
2	Lunes 18	Imagen	Si	Organización de la semana	1	0	0	1	0	33	14	18	0	0	1	0	0			15	
3	Martes 19	Imagen	Si	Invitación a un en vivo	0	0	0	0	0	15	8	6	0	0	1	0	0			20	
4	Martes 19	Imagen	Si	¿Sabías qué? 10 años	0	0	0	0	0	20	2	18	0	0	0	0	0			9	
5	Martes 19	Live	Si	En vivo dudas del proceso terapéutico	3	1	0	0	0	26	10	15	1	0	0	0	0			8	
6	Miércoles 20	Imagen	Si	¿Quiénes somos?	0	0	0	0	0	13	7	5	0	0	1	0	0			20	
7	Miércoles 20	Video	Si	¿Qué representamos?	0	0	0	0	0	19	8	10	0	0	1	0	0			19	
8	Jueves 21	Video	Si	¿Qué es el proceso terapéutico?	0	0	0	0	0	28	4	22	1	0	1	0	0			19	
9	Jueves 21	Imagen	Si	Agradecimiento al personal por 10 años	0	0	0	0	0	56	21	34	0	0	0	1	0			41	
10	Jueves 21	Imagen	Si	Datos curiosos del proceso terapéutico	0	0	0	0	0	16	7	7	1	0	1	0	0			11	
11	Viernes 22	Imagen	Si	Unidad resiliente	0	0	0	0	0	23	8	14	0	0	1	0	0			31	Presentan un blog y el equipo de "Unidad resiliente" donde comparten lo creado en 10 años
12	Viernes 22	Imagen	Si	10 aniversario	1	1	0	0	0	25	10	13	1	0	1	0	0			13	
13	Viernes 22	Imagen	Si	Promoción escritos	0	0	0	0	0	22	8	13	1	0	0	0	0			22	

b) UANL

Nombre de la página: Atención psicológica																					
Mes: Marzo 2020																					
Total de publicaciones: 2																					
Publicación	Día	Tipo	Original	Descripción general	Interacciones					Reacciones										Veces compartidas	Comentarios
					Total	Positivo	Negativo	Solicitando más info.	Etiquetando	Total	👍	👎	👏	🙏	💡	🔗	📷	📺	📖		
1	Marzo 13	Imagen	si	Invitación a taller "Encontrar mi salud mental"	0	0	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0			1	
2	Marzo 20	Imagen	No (UAECE)	¿Qué es la salud mental? ¿cómo saber si tengo la salud mental? ¿cómo saber si tengo la salud mental?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0	

Nombre de la página: Atención psicológica																					
Mes: Abril 2020																					
Total de publicaciones: 9																					
Publicación	Día	Tipo	Original	Descripción general	Interacciones					Reacciones										Veces compartidas	Comentarios
					Total	Positivo	Negativo	Solicitando más info.	Etiquetando	Total	👍	👎	👏	🙏	💡	🔗	📷	📺	📖		
1	Enero 2	Imagen	No (UAECE)	Invitación a taller "Encontrar mi salud mental"	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0	
2	Enero 3	Video	No (Programa de apoyo)	¿Qué es la salud mental?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			1	
3	Enero 7	Imagen	No (Programa de apoyo)	¿Qué es la salud mental?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0	
4	Enero 10	Imagen	No (Programa de apoyo)	¿Qué es la salud mental?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0	
5	Enero 20	Video	No (UAECE)	¿Qué es la salud mental?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0	
6	Enero 20	Video	No (Programa de apoyo)	¿Qué es la salud mental?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0	
7	Marzo 22	Imagen	No (Programa de apoyo)	¿Qué es la salud mental?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0	

Nombre de la página: Atención psicológica																					
Mes: Mayo 2020																					
Total de publicaciones: 3																					
Publicación	Día	Tipo	Original	Descripción general	Interacciones					Reacciones										Veces compartidas	Comentarios
					Total	Positivo	Negativo	Solicitando más info.	Etiquetando	Total	👍	👎	👏	🙏	💡	🔗	📷	📺	📖		
1	Enero 4	Imagen	No (UAECE)	¿Qué es la salud mental?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0	
2	Marzo 20	Imagen	No (UAECE)	¿Qué es la salud mental?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0	
3	Marzo 27	Imagen	No (UAECE)	¿Qué es la salud mental?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0	

Nombre de la página: Atención psicológica																					
Mes: Julio 2020																					
Total de publicaciones: 5																					
Publicación	Día	Tipo	Original	Descripción general	Interacciones					Reacciones										Veces compartidas	Comentarios
					Total	Positivo	Negativo	Solicitando más info.	Etiquetando	Total	👍	👎	👏	🙏	💡	🔗	📷	📺	📖		
1	Enero 2	Imagen	No (UAECE)	¿Qué es la salud mental?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0	
2	Enero 8	Imagen	No (UAECE)	¿Qué es la salud mental?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0	
3	Enero 15	Imagen	No (UAECE)	¿Qué es la salud mental?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0	
4	Enero 17	Imagen	No (UAECE)	¿Qué es la salud mental?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0	
5	Enero 17	Imagen	No (UAECE)	¿Qué es la salud mental?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0	

Resumen de la página: Atención psicológica													
Mes: Agosto 2020													
Total de publicaciones: 3													
Publicación	Id	Tip	Etiquetas	Temática general	Total	Positivo	Neutro	Indefinido	Indefinido más info	Indefinidos	Faltante	Revisión	Revisión
1	10000011	Imagen	No Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos	Programa de servicios psicológicos en línea	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	10000012	Imagen	No Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	10000013	Imagen	No Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Resumen de la página: Atención psicológica													
Mes: Septiembre 2020													
Total de publicaciones: 5													
Publicación	Id	Tip	Etiquetas	Temática general	Total	Positivo	Neutro	Indefinido	Indefinido más info	Indefinidos	Faltante	Revisión	Revisión
1	10000014	Imagen	Si	Coordinación de Centros de la Salud Mental	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	10000015	Imagen	No (Programa de Seguridad Psicológica)	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	10000016	Imagen	No (Programa de Seguridad Psicológica)	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	10000017	Imagen	No (Programa de Seguridad Psicológica)	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	10000018	Imagen	No (Programa de Seguridad Psicológica)	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Resumen de la página: Atención psicológica													
Mes: Octubre 2020													
Total de publicaciones: 15													
Publicación	Id	Tip	Etiquetas	Temática general	Total	Positivo	Neutro	Indefinido	Indefinido más info	Indefinidos	Faltante	Revisión	Revisión
1	10000019	Imagen	No (Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos)	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	10000020	Imagen	No (Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos)	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	10000021	Imagen	No (Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos)	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	10000022	Imagen	No (Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos)	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	10000023	Imagen	No (Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos)	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	10000024	Imagen	No (Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos)	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7	10000025	Imagen	No (Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos)	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	10000026	Imagen	No (Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos)	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	10000027	Imagen	No (Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos)	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10	10000028	Imagen	No (Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos)	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11	10000029	Imagen	No (Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos)	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12	10000030	Imagen	No (Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos)	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
13	10000031	Imagen	No (Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos)	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
14	10000032	Imagen	No (Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos)	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15	10000033	Imagen	No (Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos)	Indicador a prácticas profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Número de la página: Atención psicológica																						
Mes: Noviembre 2021																						
Total de publicaciones: 7																						
Publicación	Día	Tipo	Seguimiento	Descripción general	Categorías										Puntuación	Comentarios						
					Total	Personas	Seguimiento	Seguimiento más info.	Dispositivos	Total	1	2	3	4			5					
1	Sábado 3	"En vivo"	No (Presencial de Medicina General)	Transmisión en directo sobre violencia de género	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0				
2	Miércoles 6	Imagen	No (SAP/CEJ México)	Infografía "¿Cuál es la salud mental?"	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1				
3	Jueves 18	Imagen	No (Programa de Sexualidad Humana)	¿Qué son la salud mental y por qué es importante?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
4	Jueves 18	Imagen	Si	Infografía "¿Qué es la salud mental?"	0	0	0	0	0	0	12	12	0	0	0	0	0	0				
5	Viernes 20	Imagen	No (Presencial de Psicología Clínica)	Una intervención para la reducción de la violencia contra las mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
6	Miércoles 24	Imagen	No (Atención Psicológica Deseada)	Taller Masas Emocionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
7	Jueves 25	Imagen	No (Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos)	¿Qué es la violencia? ¿Cómo se manifiesta? ¿Cómo prevenirla?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				

Número de la página: Atención psicológica																						
Mes: Diciembre 2021																						
Total de publicaciones: 1																						
Publicación	Día	Tipo	Seguimiento	Descripción general	Categorías										Puntuación	Comentarios						
					Total	Personas	Seguimiento	Seguimiento más info.	Dispositivos	Trámites	Responde	1	2	3			4	5				
1	Jueves 12	Imagen	No (Atención Psicológica Deseada)	Resolución de una necesidad	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	

Resumen de la página: Atención psicológica																						
Mes: Enero 2022																						
Total de publicaciones: 12																						
Publicación	Día	Tipo	Seguimiento	Descripción general	Categorías					Total	Responde										Puntuación	Comentarios
					Total	Personas	Seguimiento	Seguimiento más info.	Dispositivos		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	Viernes 5	Imagen	No (Presencial de Medicina General)	Atención de salud de alto nivel	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
2	Jueves 11	Imagen	No (Presencial de Psicología de la UNAM)	Atención de salud de alto nivel	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	
3	Viernes 12	Imagen	No (Presencial de Psicología de la UNAM)	Atención de salud de alto nivel	0	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
4	Miércoles 13	Transmisión en vivo	No (Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos)	Atención de salud de alto nivel	0	0	0	0	0	0	9	2	5	0	0	0	0	0	0	0	0	
5	Jueves 13	Imagen	Si	Atención de salud de alto nivel	0	0	0	0	0	0	4	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	
6	Jueves 18	Imagen	No (Presencial de Psicología de la UNAM)	Atención de salud de alto nivel	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
7	Martes 18	Imagen	No (Presencial de Psicología de la UNAM)	Atención de salud de alto nivel	0	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	
8	Martes 18	Imagen	Si	Atención de salud de alto nivel	0	0	0	0	0	0	2	12	10	1	0	0	0	0	0	0	11	
9	Martes 18	Imagen	No (Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos)	Atención de salud de alto nivel	0	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
10	Miércoles 20	Transmisión en vivo	No (Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos)	Atención de salud de alto nivel	0	0	0	0	0	0	5	3	2	0	0	0	0	0	0	0	2	
11	Miércoles 26	Imagen	Si	Atención de salud de alto nivel	121	88	81	34	34	34	184	115	49	2	0	1	17	0	0	0	0	
12	Martes 26	Imagen	No (Coordinación de Centros de Formación y Servicios Psicológicos)	Atención de salud de alto nivel	9	2	1	2	2	2	10	20	4	0	0	0	0	0	0	0	9	

Resumen de la agenda: Atención al estudiante																
Mes: febrero 2024																
Categoría	Cód.	Tipo	Organiz.	Proyecto o servicio	Módulo de actividades 1.º										Actividad de apoyo	Observaciones
					Teoría	Práctica	Exposición	Investigación con I+D+i	Elaboración	Colabor.	1	2	3	4		
1	Curso 6	Asignatura	IN (I+D+i)	2da. Internacional del In-Magis	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	Curso 6	Asignatura	IN (Elaboración de Estudios de Población y Variables Psicológicas)	Proceso Académico Real: Manual de las 10 acciones más RP	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
13	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
14	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
17	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
19	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
20	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
22	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
23	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
24	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
26	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
27	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
28	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
29	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
32	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
33	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
34	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
35	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
36	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
37	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
38	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
39	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
40	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
41	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
42	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
43	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
44	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
45	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
46	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
47	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
48	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
49	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
50	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
51	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
52	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
53	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
54	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
55	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
56	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
57	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
58	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
59	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
60	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
61	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
62	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
63	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
64	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
65	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
66	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
67	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
68	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
69	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
70	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
71	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
72	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
73	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
74	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
75	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
76	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
77	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
78	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
79	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
80	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
81	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
82	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
83	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
84	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
85	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
86	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
87	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
88	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
89	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
90	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
91	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
92	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
93	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
94	Curso 6	Asignatura	IN (Procedimientos de Psicología)	Desarrollo de competencias con la Unidad 1 (Real)	12	0</										

2. Focal Groups y entrevistas

a) Flyer



b) Preguntas correspondientes a los grupos de entrevista

- Emociones en pandemia (1 Bloque - Emocionales)

1. ¿Cómo te has sentido emocionalmente con respecto a la pandemia?

2. ¿Cuáles emociones son debido al encierro y cuáles son por situaciones externas?
3. ¿Qué situación desafortunada has vivido a consecuencia de la pandemia?
4. ¿Pensaste en interrumpir tus estudios a causa de la pandemia?
5. ¿Has presenciado alguna situación de riesgo que te lleve a solicitar apoyo psicológico?
6. ¿A quién o quiénes has acudido cuando tienes bajones emocionales o crisis emocionales? ¿Por qué?
7. ¿Cómo es la relación que tienes con las personas con las que vives?
8. ¿Hay lugar en tu casa desde el cual puedas recibir terapia?
9. ¿De qué manera prefieres recibir el apoyo psicológico? ¿Teléfono, chat privado u otro?

- **Redes sociales conocimiento de la página (2 Bloque – Reconocimiento RRSS)**

1. Cuando pasas por una crisis emocional ¿sueles acudir a tus redes sociales? ¿Por qué?
2. ¿Qué significan para ti, las reacciones en Facebook? ¿De qué manera expresas/solicitas apoyo en Facebook?
3. ¿Tienes conocimiento de que puedes solicitar apoyo psicológico a través las redes sociales?
4. Cuando ves sugerencias sobre una página de apoyo, ¿sueles entrar a ellas?
5. ¿Cuáles son los factores que crees influyen para que una página de apoyo psicológico institucional te genere confianza?
6. ¿Qué elementos visuales te dan confianza a la hora de ver una página de apoyo emocional en FB?
7. ¿Qué páginas de Facebook conoces que ofrecen apoyo psicológico?
8. ¿Sí has acudido a la página de la UAM de ayuda psicológica?

9. ¿Crees que la falta de contenido es causa de su poca difusión e interacción con los usuarios?
10. ¿Qué crees que haga le falta a la página, para que tomes esta opción en cuenta?

- **Reacción a contenido (3 Bloque - Contenido).**

1. ¿Qué te transmitió? (para contenido particular)
2. ¿lo crees esencial en una página de apoyo? (contenido particular)
3. ¿Prefieres que el contenido mostrado sea menos institucional? (contenido particular)
4. Del contenido mostrado en las 3 páginas de apoyo, ¿qué te gustó, qué no te gustó, ¿qué te pareció interesante? ¿qué esperabas ver?
5. Cuando ves enlaces compartidos en una página, reaccionas directamente en el contenido original o desde la página visitada
6. Si la página te ofrece contenido en otras plataformas, como YouTube o Spotify, ¿accederías a ellos? ¿Te llamarían la atención?

3.Contenido React to

a) UAM

¿PROBLEMAS PARA COMUNICARTE CON NOSOTROS?



Si la línea telefónica a la que llamaste **no** está funcionando correctamente, te invitamos a intentarlo con otra terminación y reportarlo por mensaje privado o en ésta publicación.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Xochimilco

RED DE APOYO UNIVERSITARIO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Xochimilco

RED DE APOYO UNIVERSITARIO

ALUMNAS Y ALUMNOS, TRABAJADORAS Y TRABAJADORES, ADMINISTRATIVOS Y ACADÉMICOS DE LA UAM XOCHIMILCO

¿SIENTES UN MALESTAR QUE TE IMPIDE ESTAR BIEN?



Estamos dispuestas y dispuestos a acompañarte de **lunes a sábado** en un horario de **8:00 a 20:00 horas**.

55-6436-1443	55-6432-8867	55-6452-4049
55-4371-5324	55-1852-3488	55-6460-2694
55-6071-7536	55-2529-0568	55-6455-8578
55-5468-4329	55-4129-8334	55-6455-6234
55-6103-3701	55-4015-8509	55-6455-1256
55-6455-3857	55-2528-2543	

¡LLÁMANOS!
¡NO TE QUEDES CON EL MALESTAR!

NOVIEMBRE 2020

La RED DE APOYO PSICOLÓGICO

informa:

Comunidad UAM. la Red de Apoyo Psicológico **no dará servicio** las siguientes fechas:

Del 23 al 26 de diciembre y del 30 de diciembre al 4 de enero.

Los demás días estaremos disponibles con normalidad, de **lunes a sábado** de **8:00 a 20:00 hrs.**

¡Les deseamos felices fiestas!



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Xochimilco

RED DE APOYO UNIVERSITARIO

Programa emergente y a distancia de atención psicológica - Enero 2021

Comunidad UAM:

¿SIENTES MALESTAR EMOCIONAL?
¿NECESITAS UN ESPACIO DE ESCUCHA?

No te quedes con el malestar!
¡Te acompañamos en este camino!

Comunícate con la Red de Apoyo Psicológico de **lunes a sábado** de **8:00 a 20:00 hrs.**

55-1852-3488	55-6455-1256
55-2529-0568	55-6436-1443
55-4129-8334	55-4371-5324
55-4015-8509	55-6071-7536
55-2528-2543	55-5468-4329
55-6452-4049	55-6103-3701
55-6460-2694	55-3960-6519
55-6455-8578	55-6455-3857
55-6455-6234	55-6432-8867



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Xochimilco

RED DE APOYO UNIVERSITARIO

Programa emergente y a distancia de atención psicológica – Febrero 2021

Comunidad UAM:

¿SIENTES MALESTAR EMOCIONAL? ¿NECESITAS UN ESPACIO DE ESCUCHA?



No te quedes con el malestar!
Te acompañamos en este camino!

Comunícate con la Red de Apoyo Psicológico de **lunes a sábado de 8:00 a 20:00 hrs.**

55-6432-8867	55-6455-6234
55-1852-3488	55-6455-1256
55-2529-0568	55-6436-1443
55-4129-8334	55-4371-5324
55-4015-8509	55-6071-7536
55-2528-2543	55-5468-4329
55-6452-4049	55-6103-3701
55-6460-2694	55-3960-6519
55-6455-8578	55-6455-3857

 **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA**
Unidad Xochimilco

 **RED DE APOYO UNIVERSITARIO**

b) UANL

 **UANL** UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

UNI CONTIGO FAPSI

FaPsi FACULTAD DE PSICOLOGÍA

¿CÓMO IDENTIFICAR UN ATAQUE DE ANSIEDAD?

- TAQUICARDIA.
- SENSACIÓN DE AHOGO.
- OPRESIÓN EN EL PECHO.
- MIEDO O PÁNICO.
- SUDORACIÓN O ESCALOFRÍOS.
- TEMBLORES.
- NÁUSEAS O MOLESTIAS ABDOMINALES.
- MAREO O INCLUSO DESMAYO.
- SENSACIÓN DE IRREALIDAD.
- SENSACIÓN DE ENTUMECIMIENTO U HORMIGUEO.

 **UANL**



**UNI CONTIGO -FAPSI-
PONE A DISPOSICIÓN DE LA COMUNIDAD
ATENCIÓN DE CRISIS PSICOLÓGICAS
DEBIDO A LA CONTINGENCIA DE:**

COVID-19

Si estas pasando por alguna situación de emergencia como:

- CRISIS DE ANSIEDAD
- CONDUCTAS DE RIESGO
- IDEACIÓN O INTENTO SUICIDA

Puedes enviar un mensaje a la página y en la medida de lo posible, te atenderemos.



c)UNAM





EL SERVICIO PSICOLÓGICO DE LA FACULTAD DE DERECHO TE INVITA AL TALLER EN LINEA:

MANEJO DE EMOCIONES

Objetivo: Brindar herramientas para la identificación y el manejo emocional.



Viernes 16 y 23 de Abril 2021
Horario: 11:00 a 13:00

PÚBLICO EN GENERAL

Inscripciones:
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScJAzTWfOyJzsyIfCykbaBuFk8ZwJGYq8MhupgrYQVOFNpQ/viewform?usp=sf_link

Contacto:
apoyopsicologico@derecho.unam.mx



RELAJACIÓN MUSCULAR

COLOCA TE EN POSICIÓN CÓMODA: SENTADA/O O ACOSTADA/O BOCA ARRIBA. CIERRA OJOS.

RELAJACIÓN DE CARA, CUELLO Y HOMBROS
 (REPITE CADA EJERCICIO TRES VECES)

1. FRENTE: ARRUGA UNOS SEGUNDOS Y RELAJA.
2. OJOS: ABRE AMPLIAMENTE Y CIERRA.
3. NARIZ: ARRUGA UNOS SEGUNDOS Y RELAJA.
4. BOCA: SONRÍE AMPLIAMENTE Y RELAJA.
5. MANDÍBULA: PRESIONA LOS DIENTES Y NOTA LA TENSION EN LOS MÚSCULOS LATERALES DE LA CARA, RELAJA.
6. HOMBROS Y CUELLO: ELEVA LOS HOMBROS PRESIONANDO CONTRA EL CUELLO. VUELVE A LA POSICIÓN INICIAL.



MPSS Hernández Dalmau, Jennifer-Joseline

¿INSOMNIO?

PREVENCIÓN Y TRATAMIENTO


 Duermes solo lo necesario para sentirte descansado y luego levántate de la cama


 Mantén un horario de sueño regular


 Evita fumar, el alcohol y la cafeína especialmente por la noche


 Evita el uso prolongado de pantallas emisoras de luz antes de acostarte


 Evita forzar el sueño


 Haz ejercicio regularmente (al menos 23 min, preferiblemente 4 o más horas antes de acostarte)

Servicio de Salud Integral
 Facultad de Derecho

Ante cualquier duda o si desea recibir asesoría relacionada con el INSOMNIO u otro tema de salud física o mental, escríbenos a:
serviciomedico@derecho.unam.mx
enfermeriaderecho@derecho.unam.mx
odontologicodecho@derecho.unam.mx

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
 FACULTAD DE DERECHO
 ATENCIÓN INTEGRAL
 SERVICIO PSICOLÓGICO

¿SABIAS QUÉ...

Las emociones son reacciones que representan modos de adaptación a ciertos sucesos que vivimos?

Trata de identificar lo que siente tu cuerpo, cómo se encuentra tu respiración, tus latidos y lo que piensas...

Trata de darte auto instrucciones positivas: "esto que estoy viviendo va a pasar" "trataré de alejarme de esta situación y haré otra actividad"

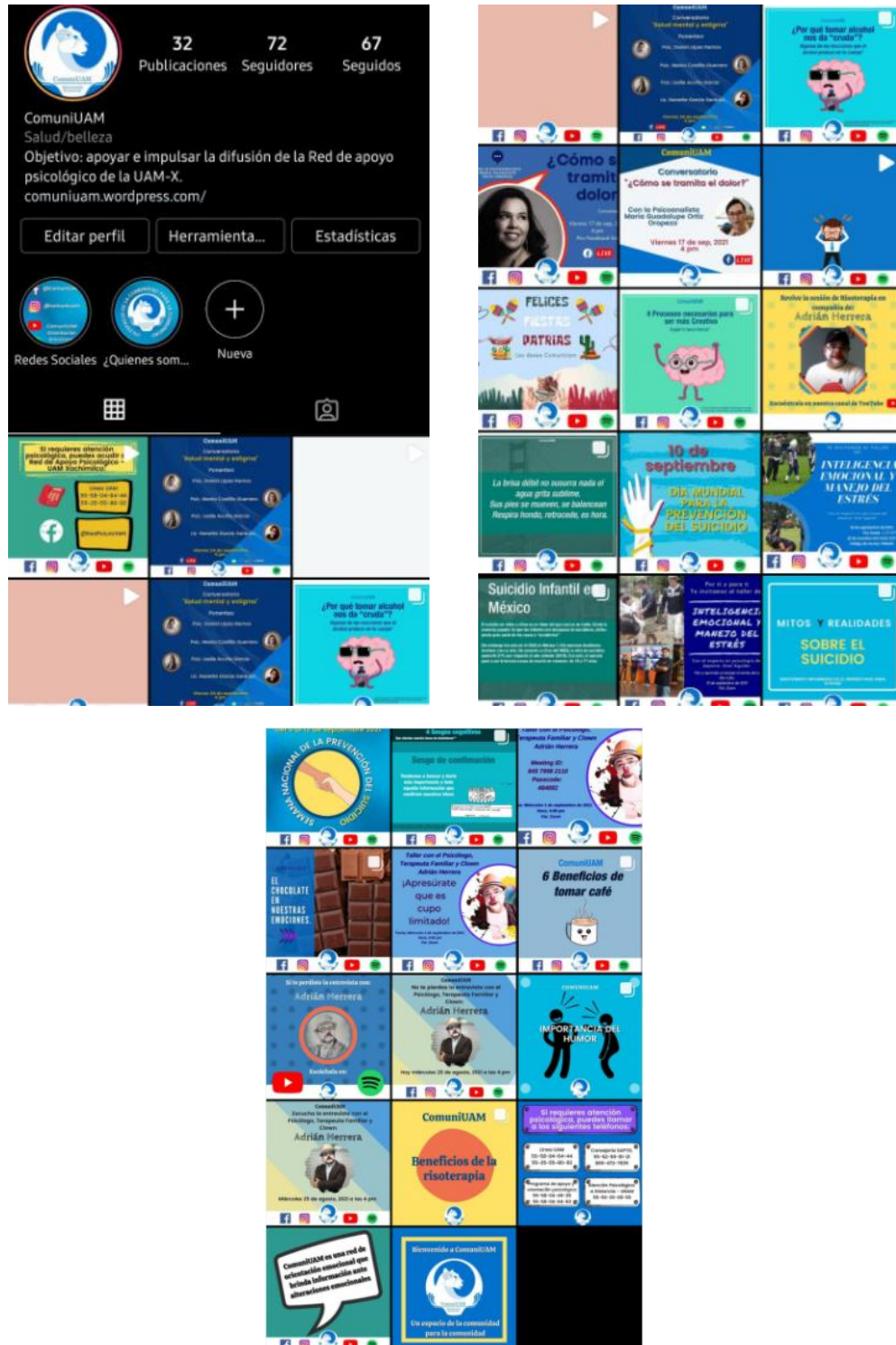
Inhala y exhala

ESTO TE AYUDARÁ A CONTROLAR TUS EMOCIONES

apoyopsicologico@derecho.unam.mx

4.Contenido de la propuesta comunicativa

a) Publicaciones generales



b) Publicaciones Conferencias y talleres

**ComuniUam . Orientación Emocional** ***
31 ago. • 🌐

¡Recuerda! mañana es el taller con el psicólogo, terapeuta familiar y clown, Adrián Herrera. No te lo pierdas.
Recuerda que es s... Ver más

**Taller con el Psicólogo,
Terapeuta Familiar y Clown
Adrián Herrera**

Meeting ID:
845 7998 2110

Passcode:
464692

Fecha: Miércoles 1 de septiembre de 2021
Hora: 4:00 pm
Via: Zoom



 2

 2 comentarios  3 veces compartido 

**ComuniUam . Orientación Emocional** ***
10 sep. • 🌐

Hoy a las 4:30 pm, conoce diferentes técnicas para el manejo del estrés. ¡Que no se te pase!
ID: 853 4910 1137
Pass: 308402
[#Saludmental](#) [#estrés](#) [#Comuniuam](#)



TE INVITAMOS AL TALLER
DE:

**INTELIGENCIA
EMOCIONAL Y
MANEJO DEL
ESTRÉS**

Con el experto en psicología del
deporte: Axel Aguilar

10 de septiembre de 2021
Vía: Zoom. 4:30 pm
ID de reunión: 853 4910 1137
Código de acceso: 308402





ComuniUam . Orientación Emocional

17 sep. • 🌐

Te invitamos a participar en el conversatorio "¿Cómo se tramita el dolor?". Contaremos con la compañía de la Psicoanalista María Guadalupe Ortiz
Hoy a las 4 pm por #ComuniUAM
#doloremocional #emociones #SaludMental
#cuidatusaludmental 🗣️



ComuniUam . Orientación Emocional

transmitió en vivo.

17 sep. • 🌐

Con la psicoanalista Guadalupe Ortiz



👍❤️ 27

17 comentarios • 17 veces compartido



ComuniUam . Orientación Emocional

1 d • 🌐

Hoy viernes 24 de sep. a las 6 pm no te pierdas el conversatorio "Salud mental y estigma", con la participación de psicólogos y pedagogos especialistas que nos explicarán más acerca de los estigmas que se tienen de los trastornos mentales.

Via: Google meet

<https://meet.google.com/iff-ytsi-npd>

o por Fb Live ComuniUAM

#ansiedad #depresión #Tlp #menosestigmasmentales
#Comuniuam #cuidatusaludmental 🗨️

ComuniUAM
Conversatorio
"Salud mental y estigma"
Ponentes:
Psic. Daniel López Ramos
Psic. Ileana Castillo Guerrero
Psic. Leslie Acuña García
Lic. Nanette García Santoyo



ComuniUam . Orientación Emocional

transmitió en vivo.

1 d • 🌐

Daniel Alejandro López Ramos Licenciado y
maestrante en Psicología Especializado en Medicina
Conductual
Ileana Castillo Guerrero... Ver más

ComuniUAM
Conversatorio
"Salud mental y estigma"
Ponentes:
Psic. Daniel López Ramos
Psic. Ileana Castillo Guerrero
Psic. Leslie Acuña García
Lic. Nanette García Santoyo
Viernes 24 de septiembre 6 pm
En unos minutos comenzamos

🗨️ 🍎 🍌 24

19 comentarios • 7 veces compartido