



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE
CHILE
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE PSICOLOGÍA

Cuida tu Salud Mental

Diseño de una campaña psicoeducativa sobre las habilidades parentales

ERNESTO YIRIES JOERGER ABUHADBA

Profesor director: Paula Errázuriz Arellano

Colaboradores: Diego Hernández

Camila Ribes

Francisca Vadell

Proyecto de Grado presentado a la Escuela de Psicología de la Pontificia Universidad Católica de Chile, como requisito para optar al grado académico de Magíster en Psicología Clínica.

Octubre 2022.

Santiago, Chile.



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE
CHILE
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE PSICOLOGÍA

Cuida tu Salud Mental

Diseño de una campaña psicoeducativa sobre las habilidades parentales

ERNESTO YIRIES JOERGER ABUHADBA

Profesor director: Paula Errázuriz Arellano

Colaboradores: Diego Hernández

Camila Ribes

Francisca Vadell

Proyecto de Grado presentado a la Escuela de Psicología de la Pontificia Universidad Católica de Chile, como requisito para optar al grado académico de Magíster en Psicología Clínica.

Agradecimientos

Agradezco a mi profesora guía Paula Errazuriz, a Sebastián Opazo por la gestión y coordinación de la campaña, a mis compañeros en este proyecto Diego Hernández, Camila Ribes y Francisca Vadell. Un especial agradecimiento a mis familiares, pareja y amigos. También agradezco a las colegas psicólogas que me dieron su experiencia y conocimiento para mejorar este proyecto.

Índice

Resumen	vi
Introducción	vii
Antecedentes teóricos	xi
Objetivos	xxi
Métodología	xxii
Elaboración del Producto	xxvii
Discusión	xlvii
Referencias	l

Índice Tablas

Tabla 1: Guion Video promocional de 10 segundos	xxxiii
Tabla 2: Capturas de pantalla Video promocional de 10 segundos	xxxiv
Tabla 3: Guion Video promocional de 30 segundos	xxxv
Tabla 4: Capturas de pantalla Video promocional de 30 segundos	xxxviii
Tabla 5: apturas de pantalla Página web oficial	xxxix
Tabla 6: Guion Video “¿Qué son las Habilidades Parentales?”	xl
Tabla 7: Capturas de pantalla Video “¿Qué son las Habilidades Parentales?”	xlii
Tabla 8: Guion Video “Algunas Habiliades Parentales”	xliii
Tabla 9: Capturas de pantalla Video “Algunas Habiliades Parentales”	xlvi

Resumen

El presente trabajo nace de la problemática que las habilidades parentales son un factor muy incidente en el desarrollo de los niños, niñas y adolescente (NNA) y actualmente existe mucho material al alcance de los cuidadores principales. Sin embargo, muchas veces los padres sienten que este material puede ser confuso o agrega presión a ser padres “perfectos”. Es por esto que este proyecto tiene como objetivos contribuir al desarrollo de habilidades parentales de cuidadores principales de NNA en Chile, y disminuir el malestar que conlleva la presión a ser “padres perfectos”. Investigando las campañas existentes, se observó que un tema recurrente pero abordado desde diferentes perspectivas son las cuatro habilidades: base segura, sensibilidad vincular, autorreflexión y autocuidado, por lo que en este proyecto se desarrolló material audiovisual sobre esas cuatro habilidades para apoyar a los cuidadores principales. Este material fue expuesto en el contexto de la campaña de página web y redes sociales “Cuida tu salud mental 2022”. La campaña es una iniciativa de psicoeducar con material gratuito y de calidad sobre la salud mental, empezó el 2021 con temas relacionados al manejo emocional, entre otros, y este año es sobre las relaciones interpersonales. Se espera que este proyecto ayude a muchas familias a mejorar sus relaciones y a bajar la presión que puedan sentir. Este proyecto podría dar base a otras intervenciones psicoeducativas para la población y ojalá incentive a personas a buscar ayuda y a mejorar en lo posible.

Introducción

Las habilidades parentales son un factor muy importante del desarrollo integral de los niños, niñas y adolescentes (NNA), ya que es mediante los cuidadores principales que los NNA aprenden a desenvolverse en el mundo, y a interactuar con este. Sanders et al. (2021) comentan que las habilidades parentales son muy importantes y tienen una gran influencia en el aprendizaje y desarrollo de los NNA. Para mencionar algunas, se ha observado que las habilidades parentales afectan a las áreas de manejo emocional, resolución de problemas, desarrollo cognitivo, tolerancia a la frustración, comunicación, comportamiento, autoestima y habilidades sociales (CEDJE, 2014-2021). Sin embargo, los padres hoy en día sienten presión para ser buenos padres, lo que indica que efectivamente hay una presión como sociedad a ser “perfectos” (Aguiar et al., 2021), lo que genera estrés y Burnout Parental, el cual baja el desempeño que tienen los padres en su labor (Mikolajczak, Gross y Roskam, 2019). Además, no siempre tienen acceso a un material de calidad, claro y conciso que les pueda ayudar en esta labor y que reduzca su estrés, ya que al buscar “¿cómo ser un buen padre?” en internet arroja millones de resultados en cuestión de segundos, siendo mucha información de la cual no siempre se sabe que tan adecuada sea. Dadić et al. (2021) comentan que los padres utilizan el internet como fuente de información y que por lo general tienen opiniones positivas de esta información, sin embargo, se observó que las opiniones varían también dependiendo del nivel educacional alcanzado por los lectores.

Dentro de la labor de los psicólogos clínicos infanto juveniles puede estar trabajar con los padres sobre sus habilidades parentales, pero este proceso requiere tiempo y recursos que no todas las familias tienen. Es por eso que las soluciones gratuitas y accesibles desde el celular son tan llamativas. Si bien esto no reemplaza la labor psicoeducativa personalizada que otorga un psicólogo clínico, se observó que el contenido psicoeducativo en página web se percibía como igual de efectiva y se recibía de mejor forma, aunque esto es respecto a esquizofrenia y no habilidades parentales (Soto y Franco, 2014). En el trabajo terapéutico se observa cada caso y se da información pertinente dependiendo del caso, mientras que en internet la información no discrimina entre las

personas cuando entrega información, a veces entregando información que, si bien es correcta, no es bueno que la aplique el lector. Teniendo eso en mente, son necesarios consejos e información que sea aplicable a la mayor cantidad de población posible y que sea atingente.

La elección de esta información también debe tener en cuenta que le sea útil a un gran número de la población. Analizando las distintas campañas existentes sobre habilidades parentales, se notan que ciertas habilidades específicas se repiten en la mayoría, aunque sea con una pequeña diferencia conceptual. Por ejemplo, Gentleman (2011) habla de una campaña gubernamental en EEUU que trabajó la motivación, los vínculos y la sensibilidad vincular de padres locales. Otro ejemplo es el modelo Triple-P, que es un modelo de intervención muy utilizado, muy accesible y presente en muchos lugares, dentro de Chile hay muchas organizaciones que lo trabajan y en distintas comunas del país. Este modelo trabaja la autoestima, manejo emocional, las habilidades protectoras, la formación de vínculos y la reflexión introspectiva de los padres (Sanders, 1999). En un taller de habilidades parentales (dirigido a padres) desde el enfoque integrativo de psicoterapia, R. Bascuñán (comunicación personal, 1 de diciembre, 2021) comenta que se trabaja la percepción de la infancia de los padres, el conocimiento sobre los hijos, el modelo triple-p, el apego, el manejo del enojo y del conflicto, empatía, modelos de crianza, entre otros. En esos tres ejemplos tenemos una campaña extranjera, una nacional y una más globalizada, tomándolas en cuenta, junto a muchas otras, se pueden observar cuatro conceptos muy estudiados y muy recomendados para trabajar a la hora de desarrollar habilidades parentales: base segura (que tiene que ver con la capacidad de desarrollar y mantener un apego seguro), sensibilidad vincular (la capacidad de interpretar y atender las necesidades de los NNA), autorreflexión (el pensar sobre los estados de ánimo y las habilidades propias y cómo estos afectan a los NNA bajo nuestro cuidado) y el autocuidado (en especial como respuesta al estrés y burnout parental) (JUNJI, 2018).

Entonces se observa que las habilidades parentales son cruciales para el desarrollo integral de NNA y que existen muchas formas de apoyar a los padres a aprender de ellas. Entorno a este problema es que se presenta este proyecto, el cual tiene el objetivo de dar

un material audiovisual psicoeducativo que ayude a cuidadores principales de NNA sobre la base segura, la sensibilidad vincular, la autorreflexión y el autocuidado, que son 4 habilidades muy importantes y que pueden aportar de manera simple pero efectiva a los cuidadores principales.

Este proyecto se realiza dentro de la campaña “Cuida tu Salud Mental 2022”, que es una continuación de la campaña del mismo nombre del año 2021. Esta campaña comenzó con el objetivo de psicoeducar a usuarios del metro sobre depresión, manejo del estrés, inteligencia emocional y prevención del suicidio. Las temáticas electas para este año refirieron a las relaciones interpersonales, debido a que los dos años anteriores fueron de confinamiento por causa de la pandemia de COVID-19; lo que tuvo un impacto en las interacciones sociales. Asimismo, se consideró una temática relevante no solo por este contexto, sino también por la abundante evidencia que da cuenta del impacto que tienen las relaciones interpersonales en la salud mental en la población; entendiendo que este trabajo se enmarca en una estrategia de promoción y prevención en salud mental. Las relaciones interpersonales tienen un gran impacto en la salud mental (Cohen, 2004), desde el ánimo, hasta la capacidad para enfrentar situaciones estresantes y la recuperación de estos. Es por ello que después de un periodo donde las relaciones interpersonales fueron deterioradas por el contexto de la pandemia, es necesario, o como mínimo muy positivo, material que ayude a mejorar la calidad de las relaciones interpersonales de distintos contextos. Aparte de las habilidades parentales, se eligieron tres áreas de las interacciones sociales para ser abordadas en la campaña: las relaciones sexoafectivas, la convivencia escolar y las relaciones en el contexto de trabajo.

Para llevar a cabo este proyecto, primero se realizó una búsqueda sobre las habilidades parentales en distintas bases de datos para poder definir las habilidades parentales y elegir las habilidades más importantes, que fueran adecuadas para ser presentadas en este contexto. Luego, se pasó a realizar los guiones de los videos, con una guía de imágenes para la compañía encargada de realizar los videos. Al mismo tiempo, se postuló a recibir financiamiento de MIDAP para poder realizar los videos y para poder promocionarlos. Luego de realizar los guiones, estos fueron revisados por profesionales

de la psicología y por profesionales de Metro de Santiago y MIDAP. Una vez aceptados, se realizaron los videos, los cuales fueron publicados el 24 de Octubre de 2022 en la página web, siendo promocionados por redes sociales y en las facultades de Metro de Santiago.

En el presente texto, primero se dan los antecedentes teóricos en los cuales se da la base para las decisiones tomadas en esta campaña y este proyecto. Luego se presentarán los objetivos de este proyecto. Después, se explicará la metodología sobre cómo se llevó a cabo este proyecto. En la misma línea, después se presentará la elaboración del producto, con los guiones, imágenes y textos, así como el proceso para ir definiéndolo. Por último, se discutirá sobre el producto logrado, su relevancia y las implicancias que este podría traer, así como sus limitaciones.

Antecedentes teóricos

Para el desarrollo de este proyecto, primero es importante observar las bases teóricas de las áreas que afectan a este trabajo, las cuales serían: (1) en qué consisten las campañas psicoeducativas; (2) cuál es su alcance y efecto; (3) en qué consisten las habilidades parentales; y (4) cuales son los efectos de las habilidades parentales.

Promoción de la Salud y Prevención de Enfermedades

Las acciones de Promoción de la salud y la Prevención de enfermedades incluyen iniciativas para mantener o aumentar el nivel de bienestar y reducir los factores de riesgo asociados a distintas enfermedades (Moreno et al., 2015). Sobre estos dos conceptos, la Promoción se enfoca en reforzar los determinantes positivos de la salud y transformar los negativos (Góngora, 2014). Específicamente “consiste en proporcionar a la gente los medios necesarios para mejorar la salud y ejercer un mayor control sobre la misma” (Organización Mundial de Salud [OMS], 1986, p. 1). A la vez que se considera como una práctica en donde se empodera a las personas, a partir de la consideración promoción y reforzamiento de comportamientos positivos (OMS, 2019). Mientras que la Prevención se define como un conjunto de estrategias que no solo evitan que aparezca la enfermedad, sino que se aboca a la identificación y posterior reducción de factores de riesgo, así como la detención de su avance, al mismo tiempo que fomenta la atenuación de las consecuencias una vez adquirida la enfermedad (Vignolo et al., 2011).

En un estudio desarrollado por Restrepo y Sepúlveda (2021), se llegó a la discusión respecto de la prevención y su influencia en las comunidades, haciendo énfasis en la importancia de incluirlas e incorporar los más diversos medios de propagación de información. En este punto se entiende también la importancia de un lenguaje acorde a las características de la población a la cual está destinada la campaña de prevención. También se deben aprovechar “estrategias publicitarias y comunicativas digitales que permiten una motivación y permanencia de mensajes” (p. 205). Si bien la mayor parte de la investigación ha estado destinada a evaluar la eficacia de programas de promoción y prevención, más que del efecto que puedan tener en la población (Cova, et al. 2019), una

buena estrategia de campaña de comunicación permitiría aumentar la posibilidad de provocar algún efecto en la población objetivo (Vega et al., 2010).

Psicoeducación

En primer lugar, resulta evidente por su nombre, que la psicoeducación es una combinación de técnicas educacionales y terapéuticas (Lukens & MacFarlane, 2004) que busca promover el cambio para un mayor bienestar en un individuo o grupo. En general, las diversas definiciones de psicoeducación coinciden principalmente en tres puntos: (1) la entrega de información a un receptor sobre una problemática abarcable desde la psicología, (2) apoyo a quienes aqueja, (3) “promoción de su autonomía, empoderamiento y reintegración social” (Godoy, et al., 2020). Para los efectos del presente trabajo, se consideró que una adecuada definición de psicoeducación es aquella provista por Godoy et al. (2020): “la psicoeducación (...) busca abordar situaciones cotidianas en la vida de las personas, que se vuelven complejas por el desconocimiento (...) [S]e conceptualiza este modelo como una herramienta de cambio, (...) para garantizar autonomía y mejorar la calidad de vida” (p.170).

Ahora, a modo de contextualizar el uso de las intervenciones psicoeducativas, la literatura señala que en un comienzo esta estrategia comenzó a emplearse en los contextos hospitalarios de pacientes y sus familias con trastornos psiquiátricos graves, principalmente Esquizofrenia (Sarkhel, et al., 2020). Anderson y colaboradores (1980) utilizaron el término por primera vez para “describir intervenciones que educaran a aquellos con graves problemas de salud mental sobre varios aspectos de la enfermedad, incluyendo el tratamiento” (citado en Magill, et al., 2014, p. 5), dado que se observó que los pacientes se aliviaban al comprender lo que les ocurría (Gold & McClung, 2006). Es importante mencionar que la mayor parte de la evidencia en intervenciones psicoeducativas se centra en los settings terapéuticos (Lyman, et al., 2014).

Principios, Objetivos y Efectos de la Psicoeducación

En un metaanálisis llevado a cabo por Magill y colaboradores (2021), los autores establecieron diversos principios que resultan fundamentales al momento de desarrollar una estrategia de psicoeducación; entre los cuales se encuentra el empoderamiento de los destinatarios de la información, para que se conviertan en actores centrales en la resolución de la problemática a intervenir. Asimismo, esta información debe ser de la mejor calidad posible, y comprensible para el receptor, a partir de que ésta sea breve, interactiva y adaptada a las necesidades de éste. También es relevante considerar que se deben utilizar técnicas de facilitación y enseñanza, y que el emisor debe ser un experto carismático y centrado en el cliente. Finalmente, también es un elemento importante que ésta se plantee objetivos (Magill, et al., 2021). Ahora bien, dependiendo de los receptores de la psicoeducación, es que surgen objetivos más específicos. Por su parte, los objetivos para pacientes se centran en su empoderamiento, promoción de herramientas de autocuidado y prevención de recaídas (Sarkhel, et al., 2020; Godoy, et al., 2020). Por otro lado, para las familias de pacientes, los objetivos de la psicoeducación se dirigen a un empoderamiento y la promoción de herramientas para un funcionamiento familiar más adaptativo (Sarkhel, et al., 2020). Asimismo, las intervenciones psicoeducativas en pos una población más macro, en general se han propuesto aumentar la aceptación de las patologías mentales y reducir el estigma (Zaretsky, 2003; Godoy, et al., 2020).

Finalmente, sobre los efectos de la psicoeducación, se considera que es una estrategia de intervención efectiva que permitiría llevar a cabo los objetivos del presente proyecto, dado que estas intervenciones son costo-efectivas en la medida en que se difunde la información de manera efectiva, puesto que los costos son bajos en comparación a otras estrategias de intervención y “(...) una adecuada incorporación de los conceptos aprendidos podría implicar una disminución de los gastos asociados al cuidado” (Godoy, et al., 2020, p. 172).

Campañas Masivas en Salud Mental y Difusión en Redes Sociales

En las últimas décadas se han llevado a cabo campañas psicoeducativas dirigidas a modificar el estigma social, desinformación, y escasa alfabetización en salud mental, ya que estas crean barreras y desincentivos (López et al., 2008). Estas campañas pretenden aumentar la resiliencia a los problemas de salud mental, usando estrategias de comunicación masivas junto con estrategias de desarrollo comunitario (Anwar-McHenry et al., 2012). De esta manera, las campañas de psicoeducación en salud mental tienen como objetivo mejorar la alfabetización del público (Pawluk & Zolezzi, 2017; Ríos-Hernández, 2009). Por alfabetización en salud mental (ASM) entendemos el “conocimiento y creencias sobre los trastornos mentales que ayudan a su reconocimiento, manejo o prevención” (Jorm et al., 1997, p. 182). Así, una campaña de ASM debe enseñarle a la población sobre temas de salud mental, concientizando sobre actitudes en torno al estigma y entregando estrategias que faciliten la búsqueda de ayuda (Kutcher et al., 2016; Pawluk & Zolezzi, 2017; Ríos-Hernández, 2009; Torres-Cubeiro, 2016). Asimismo, las campañas que promueven la discusión activa, presentación de casos reales y consejos personales, con intervenciones bien definidas, tienden a tener mayor alcance en la población (López et al. 2008; Restrepo-Escobar & Sepúlveda-Cardona, 2021; Saha et al., 2019).

Las redes sociales (RRSS) son parte de la cotidianeidad de muchas personas y su uso en general ha ido en aumento (Statista Research Department, 2022), aún más debido a la pandemia, ya que este fenómeno conllevó un aislamiento y separación física que se pudo suplir en cierto grado gracias a la cercanía virtual (Lilitsa et al., 2020). Con el aumento de la popularidad de las RRSS, también aumenta su capacidad como plataforma para educar, promover, investigar, ofrecer servicios y productos, entre otras (Bardus et al., 2019).. Para los efectos del presente trabajo, lo esencial reside en la observación de la capacidad de utilizar las RRSS como plataforma psicoeducativa. De hecho, se ha observado un aumento de campañas de salud mental en RRSS desde 2012 y un aparente efecto positivo de la mayoría (Booth, et al., 2018).

Considerando lo anterior, las RRSS son un medio de comunicación que permite a las personas participar activamente en el proceso de interacción, constituyéndose como una fuente poderosa de influencia social con la capacidad de ayudar a las personas a formar opiniones y modificar actitudes y creencias (Sampogna et al., 2017). En consecuencia, en los últimos años, un uso más desarrollado de las RRSS para mejorar la salud mental ha sido a través de la sensibilización, la divulgación y la previsión de tendencias (Saha et al., 2019). Si bien el acceso a ellas es más limitado en personas mayores, menos educadas y con ingresos más bajos (Jorm, 2012), en la actualidad gran parte de la población tiene Internet y está presente en las RRSS; por lo que esta plataforma tiene la capacidad de llegar a grandes comunidades de manera rápida, económica y con poco esfuerzo (Saha et al., 2019). Así, las intervenciones de Internet tienen el potencial de reducir las desigualdades en salud (Jorm, 2012).

Las campañas de ASM en varios países han demostrado resultados significativos en la mejora del conocimiento sobre salud mental (Pawluk & Zolezzi, 2017). A nivel internacional, la campaña social “In One Voice”, se propuso el objetivo de que la gente apoyara a sus seres queridos con problemas de salud mental eliminando estigma, generando concientización y motivándolos a buscar ayuda. El análisis de esta campaña demostró que se lograron gran parte de sus objetivos, pero no eliminó totalmente el estigma social hacia las personas con trastornos mentales ni en el distanciamiento social hacia ellos (Livingston et al., 2013). Asimismo, campañas de marketing social como Time to Change y Bell Let’s Talk que emplearon activamente las RRSS se asociaron a actitudes más positivas hacia las personas con enfermedades mentales y que las RRSS representaron una forma importante de comunicar y difundir información sobre las campañas (Sampogna et al., 2017), siendo estas plataformas prometedoras para cambiar los comportamientos de los usuarios junto con ser efectivas para motivar a los usuarios a tomar pequeños pasos (Jorm, 2012) en pos de su bienestar psicológico.

Por otro lado, también es de gran interés observar cómo funciona la psicoeducación en páginas web; ya que gran parte del producto del presente trabajo también será expuesto por este medio. Soto y Franco (2014) hicieron un estudio sobre

PsicoED, una página web para psicoeducar sobre la esquizofrenia, que tenía como público objetivo a las personas diagnosticadas, sus familiares e incluso sus comunidades. Ellos observaron que esta página se mostró como más cómoda que la psicoeducación tradicional (en una sesión con un psicólogo o psiquiatra), siendo, al menos, igual de efectiva y mostrándose accesible a una mayor población.

A nivel nacional, hay poca información sobre los efectos de las campañas ASM, a excepción de aquellas relacionadas con el consumo problemático de sustancias, las cuales se han mostrado como reduccionistas y prohibicionistas sobre el tema que empeora su comprensión (Sola-Morales & Quiroz, 2019). Sin embargo, existen nuevas campañas masivas en las RRSS, fomentando la interacción con las personas presentes en RRSS a través del uso de hashtags: #QuéTantoSabes de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) que busca lograr que los jóvenes puedan vivir su sexualidad plena y saludablemente (OPS, 2021); #InfluenciaLoBueno del Gobierno de Chile (GOB) que busca fomentar el buen trato en RRSS, concientizando sobre las repercusiones que genera el ciberacoso y entregando información para enfrentar dicho fenómeno enseñando sobre prevención, atención y denuncia (GOB, s.f); #CuarentenaPositiva del Servicio Nacional para la Prevención y Rehabilitación del Consumo de Drogas y Alcohol (SENDA) que incentiva conductas saludables usando consejos concretos y prácticos para mejorar la convivencia dentro de las familias (SENDA, s.f.); y #Conversemos de la Universidad de Chile (UCH) que busca difundir la importancia de cuidar la salud mental, generando espacios para compartir las experiencias en pandemia y dando recomendaciones para cuidar la salud mental modificando conductas cotidianas (UCH, s.f.).

Durante el año 2021, se llevó a cabo como Trabajo de Grado para optar al grado académico de Magíster en Psicología Clínica de la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC), una intervención psicoeducativa en respuesta a la problemática en salud mental acaecida durante la pandemia de COVID-19, centrándose en usuarios del transporte público en la ciudad de Santiago de Chile. El objetivo de este proyecto fue la implementación de una campaña de psicoeducación masiva y de fácil acceso centrada en cuatro temáticas particulares –depresión, inteligencia emocional, prevención del suicidio

y manejo del estrés– (Álvarez, 2021; PsiConecta, s.f.). El producto final consistió en varios clips de videos promocionales que se expusieron en dependencias del Metro de Santiago y una página exclusiva para esta campaña (psiconecta.cl). Entre la información difundida en la campaña, se entregaron datos de instituciones a las cuales acudir en caso de ser necesario; lo que no solo sirvió como una intervención psicoeducativa, sino también como una estrategia enmarcada en la promoción y prevención de salud mental.

De esta intervención, se lograron recabar datos asociados a la campaña del propio sitio web, que logró un total de 33.240 visitas, con un 81,9% de usuarios nuevos. Considerando las estimaciones de Google, las mujeres fueron el público que más accedió a la información a través de este medio con un 78,2%, de los segmentos 45-54 años (26,14%) y 55-64 años (19,42%). El medio por el cual accedieron a la campaña, arrojó un 93,25% de usuarios que lo hicieron a través de un dispositivo móvil. Desde el punto de vista del origen de los usuarios, el 85.9% llegó a la página a través de tráfico directo (marcando la URL o el código QR o por campaña pagada), seguido por el tráfico desde búsqueda orgánica (7,3%) y redes sociales sin pago (3,1%). Con respecto al contenido visitado, las páginas más visitadas fueron “Manejo de las emociones”, seguido de “Manejo del Estrés” y “Suicidio”. Sobre la revisión de material psicoeducativo en video, Youtube reportó un total de 5,051 visualizaciones de los distintos videos de la campaña. Por último, el tiempo promedio de visualización fue de 1:18 minutos, completando un total de aproximadamente 111 horas de visualización para el canal. Los videos mostraron un buen engagement, con un 70% de usuarios en promedio viendo el video hasta el final.

Habilidades parentales

Las habilidades parentales han sido un tema muy discutido, habiendo material en internet que habla de lo que es ser un “buen padre o madre”. Ante tanta información, es difícil acotar el concepto de habilidades parentales a un cierto grupo de habilidades, pero se intentará hacerlo de la mejor manera posible. Antes de comenzar, es importante señalar que, si bien se habla de habilidades parentales, actualmente las familias se están componiendo de distintas formas, por lo que no siempre son los padres los cuidadores

principales. Es por esto, que estas habilidades están dirigidas a los cuidadores principales: aquellos adultos que se encargan de satisfacer las necesidades principales de NNA, así como el principal encargado de su desarrollo en las distintas áreas, como la social, la académica, la emocional. Dentro del término “cuidadores principales” se pueden encontrar padres biológicos, adoptivos, abuelos, etc.

Para entender los distintos componentes las habilidades parentales, tendremos en cuenta la teoría del Apego (Bowlby, 1969) y la teoría ecosistémica del desarrollo humano (Bronfenbrenner, 1987), ya que el apego es la base del vínculo entre el cuidador principal y el NNA y ya que la teoría ecosistémica de Bronfenbrenner ayuda a entender cómo se relacionan las distintas áreas que afectan en general a la vida de un NNA. El concepto habilidades parentales puede ser definido como aquellas competencias que se enfocan en desarrollar un estilo de apego seguro y un desarrollo general adecuado, incluyendo cuatro áreas de habilidades: habilidades vinculares (promueven un estilo de apego seguro y un desarrollo socioemocional saludable), formativas (favorecen el desarrollo, aprendizaje y socialización), protectoras (cuidar y proteger adecuadamente, proveer y garantizar la satisfacción de necesidades y derechos físicos, emocionales y sexuales) y reflexivas (capacidad de evaluar la propia parentalidad, comparando las prácticas actuales con el desarrollo del NNA) (Gómez y Muñoz, 2014). Las habilidades parentales que se abarcarán en este proyecto son: la sensibilidad vincular (observar, interpretar y responder adecuadamente a las señales de necesidad del NNA, en el momento adecuado), dar una base segura (la cual permite al niño o niña explorar sabiendo que puede volver a sus padres y será bien recibido), lenguaje mentalizante (lenguaje que transmite información propia del mundo emocional y mental), vínculo reparador (la capacidad de reparar daños que se puedan hacer al NNA) y autorreflexión (la capacidad de reconocer cuándo efectos externos están perjudicando sus competencias parentales) (JUNJI, 2018). Entonces se puede resumir que las habilidades parentales son aquellas habilidades que promueven tanto el cuidado, apoyo, relación y desarrollo del NNA, como la capacidad de auto reflexionar sobre las propias habilidades y estado de salud mental del cuidador principal.

Dentro del contexto de la pandemia COVID-19, se observó que los niveles de estrés ligado a la parentalidad, o “burnout parental”, aumentaron considerablemente, afectando tanto a la salud mental de los cuidadores principales, como la de los NNA (Aguiar et al., 2021, Beiming, et al., 2021). Se observó que este estrés afectó a distintas áreas de la salud mental de los NNA (Hildebrant, et al., 2022), como problemas en la regulación emocional (Beiming, et al., 2021) entre otros. Teniendo eso en mente, se observa que el estrés impacta negativamente en la salud y las habilidades parentales de los cuidadores principales de NNA y que el contexto de pandemia COVID-19 ha aumentado los niveles de estrés en padres y empeorado la calidad de salud mental de los NNA.

Efectos de las habilidades parentales

Las habilidades parentales afectan directa e indirectamente al desarrollo de NNA, observando que distintos estudios comprueban el efecto de distintas habilidades parentales en distintas áreas de desarrollo de los NNA. Teniendo en mente que las habilidades parentales son las herramientas que utilizan los cuidadores al relacionarse con los menores bajo su cuidado, algunas de las áreas que son directamente afectadas por las interacciones NNA-cuidador son el manejo emocional, el desarrollo cognitivo, el desarrollo del lenguaje, la calidad de la autoestima, las habilidades resolutivas, la tolerancia a la frustración, el manejo de la conducta y las habilidades sociales (CEDJE, 2014-2021).

Se ha observado que la sensibilidad vincular es un gran factor respecto a la calidad de apego entre el cuidador y el NNA (Olhaberry et al, 2015). Respecto al apego, tiene unos efectos importantes en NNA, siendo asociados los tipos de apego inseguros con distintos malestares, patologías y problemas o dificultades en la conducta, desarrollo y desenvolvimiento de una persona, así como los beneficios para la conducta, desarrollo y desenvolvimiento de una persona gracias a un apego seguro (Garrido, et. al, 2015).

Según lo anterior, podemos observar que las habilidades parentales afectan en distintas áreas de los NNA, por lo que es importante que todos los cuidadores principales tengan acceso a información adecuada que les apoye a conocer las habilidades más

necesarias, pero también que sepan que gran parte de cuidar a los NNA depende de que ellos mismos estén con una buena salud mental. Es por esto que se propone realizar una campaña por distintos medios para promover y psicoeducar de las habilidades parentales.

Objetivos

Objetivo general:

- Contribuir al desarrollo de habilidades parentales de cuidadores principales de NNA en Chile

Objetivos específicos:

1. Psicoeducar sobre las habilidades parentales en general por medio de una campaña en redes sociales, intervenciones urbanas y material de página web, utilizando material audiovisual
2. Psicoeducar sobre las habilidades parentales de: base segura, sensibilidad vincular y autorreflexión
3. Psicoeducar sobre el autocuidado en el contexto del cuidado de NNA
4. Psicoeducar sobre la posibilidad de cometer errores en la parentalidad sin que esto determine la calidad de cuidador que es.

Metodología

Campaña Psicoeducativa 2021.

Tal como se mencionó previamente, el presente proyecto se enmarca como una continuación de la campaña de intervención psicoeducativa *¡Cuida tu Salud Mental!*, realizada durante el año 2021. Ésta comenzó el objetivo que se continua este año, pero abordando las temáticas de depresión, inteligencia emocional, suicidio y manejo del estrés. Para ello, produjeron distintos productos; dos clips de vídeos de diez segundos para Massiva y 30 segundos para MetroTV, los cuales se exponían en los espacios de Metro con “carácter meramente promocional y el contenido psicoeducativo de cada tema, quedaría en su totalidad alojado en una página web dedicada exclusivamente a la campaña” (p. xxii, Álvarez, 2021), con un lenguaje y formato simple, que permitiera la comprensión de todo público. También se definió elementos como la paleta de colores a utilizar y el personaje símbolo de la campaña, que devino en un animal: la suricata, debido a su actitud colaborativa y su comunidad de apoyo, mascota que se mantiene en este proyecto. Asimismo, se elaboraron guiones de los clips promocionales y escritos psicoeducativos de cada temática, los cuales fueron revisados por distintos profesionales antes de ser publicados. También se llevó a cabo una difusión de la campaña a través de redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram).

El presente trabajo constituye una continuación de la campaña psicoeducativa recién presentada, por lo que hay diversos aspectos en común entre las versiones 2021 y 2022; uno de ellos siendo la metodología, que fue en gran parte inspirada por los informes de los postulantes al Grado de Magíster 2021 (Álvarez, 2021), como también aspectos referidos al diseño de la campaña y la forma en la que se pretende difundir la información. Ahora bien, uno de los aspectos que cambió refiere a los temas escogidos para la campaña de este año, que se enmarcan en las relaciones interpersonales. Durante el mes de mayo se realizó una reunión con representantes de Metro de Santiago para evaluar la campaña 2021, teniendo como resultado una evaluación positiva, que promovió la idea de continuar realizando intervenciones en temáticas de salud mental como gran paraguas para abordar

nuevas temáticas. Éstas fueron expuestas en dicha reunión, detallando que también se desarrollan en el contexto de un Trabajo de Grado para optar al título de Magíster.

Revisión Bibliográfica

En primer lugar, se llevó a cabo una búsqueda bibliográfica a través de diversos buscadores académicos, tales como EBSCO host, ProQuest y Google Scholar. Se utilizaron las palabras clave: “habilidades parentales”, “estrés parental”, “burnout parental”, “campañas AND (habilidades parentales OR estrés parental)”, tanto en español como inglés para encontrar la mayor cantidad de información pertinente posible. Para la construcción del marco teórico sobre psicoeducación, se utilizaron palabras claves como “Psicoeducación”, “Campañas de Psicoeducación”, “Campañas Masivas en Salud Mental”, “Redes Sociales”, “Redes Sociales AND Salud Mental”, “Prevención y Promoción en Salud Mental”. Los criterios de selección de la literatura fueron los siguientes: (1) la actualidad de la información, (2) relevancia de la información y (3) pertinencia de la información. Como resultado: (1) en general no se utilizaron fuentes bibliográficas con más de 10 años desde su publicación; exceptuando literatura y autores clásicos de la temática o la falta de evidencia más actualizada, (2) la información se consideró relevante en la medida en que provenía de fuentes oficiales encontradas en Google tales como el MINSAL, la OMS, Unicef, entre otras; como también revistas dedicadas a la temática de salud mental y (3) la información se consideró pertinente en cuanto se ajustaba al contexto chileno, a la población objetivo de cuidadores principales de NNA y a campañas de salud mental difundidas en espacios tales como los de transporte y RRSS.

Instituciones Asociadas

En el desarrollo del presente proyecto, tienen una participación relevante cuatro instituciones orientadas al trabajo académico, investigación y difusión de información en el campo de la psicología.

En primer lugar, la **Fundación PsiConecta** es una organización que tiene por objetivo difundir contenidos e iniciativas para promover la salud mental, que se encuentra asociada con diversas instituciones académicas; tales como el Colegio Médico, La Sociedad Chilena de Psicología Clínica, Universidad de Chile, Pontificia Universidad Católica de Chile, Centro de Estudios en Primera Infancia, Instituto MIDAP y el Núcleo Milenio IMHAY. Esta fundación y sus profesionales impulsaron la campaña *¡Cuida tu Salud Mental!* del año pasado, detallada en el primer apartado de metodología; y ahora gestan la segunda versión del presente proyecto, proponiendo la idea de realizar una intervención psicoeducativa en espacios de transporte público y RRSS, referente a diversas temáticas relevantes sobre salud mental en la sociedad actual. La Fundación ha realizado diversos aportes en el desarrollo y diseño del proyecto, desde la coordinación del equipo de tesistas del Magíster en Psicología Clínica de la EPUC a cargo de la profesora Paula Errázuriz Arellano (Ph. D); la coordinación del financiamiento del proyecto y otras instituciones asociadas; y el almacenamiento y difusión del material psicoeducativo construido en sus plataformas digitales (psiconecta.cl).

En segundo lugar, el **Instituto Milenio para la Investigación en Depresión y Personalidad (MIDAP)** también ha sido una institución importante en la participación del proyecto. A partir de las gestiones de la institución PsiConecta, está siendo posible coordinar con MIDAP las postulaciones a fondos concursables para la investigación y desarrollo de proyectos orientados a la prevención de la depresión. Respecto del presente trabajo, se ha coordinado con MIDAP la gestión de fondos que permitirían financiar este proyecto y actualmente se está a la espera de éste. Asimismo, los académicos e investigadores de MIDAP revisarán el material psicoeducativo propuesto, y también lo difundirán en sus plataformas y RRSS.

En tercer lugar, la **Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC)** también ha sido un agente colaborador importante. Por un lado, se espera que preste su apoyo desde el área de comunicaciones, a partir de la difusión de la campaña a través de las RRSS de la Universidad, tal como lo hizo con la versión anterior de esta campaña; como también desde los académicos de la Escuela de Psicología (EPUC). Es relevante señalar que esta

iniciativa se enmarca en el contexto del Proyecto de Grado para optar al título de Magíster en Psicología Clínica. Dado lo anterior, los estudiantes miembros del equipo de trabajo han contado con el apoyo y supervisión constante de los profesores de la Escuela.

Finalmente, es importante mencionar que la empresa **Metro de Santiago**, que es el principal medio de transporte de la ciudad de Santiago de Chile, también se ha hecho presente en el desarrollo del trabajo a través de la supervisión del desarrollo del producto, la realización de sugerencias y la facilitación de sus medios publicitarios y RRSS para la difusión de la campaña psicoeducativa.

Gestión de la Campaña

La construcción de la presente campaña durante el año 2022 retomó los lineamientos de la campaña del 2021. Se revisaron las acciones realizadas, el público objetivo alcanzado y se analizaron los aspectos que funcionaron –y que por lo tanto se planean mantener– como también los aspectos a mejorar o cambiar. Así, se re-contactaron a los múltiples actores que participaron de la campaña anterior para contar nuevamente con su apoyo; y se decidió conservar diversos aspectos referidos al diseño de ésta; tales como la paleta de colores empleada, el tipo de animación utilizado y la figura de la suricata, que funciona como símbolo de la campaña. Respecto a lo anterior, ya se contaba con que Metro de Santiago difundiría la información psicoeducativa en forma de vídeos cortos en las pantallas de las estaciones de metro con un código QR, que permiten ir a la página web creada por PsiConecta, en la que se encuentra la versión larga de los vídeos y el material psicoeducativo más detallado. Gracias a aquello, en la primera reunión con el director ejecutivo de PsiConecta, Sebastián Opazo, se pudo llegar a la conclusión de que, para la campaña de este año, además de estos vídeos cortos (de 10 y 30 segundos respectivamente), se abogaría por posicionar algunos afiches grandes en estaciones de Metro concurridas, para que las personas tuvieran más tiempo para escanear el código QR y detenerse a ver de qué se trata el proyecto. Asimismo, se decidió que para la construcción de la campaña de 2022 la presencia en RRSS será mayor; para lo cual se decidió destinar parte importante del presupuesto en aquello; dado que el análisis de la campaña 2021 dio

cuenta de que la mayoría de las personas que revisaron la página web –en la cual se encuentra la información más detallada– venían de las redes sociales; por lo que se espera que una mayor presencia en éstas aumente el tráfico hacia el sitio web.

Elaboración del Producto

Como ya se mencionó, el producto del presente Trabajo de Grado se enmarca en una campaña de psicoeducación a escala masiva que sigue los lineamientos de la campaña *¡Cuida tu Salud Mental!* realizada durante el año pasado (2021), con diferentes temáticas referidas a la salud mental. En su fase inicial, este proyecto consistió en la planificación del proyecto a partir de reuniones semanales entre la profesora guía y el equipo de tesistas, y la recolección de literatura sobre el tema específico a tratar. Hay diversos aspectos sobre el producto que se guiaron a partir de lo realizado en la campaña del año 2021.

El siguiente paso correspondiente a la elaboración del producto fue el desarrollo de la propuesta de campaña, que fue revisada por los diferentes actores involucrados en este proyecto. Así, además de la supervisión y revisión continua de la profesora guía de la EPUC, la propuesta de campaña también debió ser revisada por MIDAP y Metro de Santiago. Luego de aquello, se hicieron las correcciones pertinentes hasta que fue aprobado por los diferentes actores e instituciones participantes. Una vez aprobada la propuesta de campaña, MIDAP nos ayudó a postular a fondos concursables que permitió financiar la campaña.

Ya una vez conseguidos los fondos para financiar la campaña, se empezó con la elaboración del producto propiamente tal; comenzando por el desarrollo de los guiones de los vídeos para las campañas de Metro de Santiago y en la página web de PsiConecta. Luego de aquello, dichos guiones pasaron por un proceso de revisión y corrección por MIDAP y Metro de Santiago, antes de ser finalmente entregados para su difusión. Respecto a estos guiones, y como se señaló anteriormente, hay aspectos del diseño de los vídeos que se mantuvieron; tales como la paleta de colores (que es de tonos pasteles), el tipo de animación y la figura de la suricata como símbolo de la campaña. Es relevante mencionar que el equipo de postulantes al Magíster 2021 optó por una paleta de 4 colores pasteles, dado que la idea era que cada color representara uno de los temas presentes en la campaña (Álvarez, 2021). Asimismo, la elección de una figura símbolo se pensó a modo de “tener un personaje que representara la identidad de la campaña, apelando a la preocupación por la propia salud mental y la de otros” (p. xxv), y la razón de que fuera

una suricata radicó en “la pose de alerta que colocan al vigilar sus hogares, y la importancia que tiene para ellos la vida en comunidad y el cuidado mutuo” (p. xxv). Ahora bien, para el equipo de postulantes al Magíster 2022, la suricata se mantiene como símbolo para darle continuación a la campaña, y además porque tiene rasgos universales que no distinguen por etnia o género; lo que permite una mayor identificación de la población con el personaje, dado que el objetivo del proyecto es que la mayor cantidad de personas se vea compelida a revisar el material psicoeducativo.

Ahora bien, el último paso correspondió a la creación de infografías para RRSS, que también debieron someterse a la revisión y posterior corrección de las instituciones mencionadas anteriormente: MIDAP y Metro de Santiago. Para evaluar la campaña se planean utilizar diferentes métricas. Respecto a las referidas para el sitio web (psiconecta.cl) -que es donde se encuentran los videos más largos y la información psicoeducativa detallada- las métricas corresponden a la cantidad de visitas a éste, el tipo de personas que visita el sitio web (especificado por edad y género), los medios por los cuales se accedieron a la campaña (dispositivos móviles, computadores, entre otros) y el origen de los usuarios que revisó la página web (marcando la URL, por código QR, por campaña pagada, por búsqueda orgánica y/o por redes sociales sin pago). Ahora bien, respecto al contenido visitado, las métricas refieren a cuáles fueron los temas más vistos, el total de visualizaciones de los videos en YouTube, el tiempo promedio de aquellas visualizaciones y el engagement de los usuarios; que se mide a partir del porcentaje de los visitantes totales que vieron el video hasta el final. Se planea comparar estas métricas con las del año pasado, y se espera superarlas; especialmente a lo que refiere al tipo de personas que visita el sitio web, dado que para la campaña 2021 más de la mitad del público fueron mujeres que se encontraban entre los 45 y los 64 años de edad.

Una vez formado el equipo del proyecto, el primer paso que se dio fue la selección de la temática general y de las 4 temáticas específicas. De las temáticas propuestas inicialmente, se decidió tomar como temática general la de las relaciones interpersonales, ya que es una temática que toma peso actualmente en el periodo post pandemia COVID-19 con la vuelta a la presencialidad y las actividades sociales. Cada estudiante eligió su

temática específica las cuales, tal como se mencionó anteriormente, son: relaciones sexoafectivas, convivencia escolar (específica a la relación entre cuidadores principales y las instituciones educacionales), relaciones interpersonales en el contexto laboral y habilidades parentales. Se decidió que este año, se realizaría un video de 10 segundos y uno de 30 segundos, ambos de carácter más promocional para llamar la atención y promover que se visite la página web. También dos videos de un minuto y medio de duración para cada temática en los cuales cada alumno decide como dividirlos. En el caso de las habilidades parentales, el primer video es sobre “¿qué son las habilidades parentales?”, mientras que el segundo presenta y explica brevemente las 4 habilidades parentales anteriormente discutidas (base segura, sensibilidad vincular, autorreflexión y autocuidado).

Ya decidido el formato del proyecto, el límite de tiempo y la información que se deseaba exponer, se desarrolló un primer guion para cada video. Ambos fueron revizados por una serie de profesionales e intuiciones. En primer lugar, se revisaron todos los guiones de forma grupal con todos los temas del proyecto, junto a la profesora Guía Paula Errazuriz y el coordinador de la campaña Sebastián Opazo, Psicólogo Pontificia Universidad Católica de Chile, director ejecutivo de fundación PsiConecta. Luego, los guiones específicos de habilidades parentales fueron presentados a una serie de colegas de la psicología clínica (principalmente infanto juvenil) para revisar la calidad y la relevancia de la información expuesta, así como que sea un lenguaje adecuado. Las profesionales que revisaron los guiones fueron: Verónica Bagladi, Psicóloga Pontificia Universidad Católica de Chile, Doctora en Psicología Clínica Universidad Nacional de San Luis, República Argentina, Sub Directora Instituto Chileno de Psicoterapia Integrativa y Directora Consultorios CONPER ICPSI; Alejandra Olivares, Psicóloga clínica Universidad Santo Tomás, especialista en psicoterapia integrativa EIS Infanto-Juvenil, Instituto Chileno de Psicoterapia Integrativa (ICPSI); Karla Retamal, Psicóloga clínica Pontificia Universidad Católica de Chile, Especialista en psicoterapia integrativa, Instituto Chileno de Psicoterapia Integrativa (ICPSI); y María Pía Santelices, psicóloga clínica Universidad de Chile, Doctora en psicología y psicopatología clínica Université

Lumiere Lyon 2, Francia, profesora titular de la EPUC. Una vez evaluado por profesionales de la psicología, los guiones generales y específicos fueron enviados a las instituciones de MIDAP y Metro de Santiago para que fueran revisados y aprobados.

El guion final de ambos videos, después de todas las revisiones, es el siguiente:

Video 1 ¿Qué son las habilidades parentales?

Si estás a cargo de niño/as pequeño/as, es probable que alguna vez sientas que pudiste actuar de otra forma o que no sabes qué hacer en ciertas situaciones. **Calma...**, esto es esperable y es probable que pase de nuevo, pero es importante confiar en nosotros como cuidadores y aspirar a mejorar.

Cuidar a niños, niñas y adolescentes es una labor difícil y puede ser agotadora, incluso causándonos estrés. Para entender esto de mejor manera, aquí hablaremos de las **habilidades parentales**, que son las **herramientas** que un adulto utiliza para responder a las **necesidades de los niños/as, generar vínculos, ayudar a reflexionar y a desarrollarse**. Estas se pueden resumir en cuatro tipos: las **Vinculares**, las **Formativas**, las **Protectoras** y las **Reflexivas**.

Las habilidades vinculares son aquellas habilidades relacionadas con generar **confianza y vínculos**, así como el **desarrollo social y emocional** del niño o adolescente.

Las habilidades formativas son las herramientas utilizadas para apoyar el **aprendizaje, desarrollo y socialización** de los niños.

Las habilidades protectoras son las capacidades para **cuidar y proteger** a los niños (a nuestro cargo) de manera adecuada, así como **satisfacer** sus necesidades básicas y su **integridad** física y emocional.

Por último, las habilidades reflexivas son aquellas dedicadas a pensar en cómo nuestras emociones y conductas afectan al cuidado del menor de edad, también de **reflexionar** si lo que hacemos es lo adecuado o **cómo podemos mejorar**.

Video 2 Algunas Habilidades Parentales

De las cuatro categorías, podemos mencionar algunas habilidades específicas que nos pueden ayudar.

Recordemos que es importante **cuidarnos a nosotros mismos**, porque permite estar bien uno mismo y para los niños, niñas y adolescentes bajo nuestro cuidado. Mientras mejor estemos, mejor podremos cuidarlos.

Como primer paso está el generar una **base segura**. ¿Cómo? Dando seguridad de que si se equivocan o sucede algo, **estamos aquí para protegerles y quererles**. Te invitamos a observar, pero solo **intervenir si te lo piden o si es necesario**.

En segundo lugar, es importante **observar** las necesidades de los niños, **interpretarlas** adecuadamente para poder **actuar** de forma óptima y en el momento oportuno. Observa las señales del niño/a para saber qué es lo que necesita y ayúdale a expresarlo. Si un niño llora ¿por qué lo hace? ¿Qué intenta comunicar?

También es importante darnos cuenta de **que nuestras reacciones influyen** en los niños. Si yo me enojo y exploto, ¿cómo les afecta? Pueden aprender a explotar también. Entonces intenta darte cuenta de que estás enojado y exprésalo de forma adecuada.

Por último, es muy importante tener empatía con los niños, pensar qué es **lo mejor para ellos y ponernos en su lugar** “¿Qué necesidad hay detrás de su conducta?”.

¡Conozcamos más a nuestros NNA y formas de cuidarnos entre todos!

Si sientes que necesitas más apoyo como cuidador, puedes consultar a un profesional, como un psicólogo, trabajador social o pediatra.

Producto final

Con el guion final, se envió la información a la compañía encargada de realizar los videos con el guion e instrucciones de cómo debe ser el video. Estas instrucciones debían ser evaluadas ya que algunas no eran posibles de hacer, por lo que ellos hacían cambios, nos enviaban un prototipo, nosotros les dábamos indicaciones para cambiar o arreglar distintos aspectos y luego se realizaba la versión final de todos los videos. La primera

versión que recibimos fueron archivos de audio con la locutora. Una vez se dieron las correcciones y eso fue arreglado, mandaron un archivo estilo presentación PowerPoint con la cual mostraban las distintas imágenes que estarían en el video, pero sin animación. Finalmente, se nos enviaron los videos con las animaciones para una última ronda de indicaciones tras el cuál se nos envió la versión final de cada video. Este proceso se repitió con pequeñas variaciones en cada temática, pero ahora nos enfocaremos en la temática correspondiente a este trabajo.

El producto final de este proyecto consiste en:

- (a) Un video promocional de 10 segundos en el que se presenta la problemática de relaciones interpersonales y e invita a visitar la campaña.
- (b) Un video promocional de 30 segundos en el que se presentan preguntas respecto
- (c) Página web oficial
- (d) Dos videos psicoeducativos sobre lo que son las habilidades parentales y algunas habilidades parentales importantes, expuesto de forma sencilla y llamativa.
- (e) Escritos psicoeducativos con una información casi idéntica a los videos, pero expuesto más para complementar los videos en caso de querer leer la información.

El producto final (a), (b) y (c) son generales para toda la campaña, mientras que los (d) y (e) son específicos para la temática de este trabajo.

(a) Video promocional de 10 segundos

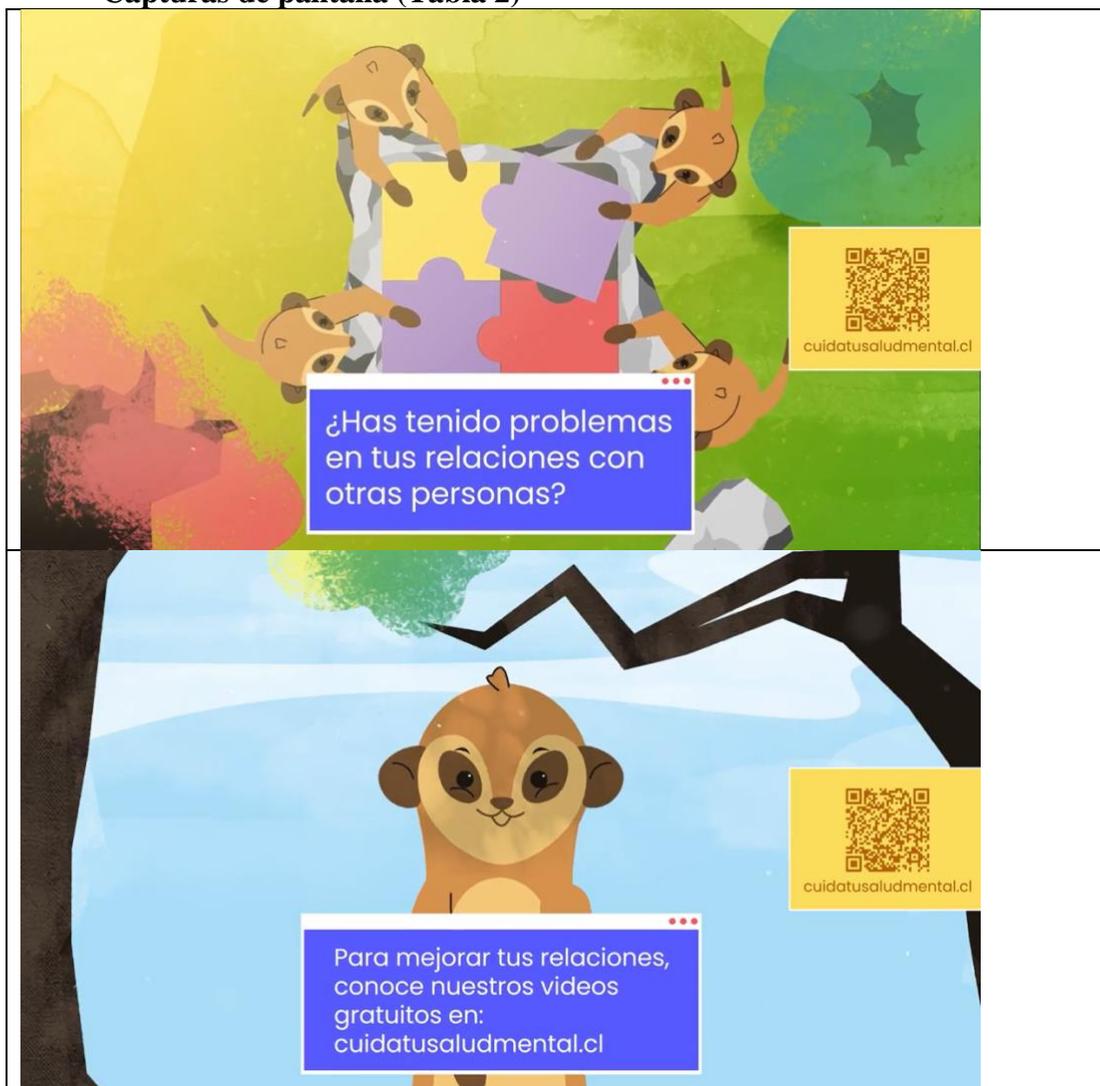
Descripción: video promocional que se está exhibiendo en MetroTV y redes sociales, invitando a los usuarios a conocer la campaña, haciendo énfasis en la importancia de las relaciones interpersonales.

Guion (Tabla 1)

Descripción del texto en voz alta	Descripción de la imagen
<p>¿Has tenido problemas en tus relaciones con otras personas?</p>	<p>Grupo de cuatro suricatas tratan de armar un puzle, pero la pieza de una de ellas no calza (es de otro color y forma).</p> 
<p>Para mejorar tus relaciones, conoce nuestros videos gratuitos en cuidatusaludmental.cl</p>	<p>Suricata viendo video en su teléfono (yendo a presionar símbolo de círculo con triángulo en pantalla). Se le prende una ampolleta sobre la cabeza.</p> 

Texto: www.cuidatusaludmental.cl

Capturas de pantalla (Tabla 2)



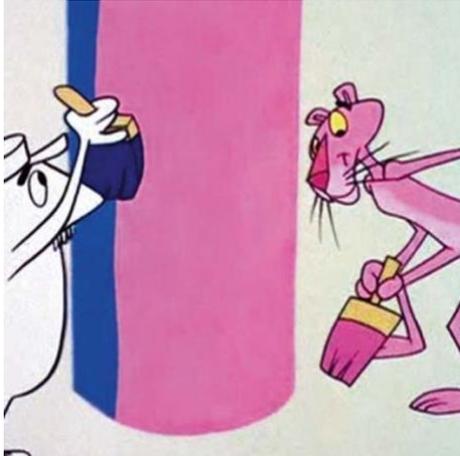


(b) Video promocional de 30 segundos

Descripción: video promocional que se exhibirá en MetroTV y redes sociales, invitando a los usuarios a conocer la campaña, exponiendo dudas sobre problemas en los cuatro tipos de relaciones interpersonales de la campaña.

Guion (Tabla 3)

Durante todo el video	Código QR
¿Has tenido problemas de pareja?	<p>2 suricatas en la sábana frente a frente. Una suricata tratando de hablarle a otra suricata (con globito de hablar sobre la cabeza). La otra de brazos cruzados evitando la mirada. (Importante que ambas se vean neutras en cuanto al género).</p> 

<p>¿Es desafiante la relación con tus hijos o hijas?</p>	<p>Suricata adulta agobiada (con manos en la cabeza) mirando a una suricata pequeña haciendo pataleta en el suelo (patalea y mueve brazos). De fondo un stand que sugiere supermercado. La suricata adulta tiene un globo de pensamiento arriba de su cabeza con un emoji de mamadera, uno de frío y otro de abrazo, todo dentro de signos de interrogación. Suricata pequeña con globo de pensamiento arriba de su cabeza con un emoji de mamadera.</p>
<p>¿Te cuesta relacionarte con personas en tu trabajo?</p>	<p>Dos suricatas pintando de distinto color el mismo lugar sin notar lo que hace el otro. (dos suricatas se acercan pintando de colores distintos la misma muralla. Al encontrarse se miran con cara de pregunta y molestia).</p> 
<p>¿Quieres ayudar a tus hijos e hijas a pasarlo mejor en el colegio?</p>	<p>Grupo de suricatas pequeñas jugando a saltar la cuerda en el patio del colegio de fondo. Una suricata triste y aislada en primer plano</p> 



(que atrás en vez de los 3 niños sentados en la mesa, estén saltando la cuerda)

Para mejorar tus relaciones, conoce nuestros videos gratuitos en cuidatusaludmental.cl

Suricata viendo video en su teléfono (yendo a presionar símbolo de círculo con triángulo en pantalla). Se le prende una ampolleta sobre la cabeza.



Texto: www.cuidatusaludmental.cl

Texto: www.cuidatusaludmental.cl

Logos de PsiConecta, MIDAP, UC y Metro

Capturas de pantalla (Tabla 4)



(c) Página web oficial

Descripción: interfaz diseñada para la campaña, mostrando principalmente los temas de este año, pero también dando la opción de ver los temas de la campaña anterior. Cuenta con una página principal, una página secundaria para cada tema y un aviso de líneas de ayuda para distintos problemas.

Link de la página oficial: <https://cuidatusaludmental.cl>

Para confirmar la eficacia de las líneas de ayuda, se le consulto a cada una de las líneas si seguían en funcionamiento y que fuera de acceso fácil y eficaz, sin listas de espera o llamadas que se corten.

Capturas de pantalla (Tabla 5)

¡CUIDA TU SALUD MENTAL!



¿ES DESAFIANTE LA RELACIÓN CON TUS HIJOS O HIJAS?

[VER MÁS](#)

¿QUIERES AYUDAR A TUS HIJOS E HIJAS A PASARLO MEJOR EN EL COLEGIO?

[VER MÁS](#)

¿HAS TENIDO PROBLEMAS DE PAREJA?

[VER MÁS](#)

¿TE CUESTA RELACIONARTE CON PERSONAS EN TU TRABAJO?

[VER MÁS](#)



LÍNEAS DE AYUDA

OTROS TEMAS QUE TE PUEDEN INTERESAR

¿TE HAS SENTIDO TRISTE?

[VER MÁS](#)

¿QUÉ HACER CON LAS EMOCIONES?

[VER MÁS](#)

¿SIENTES QUE NADA TIENE SENTIDO?

[VER MÁS](#)

¿TE HAS SENTIDO ESTRAÑADO?

[VER MÁS](#)



LÍNEAS DE AYUDA

x

LÍNEAS DE AYUDA GRATUITA EN CRISIS:

Conoce algunas líneas de ayuda que te pueden servir si no lo estás pasando bien.

- Salud responde (Lunes a domingo, 24 horas): [600 360 7777](tel:6003607777)
- Línea libre (niños, niñas y adolescentes - lunes a sábado de 10:00 a 22:00): [1515](tel:1515)
- App Línea libre (chat): descárgala en [GOOGLE PLAY](#) o [APP STORE](#)
- Correo Línea libre: CONTACTO@LINEALIBRE.CL
- Orientación en violencia contra mujeres (lunes a domingo, 24 horas): [1455](tel:1455) o al whatsapp: [+569 9700 7000](tel:+56997007000)
- Fono Infancia (lunes a viernes de 8:30 a 19:00): [800 200 818](tel:800200818)
- Hablemos de todo (Para jóvenes - lunes a viernes de 11:0 a 20:00, excepto feriados): [HTTPS://HABLEMOSDETODO.INJUV.GOB.CL/CHAT-HABLEMOS-DE-TODO/](https://hablemosdetodo.injuv.gob.cl/chat-hablemos-de-todo/)

(d) Video psicoeducativo “¿Qué son las Habilidades Parentales?”

Descripción: video promocional que se exhibió en MetroTV y redes sociales, invitando a los usuarios a conocer la campaña, exponiendo dudas sobre problemas en los cuatro tipos de relaciones interpersonales de la campaña.

Guion (Tabla 6)

Segundos	Voz en Off	Animación	Imagen de referencia o acotaciones
1-10	Si estás a cargo de niños pequeños, es probable que alguna vez sientas que pudiste actuar de otra forma o que no entiendes lo que le ocurre a tu hijo o hija.	Una Suricata grande y una chica mirándose, la grande tiene globos de pensamiento oscuros	
10-18	Calma..., es esperable y es probable que pase de nuevo, pero es importante confiar en nosotros como cuidadores y nuestra capacidad de mejorar y enmendar nuestros errores.	La suricata grande mira y sonríe a la pequeña	
18-25	Cuidar a niños, niñas y adolescentes es una labor difícil y puede ser agotadora, incluso causándonos estrés.	La suricata pequeña en una roca y grande asustada o nerviosa	

25-45	Para entender esto de mejor manera, aquí hablaremos de las habilidades parentales, que son las herramientas que un adulto utiliza para responder a las necesidades de los niños, generar vínculos, ayudar a reflexionar y a desarrollarse. Estas se pueden resumir en cuatro categorías: las Vinculares, las Formativas, las Protectoras y las Reflexivas.	“Habilidades parentales” en grande, abajo van apareciendo las palabras “vinculares”, “formativas”, “protectoras” y “reflexivas” en la velocidad del audio.	
45-55	Las habilidades vinculares son aquellas habilidades relacionadas con generar confianza y vínculos, así como el desarrollo social y emocional del niño, niña o adolescente.	Abrazo entre suricata grande y pequeña	
55-1:02	Las habilidades formativas son las herramientas utilizadas para apoyar el aprendizaje, desarrollo y socialización de los niños considerando sus necesidades particulares.	Suricata grande y pequeña leyendo un libro	
1:02-1:12	Las habilidades protectoras son las capacidades para cuidar y proteger a los niños de manera adecuada, así como satisfacer sus necesidades básicas y su	Alimentando con mamadera, mirando a los ojos y tocando la cabeza.	

	integridad física y emocional.		
1:27	Por último, las habilidades reflexivas son aquellas dedicadas a pensar en cómo nuestras emociones y conductas afectan al cuidado del menor de edad, también permitiendo imaginar cómo se sienten los niños	Una suricata pensando con un globo de pensamiento y tuercas	

Capturas de pantalla (Tabla 7)

<p>Es probable que alguna vez sientas que pudiste actuar de otra forma</p> 	<p>Es importante confiar en nosotros como cuidadores</p> 
<p>Para entender esto de mejor manera, aquí hablaremos de las habilidades parentales</p>	<p>Habilidades parentales</p> <ul style="list-style-type: none"> VINCULARES FORMATIVAS PROTECTORAS REFLEXIVAS
<p>Habilidades vinculares: relacionadas con generar confianza y vínculos</p> 	<p>Desarrollo social y emocional del niño, niña o adolescente</p> 

(e) Video psicoeducativo “Algunas Habilidades Parentales”

Descripción: video promocional que se exhibirá en MetroTV y redes sociales, invitando a los usuarios a conocer la campaña, exponiendo dudas sobre problemas en los cuatro tipos de relaciones interpersonales de la campaña.

Guion (Tabla 8)

Segundos	Voz en Off	Animación	Imagen de referencia o acotaciones
1-6	En este video mencionaremos algunas habilidades específicas que nos pueden ayudar en nuestro rol de cuidadores.	Una suricata sonriendo	
6-18	Recordemos que es importante cuidarnos a nosotros mismos, porque permite estar bien uno mismo y para los niños, niñas y adolescentes bajo nuestro cuidado. Mientras mejor estemos, mejor podremos cuidarlos.	Suricata meditando	

18-33	<p>Como primer paso está el generar una base segura. ¿Cómo? Dando seguridad de que si se equivocan o sucede algo, estamos aquí para protegerles y quererles. Te invitamos a observar, pero solo intervenir si te lo piden o si es necesario.</p>	<p>Suricata pequeña cruzando piedritas y suricata grande cerca con mano extendida (pero sin tocar)</p>	
33-43	<p>En segundo lugar, es importante observar las necesidades de los niños, interpretarlas adecuadamente para poder actuar de forma óptima y en el momento oportuno.</p>	<p>En grande va apareciendo las palabras “observar”, “interpretar” y “actuar”</p>	
43-52	<p>Observa las señales del niño para saber qué es lo que necesita y ayúdale a expresarlo. Si un niño llora ¿por qué lo hace? ¿Qué intenta comunicar?.</p>	<p>La suricata pequeña llora y la suricata grande tiene dos globos de comunicación, uno con comida y otro con una cama. Ambos con signo de pregunta</p>	

52-1:07	También es importante darnos cuenta de que nuestras reacciones influyen en los niños. Si yo me enojo y exploto, ¿cómo les afecta? Pueden aprender a explotar también. Y si ambos están enojados no estamos en condiciones para lidiar con la situación adecuadamente.	“nuestras reacciones influyen” Suricata grande enojada, y suricata chica detrás haciendo lo mismo. La grande sin ver que la chica se enojó	
1:07-1:18	Por último, es muy importante tener empatía con los niños, pensar qué es lo mejor para ellos y ponernos en su lugar “¿Qué necesidad hay detrás de su conducta?”.	Empatía como título, frase debajo “ponernos en su lugar” y “¿Qué necesidad hay detrás de su conducta?”.	
1:18-1:24	¡Conozcamos más a nuestros niños, niñas y adolescentes y formas de cuidarnos entre todos!	una suricata grande, una mediana y una pequeña felices y abrazadas.	

Capturas de pantalla (Tabla 9)

<p>Habilidades específicas que nos pueden ayudar en nuestro rol de cuidadores</p> 	<p>Recordemos que es fundamental cuidarnos a nosotros mismos</p> 
<p>Observar</p>  <p>Intervenir solo si es necesario</p>	 <p>Observa las señales del niño para saber qué es lo que necesita y ayúdale a expresarlo</p>
<p>Nuestras reacciones influyen en los niños</p> 	<p>¡Conozcamos más a nuestros niños, niñas y adolescentes y las formas de cuidarnos entre todos!</p> 

Discusión

Este proyecto es una continuación de un proyecto que comenzó el año pasado (2021), el cual sigue disponible en la página web, pero apareciendo después de las temáticas de este año. Cabe mencionar que como equipo decidimos seguir con la misión de realizar material de calidad, comprensible y de fácil acceso para ayudar a la salud mental de la población a la que llegue la campaña. Esta vez, siendo el objetivo de crearlo en pos de las relaciones interpersonales. Con mucho esfuerzo se obtuvo la campaña de este año (2022), pero no se pudo evaluar el impacto que tuvo la campaña, ni la opinión o interés que generó en el público. Esto debido a dos razones principales, primero, debido a las limitaciones económicas para poder hacer el análisis de manera adecuada, con una muestra del tamaño adecuada y con procedimientos formales. La segunda razón es más limitante de tiempo, ya que no había tiempo suficiente para lograr hacerlo dentro de las fechas límite de este proyecto.

En el contexto actual, este proyecto adquiere relevancia por ser creado en un periodo donde las relaciones interpersonales se vieron afectadas por la pandemia de COVID-19. Siendo que las relaciones interpersonales son muy importantes para la salud mental (Cohen, 2004). Sin embargo, siguen siendo necesarias más iniciativas de este estilo y de otros estilos, pero en pos del mismo objetivo: brindar apoyo.

En cuanto a la temática específica trabajada en este proyecto, se observa que el nivel de estrés parental aumentó durante la pandemia, el cual está muy relacionado con la capacidad de los cuidadores principales de atender las necesidades de NNA (Aguiar et al., 2021, Beiming, et al., 2021). Es por eso que este proyecto adquiere relevancia por dos puntos diferentes pero conectados. Primero, el dar herramientas para que los cuidadores principales de NNA puedan mejorar sus relaciones con ellos, así mejorando la autoestima de los cuidadores, lo que a su vez mejoraría la salud mental de los NNA. En segundo lugar, aliviando el nivel de estrés que puedan tener a ser “padres perfectos”, ya que se psicoeducar sobre la posibilidad de cometer errores, pero remarcando la importancia de reconocerlos y querer mejorarlos.

Por otro lado, esta temática mantiene su relevancia incluso después del periodo de pandemia y después de las consecuencias psicosociales que esta trajo. Esto debido a que las habilidades parentales son factores muy importantes en el desarrollo emocional, social, comunicativo, cognitivo y desarrollo en general de los NNA (CEDJE, 2014-2021). Por ello, las habilidades parentales trabajadas en este proyecto son atemporales, al menos en base a las investigaciones y el manejo de la información que se tiene actualmente, el cual puede cambiar en el transcurso del tiempo.

Sin embargo, este proyecto no intenta ni logra solucionar todos los problemas ligados a las habilidades parentales. La parentalidad es algo que varía en su dificultad para cada persona y para cada contexto, teniendo en mente que cada individuo y cada grupo familiar es distinto, por lo que las necesidades son distintas. También es importante reconocer que, si bien existen habilidades generales en la parentalidad, decirle a un padre que sea más estricto puede ser beneficioso o dañino, por lo que explicar y recomendar una forma de actuar específica puede ser malinterpretada o puede no ser adecuada para cada persona o grupo familiar. Teniendo eso en mente, esta campaña no reemplaza la labor de un psicólogo o psicóloga clínica, que es quien observa cada caso y tiene en mente sus detalles más específicos y puede evaluar a juicio clínico cuando es mejor dar ciertas recomendaciones.

El resultado de esta iniciativa fueron dos videos promocionales cortos sobre las relaciones interpersonales, dos videos psicoeducativos sobre las habilidades parentales, material escrito y una página web, todo esto en pos de mejorar las relaciones interpersonales, siendo más específico, las relaciones sexoafectivas, la convivencia escolar, las relaciones en el contexto laboral y las relaciones entre cuidadores principales y NNA.

Como aspectos éticos, considero importante mencionar que este producto está al alcance de todo público, y que este público lo puede tomar como guía para mejorar sus relaciones con NNA. Teniendo eso en cuenta, se debió tener cuidado con las palabras utilizadas, que no se den para posibles malinterpretaciones. También es importante tener un mejor producto posible, ya que es un deber como profesional solo otorgar herramientas

de calidad, por lo que el producto fue revisado por expertos y por personas no expertas, para evitar errores de comprensión o contenidos erróneos.

Se observa como limitante de este proyecto el alcance que se tiene, ya que los medios principales de difusión son RRSS y facultades de Metro de Santiago, pero se deja afuera a la población que no utiliza RRSS o que no frecuenta Metro de Santiago, como sería en otras regiones de Chile. También se observa el límite de recursos, ya que es directamente relacionado con el límite de información que podemos entregar y el alcance que puede tener la campaña en sí. En un principio, se iba a destinar recursos a hacer afiches que estarían en las facultades de metro, pero debido al costo asociado a cada uno de los pasos para lograrlo, se tuvo que desechar la idea.

Se espera que este proyecto pueda ser analizado para que se vea su efectividad y su alcance, para así poder repetir la campaña en los años subsiguientes con nuevos temas que abarcar y poco a poco crear contenido de calidad que abarque un mayor número de problemas en la sociedad contemporánea. Para ello es importante que se evalúe la campaña en su totalidad, comparando ambas versiones, con tal de poder mejorar la calidad de las futuras versiones de esta campaña, o para evaluar si tiene un impacto positivo, por ende, observar si es adecuado realizar nuevamente esta campaña.

Referencias

- Aguiar, J., Matias, M., Braz, A., César, F., Coimbra, S., Gaspar, M, y Fontaine, A.(2021). Parental burnout and the COVID-19 pandemic: How Portuguese parents experienced lockdown measures. *Family Relations*, 70(4), 927-938. <https://doi.org/10.1111/fare.12558>
- Álvarez, V. (2021). *Estación Salud Mental. Diseño de una intervención psicoeducativa enfocada en el Manejo del Estrés y Autorregulación Emocional*. [tesis de Magíster, Pontificia Universidad Católica de Chile]. Repositorio UC. <https://repositorio.uc.cl/handle/11534/63185>
- Anwar-McHenry, J., Donovan, R. J., Jalleh, G., & Laws, A. (2012). Impact evaluation of the Act-Belong-Commit mental health promotion campaign. *Journal of Public Mental Health*, 11(4), 186-194. DOI 10.1108/17465721211289365
- Bardus, M., Rassi, R. Y Chanhrou, M. (2020). The use of social media to increase the impact of mental health research: systematic review. *Journal of medical internet research*, 22(7). doi: 10.2196/15607
- Barrientos-Gómez JG, Ángel-Jiménez G., López-Herrera F.E., Caracterización de los servicios de promoción de la salud y prevención de la enfermedad en cuatro instituciones de salud del municipio de medellín, 2015. *Rev Gerenc Polít Salud*. 2017; 16 (33): 60-77. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.rgps16-33.csp>
- Beiming, Y., Bin-Bin, C., Qu, Y., & Yuanfei, Z. (2021). Impacts of Parental Burnout on Chinese Youth's Mental Health: The Role of Parents' Autonomy Support and Emotion Regulation. *Journal of Youth and Adolescence*, 50(8), 1679-1692. <https://doi.org/10.1007/s10964-021-01450-y>
- Booth, R., Allen, B., Bray, K., Li, L. Y Sharfiff, S. (2018). Youth mental health services utilization rates after large-scale social media campaign: population-based interrupted time-series Analysis. *JMIR Mental Health*, 5(2). doi: 10.2196/mental.8808
- Bowlby, J. (1969). Attachment and loss: Vol.1. Attachment. New York: Basic Books
- Bronfenbrenner, U. (1987). La Ecología del Desarrollo Humano. Barcelona. Paidós.

- Centro de excelencia para el desarrollo de la primera infancia, Habilidades Parentales (2014 - 2021). Recuperado de: <http://www.encyclopedia-infantes.com/pdf/complet/habilidades-parentales>
- Cohen, S. (2004). Social Relationships and Health. *American Psychologist*, 59(8), 676–684. doi:10.1037/0003-066x.59.8.676
- Cova, F., Grandón, P., Saldivia, S., Inostroza, C., Novoa, C. (2019). Salud mental: ¿Esperanza fundada, vana ilusión o contrabando psicopatologizador? *Papeles del psicólogo*, 40(3), 210-219. doi: <https://doi.org/10.23923/pap.psicol2019.2894>
- Dadić, K., Horvat, M., & Ivanković, I. (2021). Contemporary parenting: Do croatian parents seek parenting advice using the internet? *Sodobna Pedagogika*, 72(4), 226-238. Retrieved from <http://ezproxy.puc.cl/scholarly-journals/contemporary-parenting-do-croatian-parents-seek/docview/2629422377/se-2?accountid=16788>
- Garrido, L., Guzmán, M., Santelices, M. P., Vitriol, V., & Baeza, E. (2015). Estudio comparativo de los estilos de apego adulto en un grupo de mujeres con y sin diagnóstico de depresión [Comparative study of adult attachment styles in a group of women with and without a diagnosis of depression]. *Terapia Psicológica*, 33(3), 285–295. <https://doi.org/10.4067/S0718-48082015000300011>
- Gentleman, A. (2011). Parenting skills campaign needed to catch problems early, says report. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2011/jan/19/parenting-skills-campaign-graham-allen>
- Gobierno de Chile. (GOB). (s.f.). Violencia digital. <https://www.gob.cl/saludablemente/violenciadigital/>
- Godoy, D., Eberhard, A., Abarca, F., Acuña, B. & Muñoz, R. (2020). Psicoeducación en salud mental: una herramienta para pacientes y familiares. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 31(2), 169-173. <https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2020.01.005>
- Gold, D. & McClung, B. (2006). Approaches to patient education: Emphasizing the long-term value of compliance and persistence. *The American Journal of Medicine*, 119(4), 32–37. <https://doi.org/10.1016/j.amjmed.2005.12.021>

- Goldman, C. (1988). Toward a definition of psychoeducation. *Hospital & Community Psychiatry*, 39(6), 666–668. <https://doi.org/10.1176/ps.39.6.666>.
- Gomez, E. Y Muñoz, M. (2014). Escala de parentalidad positiva. *Fundación Ideas para la infancia*.
- Góngora, L. (2014). Mercadotecnia social: una herramienta necesaria para la promoción de salud. *MEDISAN*, 18(5), 684-694. Recuperado en 30 de mayo de 2022, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30192014000500012&lng=es&tlng=es.
- Hildebrandt, E. J., Felleke, A., Gomez, R. J., Bowie-Viverette, A., & Matijczak, A. (2022). Addressing Child Welfare through Comprehensive Early Intervention during COVID-19. *Child Welfare*, 100(3), 31-53. <http://ezproxy.puc.cl/scholarly-journals/addressing-child-welfare-through-comprehensive/docview/2724911611/se-2>
- Jorm, A. (2012). Mental Health Literacy. Empowering the Community to Take Action for Better Mental Health. *The American Psychologist*, 67(3), 231-243. doi:10.1037/a0025957
- Jorm, A., Korten, A., Jacomb, P., Christensen, H., Rodgers, B. & Pollitt, P. (1997). Mental health literacy. A survey of the public's ability to recognise mental disorders and their beliefs about the effectiveness of treatment. *Medical Journal of Australia*, 166, 182-186. <https://doi.org/10.5694/j.1326-5377.1997.tb140071.x>
- JUNJI. (2018). *Manual "Video-Feedback para la Promoción de la Sensibilidad Educativa en Equipos de Jardines Infantiles de la JUNJI"*. Santiago de Chile. Autores: Santelices, M.P, Gómez, E., Pallamares, A., Sieverson, C., Maureira, M., Gómez, D. & Vera, L.
- Kutcher, S., Wei, Y. & Coniglio, C. (2016). Mental Health Literacy Past, Present, and Future. *The Canadian Journal of Psychiatry*, 61(3), 154-158. <https://doi.org/10.1177/0706743715616609>
- Livingston, J., Tugwell, A., Kroc-usan, K., Ciafrone, M. Y Coniglio, C. (2013). Evaluation of a campaign to improve awareness and attitudes of young people.

Social Psychiatry and psychiatric epidemiology, 48(6), 965-973. doi: 10.1007/s00127-012-0617-3

Lyman, D., Braude, L., Preethy, G., Dougherty, R., Daniels, A., Shoma, S. & Delphin-Rittmon, M. (2014). Consumer and Family Psychoeducation: Assessing the Evidence. *Psychiatric Services*, 65(4), 416-428. doi: 10.1176/appi.ps.201300266

López, M., Laviana, M., Fernández, L., López, A., Rodríguez, A. M., & Aparicio, A. (2008). La lucha contra el estigma y la discriminación en salud mental: Una estrategia compleja basada en la información disponible. *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría*, 28(1), 48-83. https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0211-57352008000100004

Lukens, E. & McFarlane, W. (2004). Psychoeducation as evidence-based practice: Considerations for practice, research, and policy. *Brief Treatment and Crisis Intervention*, 4(3), 205–225. <https://doi.org/10.1093/brief-treatment/mhh019>.

Magill, M., Martino, S. & Wampold, B. (2021). The principles and practices of psychoeducation with alcohol or other drug use disorders: A review and brief guide. *Journal of Substance Abuse Treatment*, 126, 1-8. doi:10.1016/j.jsat.2021.108442

Mikolajczak, M., Gross, J. y Roskam, I. (2019). Parental Burnout: What Is It, and Why Does It Matter?. *Clinical Psychological Science*. doi: 10.1177/2167702619858430

Moreno, P., Conejo, S., Fernández, A., Berenguera, A., Martínez, M., Pons, M., motrico, E., Rodríguez, B., Bellón, J., Rubio, M. (2015). Primary Care Patients` Perspectives of barriers and enablers of primary prevention and health promotion - A meta-ethnographics synthesis. *PLoS ONE* 10(5): e0125004 doi: 10.1371/journal.pone.0125004

Organización Mundial de la Salud. Carta de Ottawa para la Promoción de la Salud. Primera Conferencia Internacional sobre Promoción de la Salud [Internet]. 21 de noviembre de 1986; Ottawa, Ontario (Canadá). Ginebra: OMS; 1986 [consultado

- el 15 de abril de 2022]. Disponible en: <http://www1.paho.org/spanish/hpp/ottawachartersp.pdf?ua=1>.
- Organización Mundial de la Salud. 57º Consejo Directivo. 7ª Sesión del Comité Regional de la OMS para las Américas del 30 de septiembre al 4 de octubre del 2019. [Consultado el 15 de abril de 2022]. Disponible en: <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/51618/CD57-10-s.pdf>
- Organización Panamericana de la Salud. (OPS). (2021, Febrero 11). Se inicia en Chile por redes sociales #QuéTantoSabes, campaña de prevención de VIH e ITS dirigida a jóvenes y adolescentes en pandemia. <https://www.paho.org/es/noticias/11-2-2021-se-inicia-chile-por-redes-sociales-quetantosabes-campana-prevencion-vih-e-its>
- Pawluk, S. & Zolezzi, M. (2017). Healthcare professionals' perspectives on a mental health educational campaign for the public. *Health Education Journal*, 76(4) 479-491. DOI: 10.1177/0017896917696121
- PsiConecta. (s.f.). ¡Cuida tu Salud Mental! <https://psiconecta.cl/>
- Restrepo-Escobar, S. & Sepúlveda-Cardona, E. (2021). Campañas educativas y de prevención. Una revisión sobre el consumo de sustancias psicoactivas en jóvenes universitarios de Colombia. *Interdisciplinaria*, 38(2), 199-208. <https://doi.org/10.16888/interd.2021.38.2.13>
- Ríos-Hernández, I. (2009). Modelo de Interacción de Esquemas Mentales. Una aportación al campo de la comunicación en salud. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (106), 44-49. DOI: <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i106.1619>
- Saha, K., Torous, J., Ernala, S. K., Rizuto, C., Stafford, A., & De Choudhury, M. (2019). A computational study of mental health awareness campaigns on social media. *Translational behavioral medicine*, 9(6), 1197-1207. doi: 10.1093/tbm/ibz028
- Sampogna, G., Bakolis, I., Evans-Lacko, S., Robinson, E., Thornicroft, G. & Henderson, C. (2017). The impact of social marketing campaigns on reducing mental health stigma: Results from the 2009–2014 Time to Change programme. *European Psychiatry*, 40, 116–122. <http://dx.doi.org/10.1016/j.eurpsy.2016.08.008>

- Sanders, M. R. (1999). Triple P—Positive Parenting Program: Towards an empirically validated multilevel parenting and family support strategy for the prevention of behavior and emotional problems in children. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 2(2), 71–90.
- Sanders, M. R., Healy, K. L., Hodges, J., & Kirby, G. (2021). Delivering evidence-based parenting support in educational settings. *Journal of Psychologists and Counsellors in Schools*, 31(2), 205-220. doi:<https://doi.org/10.1017/jgc.2021.21>
- Sarkhel, S., Singh, O. & Arora, M. (2020). Clinical Practice Guidelines for Psychoeducation in Psychiatric Disorders. General Principles of Psychoeducation. *Indian Journal of Psychiatry*, 62(2), 319-323. doi: 10.4103/psychiatry.IndianJPsychiatry_780_19
- Servicio Nacional para la Prevención y Rehabilitación del Consumo de Drogas y Alcohol. (SENDA). (s.f.). Saludablemente - Cuarentena positiva. <https://www.senda.gob.cl/prensa/saludablemente-cuarentena-positiva/>
- Sola-Morales, S. & Quiroz, C. (2019). Campañas de comunicación para la prevención del consumo de drogas en Chile (2004-2014): entre el prohibicionismo y la estigmatización. *Communication & Society*, 32(2), 157-174. doi: 10.15581/003.32.2.157-174
- Soto, F. Y Franco, M. (2014). PsicoED: una alternativa online y comunitaria para la psicoeducación en esquizofrenia. *Psicoperspectivas*, 13(3), 118-129.
- Torres-Cubeiro, M. (2016). Alfabetización en salud mental, estigma e imaginarios sociales. *Imagonautas. Revista interdisciplinaria sobre imaginarios sociales*, (8), 50-63.
<http://imagonautas.webs.uvigo.es/index.php/imagonautas/article/view/62/38>
- Universidad de Chile. (UCH). #Conversemos, nuestra salud mental importa. <https://www.uchile.cl/conversemos>
- Vega, R., Catalán, D., López, R. (2010). El rol de las campañas de comunicación de la salud y la prevención de lesiones en salud laboral. *Revista Española de Comunicación en Salud*, (2), 137-154.

- Vignolo, J., Vacarezza, M., Álvarez, C., & Sosa, A. (2011). Niveles de atención, de prevención y atención primaria de la salud. *Archivos de Medicina Interna*, 33(1), 7-11. Recuperado en 30 de mayo de 2022, de http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-423X2011000100003&lng=es&tlng=es.
- Zaretsky, A. (2003). Targeted psychosocial interventions for bipolar disorder. *Bipolar Disorders*, 5(2), 80-87. <https://doi.org/10.1111/j.1399-2406.2003.00057.x>
- Zhao, S., Sampson, S., Xia, J. & Jayaram, M. (2015). Psychoeducation (brief) for people with serious mental illness. *Cochrane Systematic Reviews*, 9(4), 108-123. doi: 10.1002/14651858.CD010823.pub2

