

**Informe final**  
**Práctica profesional de Trabajo Social**  
**Coordinación de Bienestar Facultad de Comunicaciones y Filología**



**Realizado por:**  
**Valeria Andrea Flórez Murillo**  
**Para optar al título de Trabajadora Social**

**Asesora académica:**  
**Leidy García Betancur**  
**Trabajadora Social**

**Universidad de Antioquia**  
**Facultad de Ciencias Sociales y Humanas**  
**Departamento de Trabajo Social**  
**Medellín**  
**2021**

*Agradecimientos*

*Agradezco de manera muy especial a Leidy y Adri mis asesoras por tantos aprendizajes y por poner a mi disposición todo su conocimiento en ese camino tan bonito que fue mi práctica, a mis compañeras de equipo Kathe, Maria y Sara por crear conmigo y a mi UdeA. Agradezco también a mi mamá y a Daniel por ser mi fuerza y por alentarme a seguir.*

## **Resumen**

Este informe contiene la gestión realizada en el marco de la práctica profesional de Trabajo Social en la Coordinación de Bienestar de la Facultad de Comunicaciones y Filología de la Universidad de Antioquia desde noviembre de 2019 hasta marzo de 2021. Esta gestión fue realizada con el objetivo de apoyar los procesos de Bienestar Universitario que buscan fomentar la permanencia y el bienestar integral de la comunidad universitaria a través de estrategias enmarcadas en el autocuidado y la promoción de la salud mental.

**Palabras clave:** Trabajo Social, Bienestar Universitario, Autocuidado.

## **Abstract**

This report contains the management carried out within the framework of the professional practice of Social Work in the Welfare Coordination of the Faculty of Communications and Philology of the University of Antioquia. This management was carried out with the aim of supporting the University Well-being processes that seek to promote the permanence and integral well-being of the university community through strategies framed in self-care and the promotion of mental health.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1. PRESENTACIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>2. FICHA RESUMEN .....</b>	<b>10</b>
<b>3. CONTEXTO INSTITUCIONAL.....</b>	<b>11</b>
3.1. Resumen Institucional .....	11
3.1.1. Facultad de Comunicaciones y Filología.....	12
3.1.2. ¿Qué es Bienestar Universitario?.....	14
3.1.3. Coordinación de Bienestar – Facultad de Comunicaciones y Filología. ....	15
<b>4. TRABAJO SOCIAL EN BIENESTAR UNIVERSITARIO .....</b>	<b>18</b>
<b>5. GESTIÓN REALIZADA DESDE LA PRÁCTICA.....</b>	<b>20</b>
5.1. Diagnóstico para conocer los resultados de la implementación de la campaña Yo Me Hago Cargo .....	21
5.2. Actividades transversales .....	24
5.3. Campaña “Yo me hago cargo” .....	27
5.4. Promotores del Bienestar.....	31
5.5. Café con Bienestar.....	31
5.6. Yo Comparto Mi Saber.....	36
5.7. Los padres también aprenden en la U.....	37
5.8. Acompañamiento entre pares .....	39
5.9. Pildoritas para la felicidad .....	40

5.10. Apoyo a la estrategia cápsulas y Stands .....	41
<b>6. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN.....</b>	<b>43</b>
6.1. Justificación .....	43
6.2. Marco Referencial .....	45
Marco normativo* .....	45
Referente Teórico .....	45
Referente Conceptual .....	46
6.3. Finalidad .....	49
Objetivo General .....	49
Objetivos Específicos .....	49
6.4. Beneficiarios .....	49
6.5. Plan operativo .....	50
6.6. Resultados esperados .....	51
6.7. Fuentes de financiación .....	52
6.8. Viabilidad .....	52
<b>7. CONCLUSIONES .....</b>	<b>54</b>
<b>8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>57</b>
<b>9. ANEXOS.....</b>	<b>59</b>

## Tabla de ilustraciones

Ilustración 1. Facultad de Comunicaciones Bloque 12 (Tomada del portal universitario).....	14
Ilustración 2. Equipo Coordinación de Bienestar 2020-2 .....	17
Ilustración 3. Oficina de la Coordinación de Bienestar (Tomada por Adriana Ruiz) .....	18
Ilustración 4. Jornada de inducción 2020-1 .....	25
Ilustración 5. Taller Vive la U: Habilidades para la vida universitaria, 13 de julio de 2020 .....	26
Ilustración 6. Taller Habilidades para la Vida en la U 16 de febrero de 2021 .....	26
Ilustración 7. Lanzamiento campaña "Yo me hago cargo" .....	29
Ilustración 8. Bienestar es recordar .....	30
Ilustración 9. Bienestar mensajero. Mensaje Maritza Herrera .....	30
Ilustración 10 Invitación Café con Bienestar 9 de octubre de 2020.....	32
Ilustración 11. Invitación a la realización del primer Café con Bienestar .....	35
Ilustración 12. Invitación Yo Comparto Mi Saber .....	36
Ilustración 13. Taller dibujo y pintura Yo Comparto Mi Saber .....	37
Ilustración 14. Taller Los padres aprenden en la U, 8 de octubre de 2020. ....	39
Ilustración 15. Formulario de respuestas Acompañamiento entre Pares .....	40
Ilustración 16. Pildorita para la felicidad publicada el 26 de febrero de 2021 .....	41
Ilustración 17. Cápsula de salud mental, 1 de septiembre de 2020.....	42

## Índice de tablas

Tabla 1. Ficha resumen .....	10
Tabla 2 Resumen institucional .....	12
Tabla 3. Resumen de la gestión realizada .....	21
Tabla 4. Cafés con Bienestar .....	35
Tabla 5. Plan operativo. Propuesta de intervención .....	51
Tabla 6. Resultados esperados propuesta de intervención. ....	52



## 1. PRESENTACIÓN

Este informe corresponde al desarrollo de la práctica profesional para optar por el título de Trabajadora Social de la estudiante Valeria Flórez Murillo. Aquí se consigna toda la gestión y memorias en el proceso de práctica profesional, tanto práctica solidaria como la práctica regular, los aprendizajes, los aportes y su importancia para la formación académica.

La práctica inició el 9 de noviembre de 2018 y finalizó el 8 de marzo de 2021, en la Coordinación de Bienestar de la Facultad de Comunicaciones y Filología de la Universidad de Antioquia, inicialmente de manera presencial y posteriormente virtual, debido a la contingencia generada por el SARS-CoV-2, teniendo en cuenta la importancia del papel de Bienestar con la comunidad de la Facultad en tiempos de aislamiento social.

El objetivo de la gestión realizada, en el marco de la práctica profesional fue aportar a la satisfacción de las necesidades de los estudiantes de la Facultad de Comunicaciones y Filología, en el marco de las líneas estratégicas de su Coordinación de Bienestar.

Esta Coordinación busca acompañar a los estudiantes, docentes y empleados en su proceso laboral o académico, con el fin de generarles una mejor calidad de vida, formación integral y sentido de comunidad, a través de diferentes servicios y estrategias.

En línea con lo anterior, el objeto de intervención de esta práctica se consolidó como el fortalecimiento de la participación y apropiación de los servicios de Bienestar, especialmente en los servicios propios de la Facultad.

## 2. FICHA RESUMEN

Institución	Unidad de Bienestar Facultad de Comunicaciones y Filología Universidad de Antioquia
Modalidad de práctica	Práctica solidaria y práctica regular.
Objetivo de la Práctica	Aportar a la satisfacción de las necesidades de los estudiantes de la Facultad de Comunicaciones, en el marco de las líneas estratégicas de su unidad de Bienestar
Duración	Práctica solidaria: De 9 de noviembre de 2018 a 29 de mayo de 2020 Práctica profesional: De 8 de junio de 2020 a 8 de marzo de 2021
Asesora Académica	Leidy García Betancur Trabajadora Social fhaisuly.garcia@udea.edu.co
Asesora Institucional	Adriana Ruiz Coordinadora de la Unidad de Bienestar de la Facultad de Comunicaciones Bienestarcomunicacionesyfilologia@udea.edu.co
Contacto	Valeria Flórez Murillo Estudiante de Trabajo Social <a href="mailto:valeria.florez@udea.edu.co">valeria.florez@udea.edu.co</a>

*Tabla 1. Ficha resumen*

Fuente: elaboración propia, marzo de 2021.

### 3. CONTEXTO INSTITUCIONAL

La práctica se desarrolló en la Coordinación de Bienestar de la Facultad de Comunicaciones y Filología de la Universidad de Antioquia.

#### 3.1. Resumen Institucional

Razón Social	Universidad de Antioquia
Objeto Social	Educación superior
Representante Legal	John Jairo Arboleda Céspedes
Creación	Año 1803. Medellín, Antioquia
Cantidad de Sedes	9 en el Departamento de Antioquia
Datos ubicación sede principal	Calle 67 N°53-108 Medellín, Antioquia Teléfono: 2198332
Página Web	<a href="http://www.udea.edu.co">http://www.udea.edu.co</a>

Nombre	Bienestar Facultad de Comunicaciones y Filología
Dependencia	Facultad de Comunicaciones y Filología
Coordinador(a)	Adriana Milena Ruiz García
Cantidad de estudiantes a 2019-2	903
Datos de ubicación	Ciudad Universitaria, Calle 67 N°53-108, bloque 12- oficina: 213. Teléfono: 2198944
Equipo de trabajo	Coordinadora de Bienestar Practicante Comunicaciones Practicante Psicología Practicantes Trabajo Social (2)
Redes sociales	Facebook: @FacultadComunicacionesUdeA (Fan Page) Facebook: Bienestar Comunicaciones y Filología

Correo electrónico	<a href="mailto:bienestarcomunicacionesyfilologia@udea.edu.co">bienestarcomunicacionesyfilologia@udea.edu.co</a>
--------------------	--

*Tabla 2 Resumen institucional*

### **3.1.1. Facultad de Comunicaciones y Filología**

#### Misión

Somos una Facultad que genera, enseña y difunde saberes de la comunicación y del lenguaje, con excelencia académica y sentido de lo público, para contribuir en los procesos culturales, sociales, políticos y patrimoniales del país, con una perspectiva democrática, ciudadana, ambiental, creativa y de construcción de una sociedad en paz.

#### Visión.

En el 2027 la Facultad de Comunicaciones y Filología de la Universidad de Antioquia se proyectará como una comunidad académica de excelencia, al servicio de la sociedad y de los territorios, y líder en la formación de profesionales integrales en los campos de la comunicación y del lenguaje comprometidos con los procesos de innovación, medio ambientales y de desarrollo social del país.

#### Una Facultad que crece.

La Facultad de Comunicaciones y Filología cuenta con 8 posgrados: Doctorado en Lingüística, Doctorado en Literatura, Maestría en Lingüística, Maestría en Literatura, Maestría en Comunicaciones, Maestría en Creación y Estudios Audiovisuales, Maestría en Periodismo y Especialización en Literatura Comparada. Además tiene 5 pregrados: Comunicación Audiovisual y Multimedial, Comunicaciones, Comunicación Social - Periodismo (sólo se ofrece en las sedes y seccionales de la Universidad ubicadas en Andes, Apartadó, Turbo y Sonsón), Letras: Filología

Hispánica y Periodismo. Tiene alrededor de 200 profesores y en el año 2020 tuvo alrededor de 1.000 estudiantes de pregrado y posgrado matriculados por semestre.

Los estudiantes realizan parte de sus prácticas académicas en los 5 laboratorios de medios que se integran en la Facultad: De la Urbe, Altaír, Televisión, Fotografía y Filología. Además, la unidad académica ha otorgado 3.303 títulos de pregrado y posgrado desde su constitución como Facultad en 1.990, consolidando así una amplia y diversa comunidad de egresados.

Nueve grupos de investigación hacen parte de esta unidad académica, seis pertenecen al Área de Lingüística y Literatura y tres a las áreas de Comunicación y Periodismo.

A través de su Centro de Investigaciones y Extensión, CIEC, la Facultad gestiona su actividad investigativa y de servicios para públicos externos, entre los cuales ofrece diplomados y cursos de educación continua, así como servicios de asesoría y operación de actividades en líneas como: eventos y certámenes, medios y diseño, comunicación para el cambio social, entre otros. De esta manera la Facultad de Comunicaciones y Filología cumple con las funciones misionales universitarias de docencia, investigación y extensión. (Portal Universidad de Antioquia. s.f.)



*Ilustración 1. Facultad de Comunicaciones Bloque 12 (Tomada del portal universitario)*

### **3.1.2. ¿Qué es Bienestar Universitario?**

A raíz del Acuerdo 173 del Consejo Superior Universitario, el 13 de junio del año 2000 se expide en la Universidad de Antioquia el Sistema de Bienestar Universitario para generar condiciones ético-pedagógicas que faciliten la convivencia y la tolerancia entre los miembros de la comunidad trascendiendo a los ámbitos académico y laboral. Lo anterior enmarcado en los principios universitarios de la universalidad, reciprocidad, integralidad y solidaridad.

El Ministerio de Educación de Colombia identificó la necesidad de crear una política de bienestar para las instituciones de educación superior que sirva como referente para una formación integral a partir de un enfoque de derechos, es así como en 2006 se incluye el factor de bienestar para acceder a la acreditación institucional de alta calidad.

Actualmente, Bienestar busca acompañar el ciclo de vida de la comunidad universitaria, entendiendo este ciclo como un abordaje que permite comprender las vulnerabilidades y oportunidades durante cada una de las etapas de desarrollo humano; reconoce que las experiencias se acumulan a lo largo de la vida, que las intervenciones en una generación repercutirán en las siguientes y que el mayor beneficio de un momento vital puede derivarse de intervenciones previas en periodos anteriores. (Plan de Desarrollo UdeA 2017-2027)

El Sistema de Bienestar Universitario de la Universidad de Antioquia busca acompañar a los estudiantes, docentes y empleados en su proceso laboral o académico, con el fin de generarles calidad de vida, formación integral y sentido de comunidad, a través de diferentes programas y servicios que se planean desde los departamentos de Desarrollo Humano, Promoción de la Salud y

Prevención de la Enfermedad y Deportes, con la participación activa de las Unidades Académicas a través de las Coordinaciones de Bienestar ubicadas en las sedes de Medellín y las Regiones.

Con el fin de generar Bienestar con Sentido para toda la comunidad universitaria, la dependencia direcciona su quehacer enfocado en las siguientes estrategias:

- \* Equidad y oportunidades: disminución de las brechas de inequidad en la población universitaria.
- \* Hábitos y estilos de vida saludables: fomento de las prácticas recreativas, de la creatividad y la salud física y mental.
- \* Desarrollo personal y vida profesional: formación en habilidades para la vida, orientación vocacional y profesional, acompañamiento al proyecto académico de los estudiantes, creatividad y talento universitario.
- \* Participación y vida universitaria: educar en y sobre lo público, fomentar la participación responsable de la comunidad universitaria, promocionar la convivencia, la ciudadanía y respeto por el entorno.

### **3.1.3. Coordinación de Bienestar – Facultad de Comunicaciones y Filología.**

Bajo este marco, la Facultad de Comunicaciones, a través de su Coordinación de Bienestar y a través de su Programa de Bienestar 2018-2021 tiene como objetivo promover la permanencia en la Universidad, atendiendo a todos los estudiantes de sus pregrados, empleados y docentes en cada uno de sus procesos. Los esfuerzos, recursos y metas están orientados principalmente al acompañamiento, fortalecimiento y generación de proyectos que vayan en pro del bienestar integral de la comunidad académica.

La Coordinación desarrolla programas, estrategias y servicios que fortalecen el desempeño académico de los estudiantes. Brinda acompañamiento y alternativas para el uso del tiempo libre en actividades recreativas, deportivas y culturales.

Busca fortalecer la integración del trabajo y la vida académica con los proyectos de vida, fortalecer los valores de convivencia, respeto, solidaridad, liderazgo, autonomía y vínculos de pertenencia a la vida institucional. Además, busca establecer y ejecutar, con base en las políticas misionales de Bienestar Universitario y el Plan de Acción de la Facultad, programas de Promoción de la Salud y Prevención de la Enfermedad.

Así mismo, pretende estimular el desarrollo de procesos de integración entre los individuos y los grupos de la unidad académica, colaborar con la orientación vocacional y profesional, prestar apoyo a los grupos académicos, artísticos, culturales y deportivos y velar por la satisfacción de los usuarios, el mejoramiento continuo y la proyección de las actividades tales como jornadas de inducción y reinducción, talleres y stands interdisciplinarios, visitas a los salones para difundir programas, participación en jornadas de Bienestarea, elaboración y difusión de cápsulas de salud mental y cápsulas para la vida en la U, entre otros. (Plan de Bienestar 2019- Coordinación de Bienestar, Facultad de Comunicaciones)

A partir del primer semestre de 2018, el equipo de trabajo de la Coordinación de Bienestar ha estado conformado por practicantes de diferentes disciplinas; entre las que se encuentran Comunicaciones y/o Periodismo, Trabajo Social y Psicología, quienes se encargan de brindar acompañamiento y realizar trabajo interdisciplinar con y para los estudiantes de la Facultad.





*Ilustración 2. Equipo Coordinación de Bienestar  
2020-2*

En años anteriores, la oficina de la Coordinación de Bienestar se encontraba ubicada en el Bloque 10 de ciudad universitaria, lo que generaba menor interacción con los estudiantes debido a la poca visibilidad de esta. En febrero de 2019, la oficina fue ubicada en el Bloque 12-213 -bloque de la facultad de Comunicaciones-, lo que ha permitido mayor acercamiento de los estudiantes, docentes y empleados a todos los servicios que allí se ofrecen.



*Ilustración 3. Oficina de la Coordinación de Bienestar (Tomada por Adriana Ruiz)*

Con esta ubicación es posible estar en constante acompañamiento y cercanía con los estudiantes, docentes y administrativos lo que genera mayor confianza para acercarse a sus beneficios.

#### **4. TRABAJO SOCIAL EN BIENESTAR UNIVERSITARIO**

Sin duda, la contribución del Trabajo Social en contextos de Bienestar Universitario juega un papel clave ya que se convierte en un puente entre la universidad y los estudiantes, permitiendo conocer los contextos estudiantiles, problemáticas y necesidades que no son visibles a simple vista y que requieren de una inmersión en el contexto.

El Trabajo Social emprende una gestión en línea con el objetivo de promover el bienestar integral de los estudiantes, profesores y administrativos por medio de la potenciación de sus capacidades y la orientación en la resolución de conflictos que se puedan presentar.

El objeto de intervención de esta práctica desde el Trabajo Social fue el fortalecimiento de la participación y apropiación de los servicios de Bienestar, especialmente en los servicios propios de la Facultad como la estrategia de Acompañamiento Entre Pares y la campaña Yo Me Hago Cargo.

El proceso anterior, estuvo permeado constantemente por unas consideraciones éticas importantes en el accionar del Trabajador Social, particularmente en el contexto del campo de Bienestar de la Facultad de Comunicaciones y Filología, se deben tener presentes los principios éticos de la universidad: la universalidad, reciprocidad, integralidad y solidaridad, es necesario despojarse de todo prejuicio y conocer el contexto al momento de realizar acciones.

Sin duda, el Trabajo Social pretende aportar al bienestar integral de los seres humanos, teniendo claros los principios de beneficencia, autonomía y libertad, suponiendo estos un reto para la intervención profesional, en este caso en contextos universitarios donde confluyen una diversidad de pensamientos y formas de percibir la vida. Hay mucho por aportar desde la profesión para construir herramientas que se materialicen en mejoras de la calidad de vida de los estudiantes, atendiendo las particularidades de sus contextos.

Fue de gran importancia contar con los conocimientos aportados en el proceso de formación, para el reto que suponía impactar a más estudiantes y que se apropiaran de los servicios y estrategias de la Coordinación, ya que en ocasiones se le brinda prioridad a lo académico desconociendo su relación con la interacción social y la importancia de los lazos generados en esta.

Así pues, se constituye también en un aprendizaje constante para la profesión el estar en estos espacios, ya que se plantean desafíos frente a cómo intervenir necesidades sociales tan susceptibles como la promoción de la salud mental.

## 5. GESTIÓN REALIZADA DESDE LA PRÁCTICA

En este apartado se describen las actividades realizadas durante la práctica de Trabajo Social, en el tiempo comprendido entre noviembre de 2019 y marzo de 2021. Dentro de las estrategias planteadas inicialmente en los planes de acción (ver anexo 1. Plan de acción práctica solidaria y Plan de acción práctica regular) para el desarrollo de la práctica, se encuentra el apoyo a los procesos que lleva la unidad de Bienestar Universitario de la Facultad de Comunicaciones y Filología.

Resumen de la gestión:

Estrategia/ Actividad	Fecha de realización	Participantes	Cantidad de realizaciones
Taller: Habilidades para la vida en la U.	Julio- agosto de 2020 Febrero de 2021	80 estudiantes	2
Apoyo a Inducciones.	Septiembre 2020. Febrero 2021	50 estudiantes	2
Campaña Yo Me Hago Cargo.	Noviembre de 2019 a marzo de 2021.	N/A	Constante
Promotores del Bienestar.	Septiembre de 2020 a junio de 2021	N/A	Constante
Café con Bienestar	Marzo de 2020 a marzo de 2021	250	32
Yo Comparto Mi Saber.	Octubre de 2020 a marzo de 2021	13	1
Los Padres También Aprenden en la U.	6 de agosto, 10 de septiembre, 8 de octubre y 12 de noviembre	50	4
Acompañamiento entre pares	N/A	14	N/A

Estrategia/ Actividad	Fecha de realización	Participantes	Cantidad de realizaciones
Pildoritas para la felicidad.	Noviembre de 2019 a marzo de 2021	N/A	104
Cápsulas	Noviembre de 2019 a marzo de 2021	N/A	5

Tabla 3. Resumen de la gestión realizada

### 5.1. Diagnóstico para conocer los resultados de la implementación de la campaña Yo Me Hago Cargo

En el marco de la práctica profesional, en el segundo semestre del 2020 se realizó la construcción del diagnóstico para conocer los resultados de la implementación de la campaña Yo Me Hago Cargo, debido a la necesidad de saber el alcance y posibilidades de desarrollo futuras de la misma.

El diagnóstico fue de corte *cualitativo*, lo cual permitió un proceso de construcción de conocimiento interactivo y de relaciones horizontales, resaltando la voz de los participantes como principal fuente de conocimiento y reconociendo la individualidad de estos. El enfoque que se le dio, y sobre el cual se sustentó, es el *construccionismo social*, ya que permitió una unión del discurso y la práctica, un trabajo conjunto y un espacio para el pensamiento crítico y la expresión.

Las técnicas de recolección de información utilizadas fueron la entrevista y los formularios de Google, que permitieron evaluar las actividades. Se realizaron 5 entrevistas semiestructuradas con el objetivo de reunir información sobre la apropiación de los contenidos y dar respuesta a cuáles han sido los cambios en los hábitos de autocuidado. Se entrevistaron 4 estudiantes de la Facultad y 1 profesora, estos asisten regularmente a los Cafés.

Dentro de los principales hallazgos del diagnóstico se pudo evidenciar en las conversaciones con los participantes de las actividades de la campaña, que muchos de los contenidos han logrado ser apropiados por estos, que teniendo en cuenta sus necesidades toman para sí las herramientas que consideran importantes según sus particularidades.

Adicional a lo anterior se evidenció que la apropiación de los contenidos de la campaña es diferente en cada uno de los participantes, que introyectan herramientas y conocimiento, según sus necesidades, cultura y contexto en el que se desenvuelven, aunque en su mayoría los contenidos apropiados corresponden a los ámbitos físico y emocional del autocuidado, se identificaron apropiaciones relacionadas con las siguientes prácticas y temas:

- Salud física: si bien no se evidencia que a raíz de la asistencia a las actividades se han introyectado la realización de ejercicio físico de manera constante, se logra generar la inquietud frente a la necesidad e importancia de este para el bienestar físico.
- Alimentación más saludable: Los estudiantes entrevistados mencionaron que han realizado cambios en sus rutinas de alimentación teniendo en cuenta las recetas y los tips que se han expuesto en las actividades. Además, llevan la premisa de una alimentación consciente a sus entornos cercanos, familia y amigos.
- Autocuidado emocional: Se resalta que los estudiantes entrevistados plantearon una mejor capacidad para resolver sus problemáticas y conflictos familiares mediante herramientas que fueron obtenidas en las actividades donde se trataron temáticas como manejo de emociones y relaciones sanas.

En general, mediante el diagnóstico se logró responder al objetivo inicial y conocer los resultados que ha tenido hasta ahora la implementación de la campaña Yo Me Hago Cargo en la Facultad de Comunicaciones y Filología, se concluyó que la campaña ha aportado en gran medida

a fortalecer las herramientas de autocuidado en los estudiantes, profesores y administrativos de la Facultad.

Sumado a lo anterior, los contenidos de la campaña son apropiados en la medida en que se pensaron de acuerdo a las necesidades de los participantes y eso se logró observar en las conversaciones que se tuvieron con ellos frente a lo que han significado las actividades de la Coordinación de Bienestar, significados que se materializan en cambios de hábitos que mejoran sus condiciones de autocuidado, en agradecimientos y en la constante participación de algunos estudiantes y profesores que asisten de manera recurrente a las actividades.

Se ha logrado que quienes participen tomen para sí estos contenidos y los introyecten en sus vidas incidiendo en cambios de hábitos que mejoran la calidad de esta, se generan también interrogantes y unos cuestionamientos sobre cómo son los hábitos que se tienen para cuidar de sí y cómo se hacen cargo de sus emociones, su salud física y mental y sus relaciones interpersonales.

La comunidad de la Facultad resaltó que, a pesar de las circunstancias y de la necesidad de desarrollar de manera virtual la campaña, la Coordinación de Bienestar ha estado muy presente para ellos, esto se logró observar en las entrevistas realizadas cuando algunos de los estudiantes plantean que se han sentido muy acompañados por Bienestar y destacan la importancia de las actividades que se realizan, puesto que derivan en la posibilidad del encuentro con los compañeros y compañeras en espacios no académicos, en poder conocer sus reflexiones y sus pensamientos no sólo frente a la pandemia sino también frente a otros temas con los que se reconocen e identifican.

Es importante mencionar, que la campaña ha logrado ser reconocida en la Facultad y que se ha realizado un adecuado proceso de difusión puesto que al preguntarles a los entrevistados sobre si conocían la campaña estos reconocen su existencia y además saben explicar que está relacionada con el autocuidado y con hacerse cargo de sus hábitos.

Si bien se obtuvieron resultados positivos, es necesario tener presente la constante evaluación de las actividades y estrategias realizadas para buscar siempre un mejoramiento de estas. A la hora de evaluar la actividad o estrategia es importante hacerlo en conjunto con los participantes, durante y al final de estas para así tener una mejor visión del logro de los objetivos que se hayan propuesto.

Finalmente se observa la necesidad de fortalecer la participación, que no se deriva sólo en número de asistentes sino también en la reflexión y utilidad que se genera para estos. Si bien la campaña es reconocida en la Facultad y cuenta con asistentes regulares a sus estrategias y actividades, es importante tener un mayor alcance, de estudiantes, profesores y administrativos.

Los profesores son parte esencial de la vida universitaria y todo lo que de ella se deriva, por ello, la presencia de estos exponiendo sus reflexiones y pensamientos, acompañando las actividades de la campaña no sólo para apoyar a sus estudiantes sino también para su bienestar personal es fundamental y necesaria.

## **5.2. Actividades transversales**

Las actividades transversales son aquellas que no se encuentran contempladas como actividades principales y que se realizan desde la Coordinación de Bienestar en función de atención y orientación a la comunidad de la Facultad frente a las diferentes inquietudes y necesidades que pudieran surgir en el desarrollo de sus procesos.

Se realizó también, apoyo a la Coordinación en las inducciones del semestre 2020-1 en el mes de septiembre y el semestre 2021-1 en el mes de febrero, estas inducciones fueron realizadas de manera virtual debido al cierre de la Universidad.





Ilustración 4. Jornada de inducción 2020-1

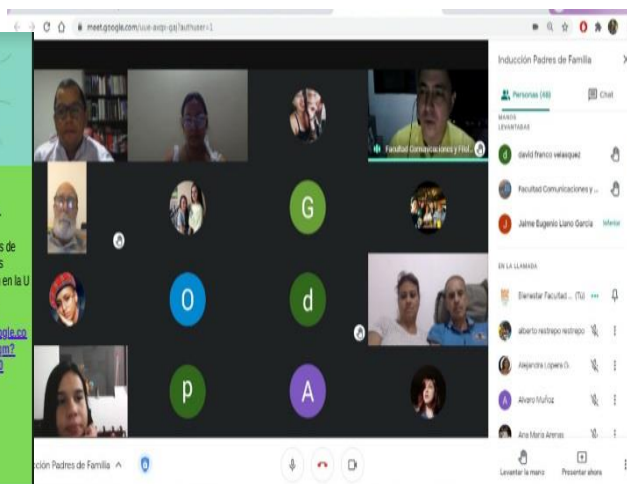


Ilustración 5. Inducción padres de familia 2021-1

A partir de estas inducciones se identificó la necesidad de que Bienestar estuviera más cerca de los estudiantes y que generará espacios de interacción, la cual se hace más difícil en la virtualidad, de allí, surge el curso – taller Vive la U: Habilidades Para La Vida Universitaria, que se planteó generar espacios de adaptación a la vida universitaria para los estudiantes de la Facultad que ingresan al primer semestre, favoreciendo el desarrollo integral de los estudiantes como ciudadanos activos, transformadores de realidades individuales y colectivas.

En el 2020 el taller se realizó en 5 sesiones donde nos encontramos con los estudiantes para hablar de temas como comunicación asertiva, trabajo en equipo, flexibilidad y planificación y gestión del tiempo, de los talleres realizados se apoyó en la moderación del taller de comunicación asertiva.

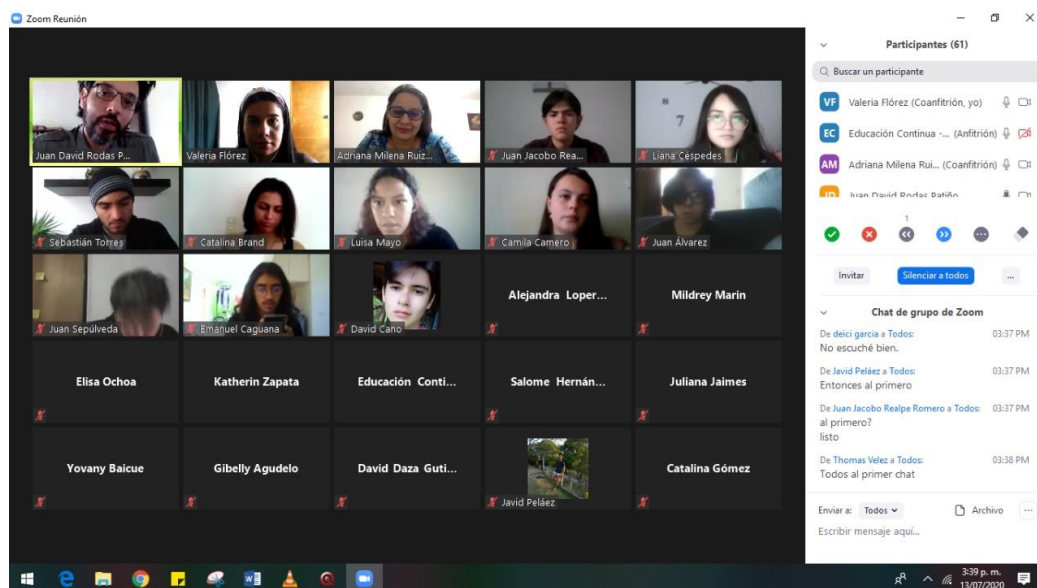


Ilustración 5. Taller Vive la U: Habilidades para la vida universitaria, 13 de julio de 2020

En el año 2021 el taller se realizó en una sola sesión, de igual manera se apoyó en la moderación, planeación y ejecución del taller dirigido a los estudiantes de primer semestre.



Ilustración 6. Taller Habilidades para la Vida en la U 16 de febrero de 2021

En este taller se contó con la participación de aproximadamente 30 estudiantes de nuevo ingreso, el equipo de Bienestar y 6 mentores de la Facultad que apoyaron la moderación, respondiendo dudas y preocupaciones de algunos estudiantes frente al nuevo proceso que inician de su vida universitaria.

Adicional a lo anterior en 14 de agosto de 2020 se llevó a cabo la primera versión del *Festival de Talentos* de la Facultad de comunicaciones, que contó con la participación de alrededor de 30 estudiantes como asistentes y 11 estudiantes como participantes, incluidos estudiantes de regiones. En esta versión se pudo conocer todo el talento que hay en la Facultad en los diferentes ámbitos del arte como la fotografía, el tejido, la ilustración, el canto, la declamación de poesía y la imitación de acentos.

Finalmente como actividad transversal se apoyó la realización de la tercera versión del concurso de fotografía y escritura *Bienestar es Mio*, entre los meses de agosto y septiembre se invitó a la comunidad de la Facultad a participar de esta versión del concurso teniendo como temática principal las vivencias en la cuarentena, ya que este se realizó de manera virtual y en época de aislamiento social. So contó con la participación de estudiantes en las modalidades de fotografía y escritura.

### **5.3. Campaña “Yo me hago cargo”**

Frente a las problemáticas relacionadas con las violencias dentro del campus universitario surge la necesidad de realizar acciones preventivas que propendan por minimizar estas violencias, de ahí surge la iniciativa de realizar una campaña que tenga como principal objetivo la promoción del autocuidado. Con el trabajo del equipo de la Coordinación de Bienestar nace la campaña “Yo me hago cargo” la cual tiene como objetivo promover espacios de reflexión, socialización y participación enmarcados en el autocuidado.

“Yo me hago cargo” es una campaña enmarcada dentro de un concepto amplio e integral de autocuidado. Jaramillo (1999) define el autocuidado en función de su importancia, pues:

Al cuidar se contribuye a promover y desarrollar aquello que hace vivir a las personas y a los grupos (...) cuidar representa un conjunto de actos de vida que tiene por objetivo hacer que ésta se mantenga, continúe y se desarrolle. (p.110)

Para el desarrollo de la campaña se retomaron las diferentes formas de autocuidado: desde los ámbitos: físico, emocional, y social. A partir de cada una de sus definiciones se desarrollaron estrategias con la finalidad de promover cada uno de ellos.

**Autocuidado físico:** Cuidar de sí mismo mediante la actividad física, no solo va direccionado hacia el bienestar corporal. Es por eso que desde una visión mucho más integral, el tener buenos hábitos y comportamientos como el descanso o la disposición necesaria para organizar las actividades cotidianas, influyen en el bienestar del individuo.

**Autocuidado emocional:** El autocuidado pasa también por el aspecto emocional. La salud respecto a las emociones implica un compromiso,

**Autocuidado social:** Es importante conectar con otras personas. Esto ayuda a comprender que no se está en soledad, por el contrario hay instantes en los que se requiere de apoyo para sobrellevar las decisiones, estar motivado y saber afrontar las dificultades.

Se realizó un lanzamiento oficial de la campaña en el mes de enero de 2020 cuando todavía se encontraba abierta la Universidad, con el fin de darle a conocer a la comunidad de la Facultad e informar sobre las actividades que se iban a realizar en su desarrollo:



*Ilustración 7. Lanzamiento campaña "Yo me hago cargo"*

Todas las actividades de la campaña fueron pensadas para realizarse en la presencialidad, debido al cierre de la Universidad desde el 13 de marzo de 2020 por la pandemia generada por el SARS CoV-2 estas actividades fueron replanteadas para que se pudieran desarrollar mediante la virtualidad. Entre las actividades que surgen para implementar en la presencialidad se encuentra *Bienestar es Recordar* el cual consiste en la publicación de unas piezas gráficas para que los estudiantes de la Facultad trajeran a la memoria momentos vividos en la Universidad antes del cierre de esta y pudieras interactuar por redes, la primera publicación de esta estrategia logró mucha acogida por parte de los estudiantes y fue una de las publicaciones más comentadas de la página de Facebook de la Facultad.



Ilustración 8. Bienestar es recordar

Otra de las estrategias que se apoyó desde la gestión de la práctica para la transformación de la campaña a la virtualidad es *Bienestar Mensajero*, esta surge como medio para que la comunidad de la Facultad pudiese comunicarse y enviar mensajes alentadores a sus compañeros. En total se recibieron 6 mensajes para compartir en las redes de la Facultad.



Ilustración 9. Bienestar mensajero. Mensaje Maritza Herrera

#### **5.4. Promotores del Bienestar**

La campaña Yo Me Hago Cargo fue presentada como proyecto a la estrategia de Promotores del Bienestar, esta es una iniciativa de la Dirección de Bienestar Universitario y la Fundación Universidad de Antioquia que busca cofinanciar proyectos que estén encaminados a garantizar un bienestar integral de la comunidad de la Universidad de Antioquia.

La campaña fue seleccionada como proyecto a cofinanciar lo que permitió destinar un presupuesto para fortalecer las actividades enmarcadas en esta. Desde la gestión de la práctica se apoyó todo el proceso de presentación de la propuesta, y cuando fue escogida se continuó apoyando con el desarrollo de esta y con la realización de informes que justifican y dan cuenta del buen aprovechamiento del recurso económico.

#### **5.5. Café con Bienestar**

El café con Bienestar es una estrategia que nace a raíz de la imposibilidad de la presencialidad en la universidad que fue cerrada debido a la contingencia por el coronavirus, el acompañamiento de Bienestar es fundamental teniendo en cuenta los efectos generados por el aislamiento tales como la angustia, necesidades emocionales, sociales y económicas de la comunidad de la Facultad.





*Ilustración 10 Invitación Café con Bienestar 9 de octubre de 2020.*

El café se crea como un espacio virtual que se realiza los viernes en la tarde, el cual permite una interacción que si bien no es desde la presencialidad contribuye a tener un contacto más cercano con los estudiantes, profesores y administrativos de la facultad, con el fin de conocer sus sentires frente a la situación y generar un espacio de conversación que pueda sacarlos de la rutina.

El primer Café se realizó el 27 de marzo del 2020, 15 días después del cierre de la Universidad y de la declaración de cuarentena total en el país por el gobierno nacional, y así se ha venido realizando cada viernes un Café con diferentes temáticas y con una asistencia promedio de 12 personas, entre estudiantes, profesores, administrativos y comunidad externa de la Facultad.

En total se realizaron 32 Cafés con Bienestar durante el año 2020, en su mayoría moderados por el equipo de Bienestar y algunos por invitados especializados en las temáticas escogidas que estaban relacionadas con el autocuidado físico, emocional y social. Cada Café tiene un acta donde se relata lo que se hizo, los participantes y algunas observaciones respectivas.



De algunos Cafés se realiza la grabación para posteriormente subirla al canal de YouTube de la Facultad y quienes no pudieron participar en su momento determinado pudieran verlos en diferido, los Cafés que cuentan contaron con más visualizaciones son los relacionados con la alimentación saludable, la ruta de atención para violencias contra las mujeres, manejo de ansiedad en procesos de selección y yoga.

A continuación, en la siguiente tabla se relacionan los Cafés realizados durante el año 2020, año que se acompañó esta estrategia desde la práctica:

Encuentro	Fecha	Tema	Participantes
1	27/03/2020	Primer Café	8
2	03/04/2020	Ejercicio en casa con David Gómez	13
	10/04/2020	No se realizó (Semana Santa)	
3	17/04/2020	Nutrición en cuarentena con David Gómez	11
4	24/04/2020	Deporte recreativo POKO	12
5	01/05/2020	Jornada recreativa	10
6	08/05/2020	Nutrición en cuarentena con Ana Rodríguez	11
7	15/05/2020	Higiene del sueño	
	22/05/2020	Se cancela por falta de asistencia	
8	29/05/2020	Receta de cocina (Mateo Toro)	21
9	05/06/2020	Emociones	13
10	12/06/2020	Resolución de conflictos	11
11	19/06/2020	Resiliencia	13
	26/06/2020	No se realiza por vacaciones docentes	

Encuentro	Fecha	Tema	Participantes
	03/07/2020	No se realiza por vacaciones docentes	
12	10/07/2020	Ciclo de violencia en pareja	10
13	17/07/2020	Comunicación asertiva	10
14	24/07/2020	Redes sociales	8
15	31/07/2020	Adicciones no químicas	12
	07/08/2020	No se realiza por ser día festivo	
16	14/08/2020	Festival de talentos	33
17	21/08/2020	Convivencia en aislamiento	7
18	28/08/2020	¿Cómo deshacerse del maravilloso arte de la procrastinación?	12
19	04/09/2020	Rutas de atención violencias basadas en género	16
20	11/09/2020	Ruta de prevención del suicidio	11
21	18/09/2020	Hablemos de relaciones sanas	7
22	29/09/2020	Cómo minimizar la ansiedad durante un proceso de selección	12
23	02/10/2020	El Yoga como estrategia de autocuidado	15
24	09/10/2020	Preparación de snacks saludables	9
25	16/10/2020	Proyecto de vida	9
26	23/10/2020	Adaptación al cambio	8
27	30/10/2020	Amor propio	8
28	06/11/2020	Tengo un no sé qué, no sé dónde ¿Te ha pasado?	7
29	13/11/2020	Viernes 13, hablemos de agujeros	6
30	20/11/2020	¿Qué hacer en vacaciones?	6
31	27/11/2020	Rituales de fin de año	7

Encuentro	Fecha	Tema	Participantes
32	04/12/2020	¿Qué te deja el 2020? cierre navideño	6

*Tabla 4. Cafés con Bienestar*

El espacio de los cafés se convirtió en una forma de poder continuar haciendo presencia desde Bienestar con la comunidad de la Facultad, el compartir frente a diferentes temas de interés desde lo virtual permite conocer los pensamientos y sentires de los estudiantes, profesores y empleados frente al aislamiento y así se logra evidenciar la importancia de la presencia de Bienestar y cómo se puede seguir generando estrategias que contribuyan a seguir fortaleciendo las condiciones ético-pedagógicas que faciliten la convivencia y la tolerancia entre los miembros de la comunidad trascendiendo a los ámbitos académico y laboral.



*Ilustración 11. Invitación a la realización del primer Café con Bienestar*

## 5.6. Yo Comparto Mi Saber

Es una estrategia de la campaña Yo Me Hago Cargo, en la cual los estudiantes que deseen compartir sus talentos y enseñarlos a sus compañeros lo pueden hacer, de tal manera que se estimulen otros espacios de encuentro virtuales entre los estudiantes que no consistan únicamente en un rigor académico.

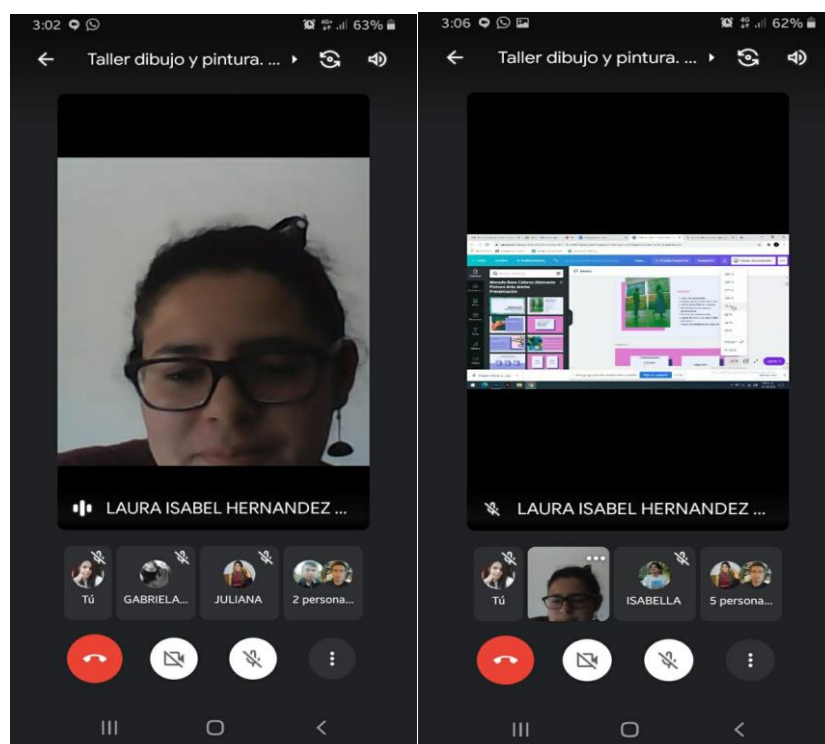


Ilustración 12. Invitación Yo Comparto Mi Saber

Inicialmente, se realizó una campaña de expectativa para dar a conocer la estrategia y aumentar la participación, seguido de esto se realizó una inscripción de los estudiantes interesados en compartir sus conocimientos a la cual se inscribieron 7 estudiantes de los 5 pregrados de la Facultad con temas como: pintura en acuarela, repostería, dibujo, elaboración de germinados, crochet, fotografía, ilustración y Photoshop.

Después de una reunión con los estudiantes inscritos se comienza esta iniciativa con un taller de dibujo y pintura dictado por la estudiante del pregrado en Comunicaciones Laura Isabel Hernández, el cual constó de 4 sesiones donde Laura compartió sus conocimientos.

El taller inició el jueves 15 de octubre con 12 estudiantes inscritos de los pregrados de Periodismo, Letras Filología Hispánica y Comunicaciones. La estudiante desarrolló el taller durante los 4 jueves siguientes con conceptos, teorías y técnicas básicas del dibujo como una manera de compartir sus saberes con sus compañeros en un espacio de diálogo y construcción que permitió la socialización y la creación de experiencias.



*Ilustración 13. Taller dibujo y pintura Yo Comparto Mi Saber*

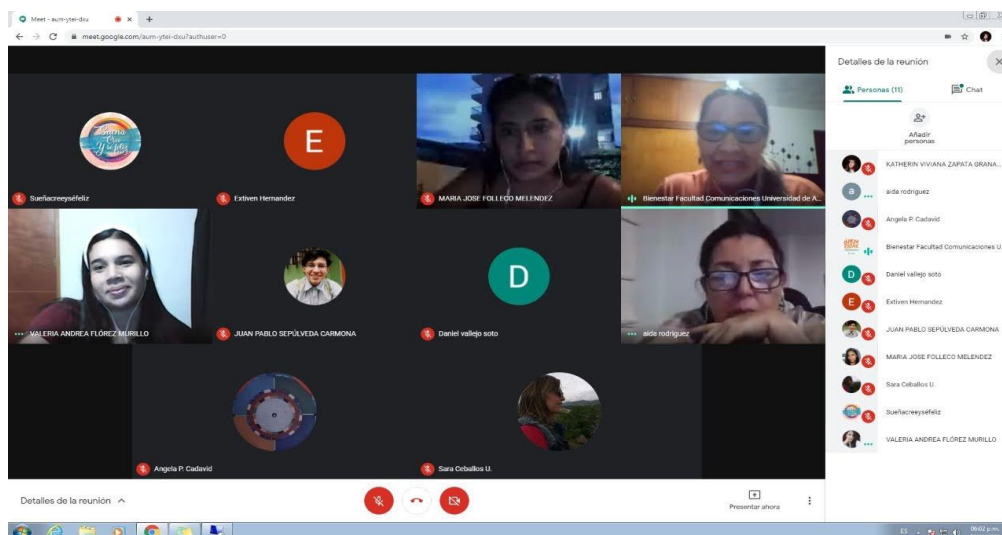
## **5.7. Los padres también aprenden en la U**

Esta estrategia de Bienestar permite vincular a los padres de familia con la vida universitaria, con el fin de que las familias sean protagonistas en el desarrollo de las carreras de sus

hijos. Inicialmente en la práctica solidaria se planteó la realización de un taller con los padres impactando un 25% de estos, sin embargo por diferentes problemáticas como disturbios en el campus y el cierre de la universidad debido a la pandemia por el Coronavirus, no fue posible la realización de este taller. No obstante, como solución alternativa y con el objetivo de que a pesar de que la universidad estuviera cerrada, los padres se sintieran acogidos por Bienestar se realizó un video para los padres en el cual se brindan herramientas para la sana convivencia en casa y se siguieron realizando los encuentros de manera virtual.

El tema de la pandemia requiere reinventarse y atender asuntos familiares, por esa razón el video se convierte en una herramienta para que los padres de familia puedan manejar de buena manera dificultades que se puedan presentar en los hogares.

En la práctica regular se siguió acompañando esta estrategia. En total se realizaron 4 encuentros en el 2020, los últimos jueves de cada mes correspondientes a los meses de agosto, septiembre, octubre y noviembre, se contó con la participación de aproximadamente 10 padres de familia en cada encuentro. Las temáticas trabajadas en los talleres con los padres fueron: inteligencia emocional, convivencia en cuarentena, servicios de Bienestar y promoción de la salud mental.

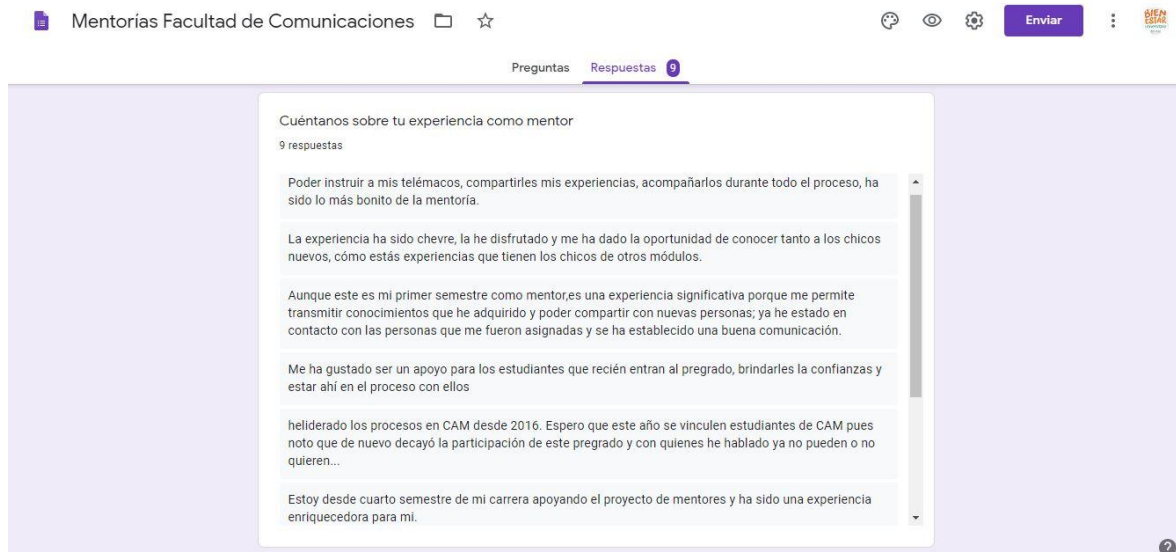


*Ilustración 14. Taller Los padres aprenden en la U, 8 de octubre de 2020.*

## 5.8. Acompañamiento entre pares

Esta es una estrategia con la que se busca garantizar, a través de un acompañamiento entre compañeros, la adaptación a la vida universitaria y la permanencia de los estudiantes recién vinculados a la universidad. Se cuenta con un equipo de estudiantes mentores (Alrededor de 10 estudiantes distribuidos en los 4 pregrados) que se encuentran en semestres avanzados y ellos son quienes acompañan a los nuevos estudiantes.

Con el fin de fortalecer este grupo de mentores, debido a que es una estrategia que necesita reactivarse, se realizó un primer sondeo a modo de encuesta preguntando a los estudiantes quienes deseaban seguir perteneciendo al equipo de mentores y cuáles eran sus aportes para la reactivación de la estrategia.



*Ilustración 15. Formulario de respuestas Acompañamiento entre Pares*

Las respuestas obtenidas mediante el sondeo mostraron que si bien para los mentores la experiencia es muy enriquecedora, es un poco complejo lograr apoyar el ingreso a la universidad de sus nuevos compañeros.

Seguido del sondeo por medio virtual, se dispuso un espacio de reunión para compartir ideas y propuestas para la apropiación de la estrategia de mentorías, sin embargo a la reunión asistieron 3 mentores. A pesar de la poca asistencia, se logró concretar retomar la activación de la estrategia mediante la revisión de las actividades que en esta se desarrollan, por ejemplo, la bienvenida a los nuevos estudiantes en las inducciones y la posibilidad de no sectorizar la estrategia por pregrados para dinamizar la socialización.

## **5.9. Pildoritas para la felicidad**

Una de las estrategias de Bienestar que se apoyó desde la práctica se denomina “Pildoritas para la felicidad” que tiene como objetivo brindar un mensaje a los estudiantes que contribuya a



aumentar su bienestar emocional. La estrategia de las Pildoritas se apoyó con la realización de algunas de estas:



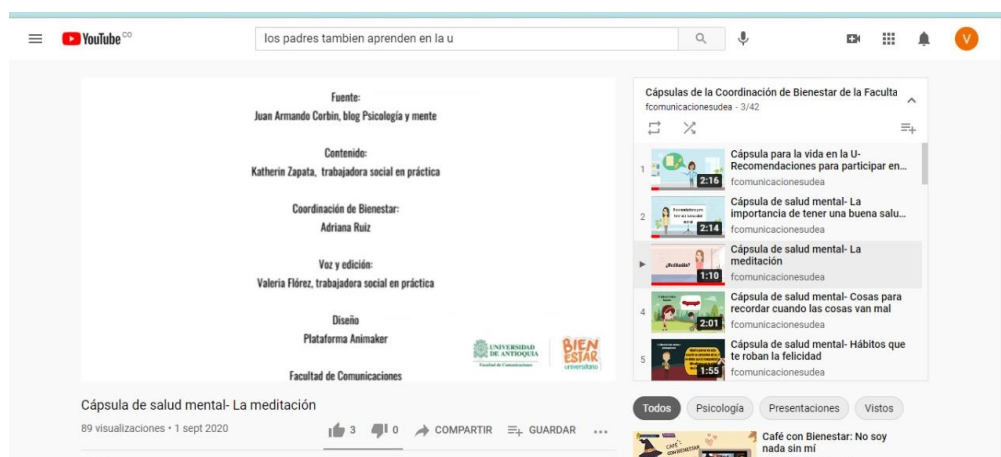
Ilustración 16. Pildorita para la felicidad publicada el 26 de febrero de 2021

### 5.10. Apoyo a la estrategia cápsulas y Stands

El objetivo de la estrategia de las cápsulas es promover actividades que permitan a los estudiantes de la Facultad de Comunicaciones mejorar habilidades para su salud física, mental y emocional, en su vida personal y en la Universidad mediante la realización de piezas audiovisuales.

Se gestionaron todos los recursos para la grabación de las cápsulas en la sala de televisión de la Facultad pero debido al cierre de la universidad por la pandemia no se pudo realizar la grabación de las cápsulas propuestas para el desarrollo de la práctica. Sin embargo se logró la edición de un video tipo cápsula entrelazando esta estrategia con la mencionada anteriormente “Los padres también aprenden en la U”.

Adicional a esto, se logró la realización y publicación de 4 cápsulas con temáticas como la meditación, estrategias para la ansiedad en procesos de selección, cómo tener una buena salud mental y cómo plantearse metas. Estas cápsulas se encuentran en el canal de YouTube de la Facultad y cuentan con más de 200 visualizaciones.



*Ilustración 17. Cápsula de salud mental, 1 de septiembre de 2020*

Los stands se desarrollan con la finalidad de contribuir a la disminución de los factores de riesgo mediante la promoción de los servicios de Bienestar y estrategias para mejorar el paso por la universidad de los estudiantes de la Facultad de Comunicaciones. Esta estrategia también se reformuló debido al cierre de la universidad. Por lo anterior, no fue posible desarrollar el stand formulado en el plan de acción de práctica solidaria.

## **6. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN**

### **6.1. Justificación**

La campaña Yo Me Hago Cargo surge como iniciativa de la Coordinación de Bienestar en la Facultad de Comunicaciones y Filología de la Universidad de Antioquia, a partir de la identificación de la necesidad de promover el autocuidado en los ámbitos físico, emocional y social en la comunidad de dicha Facultad.

Actualmente, esta campaña cuenta con el apoyo económico del Proyecto de Promotores del Bienestar -Estrategia de la Dirección de Bienestar Universitario de la Universidad de Antioquia y la Fundación Universidad de Antioquia- que busca apoyar diferentes procesos de la universidad dirigidos a el bienestar integral de la comunidad universitaria.

Fomentar estrategias del cuidado de sí, es de suma importancia en contextos universitarios debido a que en muchas ocasiones, la vida universitaria nos plantea a los estudiantes unas condiciones y desafíos de independencia y libertad que se deben saber manejar teniendo siempre presente el autocuidado. La llegada a la universidad trae consigo retos como la continuación de los proyectos de vida, encontrarse con nuevas formas de exigencia académica, nuevas personas y la responsabilidad que implica tener autonomía.

La campaña Yo Me Hago Cargo de la Facultad de Comunicaciones y Filología de la Universidad de Antioquia propone precisamente la importancia de fomentar esas estrategias de autocuidado que permiten asumir diferentes problemáticas que se pueden presentar teniendo siempre como punto de partida el autocuidado.

Por lo anterior, en el diagnóstico realizado para conocer los resultados de la implementación de la campaña Yo Me Hago Cargo, en el marco de la práctica de trabajo social en el segundo semestre del año 2020 en la Coordinación de Bienestar, se logró identificar que si bien hay

participación de algunos estudiantes y profesores, esta participación podría incrementar y llegar a más personas.

Cabe desatacar que la comunidad de la Facultad cuenta con aproximadamente 1000 estudiantes, 200 profesores y 50 empleados administrativos, de los cuales el 16% de estos asiste y participa de las actividades desarrolladas en la campaña, es evidente entonces que es necesario aumentar la participación.

Algunas de las razones por las cuales no se ha contado con una mejor participación son la manera de difundir las actividades, debido a que en ocasiones los estudiantes no ingresan a su correo electrónico institucional y las publicaciones en redes sociales no alcanzan el impacto deseado.

Sumado a lo anterior, la poca evaluación sobre la marcha que se realiza de estos procesos para un mejoramiento en el desarrollo. La incompatibilidad en los horarios de algunos estudiantes y los horarios planteados para las actividades es otra de las razones por las cuales no están asistiendo a las actividades.

Es por todo lo planteado, que se encuentra la necesidad de aumentar la participación en las actividades planteadas desde esta campaña, con el fin de que con esa participación se logre un mejor resultado de la implementación de esta que se constituya en fortalecer las herramientas de autocuidado de la comunidad de la Facultad.

Es importante que la comunidad de la Facultad participe de estos espacios y se apropie de ellos ya que se hace necesario hablar y reflexionar en contextos no académicos de la universidad, sobre pensamientos y sentimientos que nos generan contextos particulares como por ejemplo el de la pandemia generada por el SARS CoV-2.

Es importante también, en la medida en que actualmente la campaña cuenta con financiación del proyecto de Promotores del Bienestar, que la comunidad de la Facultad genere una mejor apropiación y pueda aprovechar el beneficio que genera el apoyo económico y se realice una buena destinación de este.

## **6.2. Marco Referencial**

### **Marco normativo\***

Acuerdo Superior 173 del 10 de junio del 2000, por el cual se expide el sistema de Bienestar Universitario de la Universidad de Antioquia que tiene como misión generar condiciones institucionales ético-pedagógicas que faciliten la convivencia y la tolerancia entre los miembros de la comunidad, y trasciendan los ámbitos académico y laboral.

Resolución Superior 2377 mediante la cual el Consejo Superior de la Universidad de Antioquia suspende el desarrollo de actividades académicas y administrativas presenciales en la Universidad durante los meses de marzo, abril y junio del 2020.

Resolución 2398 del 25 de agosto del 2020, por medio de la cual el Consejo Superior de la Universidad de Antioquia amplía el tiempo de suspensión de las actividades académicas y administrativas presenciales en la Universidad hasta que el gobierno nacional determine que existen condiciones de seguridad y salud pública que permitan el reinicio de las actividades en la Universidad.

\*Las resoluciones fueron tomadas de la página de la Universidad de Antioquia referenciada en la bibliografía.

### **Referente Teórico**

La teoría de referencia para esta propuesta de intervención es *el interaccionismo simbólico* en tanto va a permitir reconocer los significados que da la comunidad de la Facultad a los

contenidos de la campaña mediante las interacciones en las actividades y con las publicaciones. Reconociendo entonces estos significados se puede potenciar la participación. Blumer (1969) plantea que el interaccionismo simbólico se basa en tres premisas:

La primera es que el ser humano orienta sus actos hacia las cosas en función de lo que estas significan para él (...) la segunda premisa es que el significado de estas cosas se deriva de, o surge como consecuencia de la interacción social que cada cual mantiene con el prójimo. La tercera es que los significados se manipulan y modifican mediante un proceso interpretativo desarrollado por la persona al enfrentarse con las cosas que va hallando a su paso. (p. 2)

En este sentido esta teoría permite entender la importancia de la observación y el seguimiento a los procesos para la comprensión de los significados que las personas dan y cómo actúan en relación con estos significados.

Para mejorar la participación el interaccionismo simbólico como teoría va a permitir reconocer aspectos a tener en cuenta en las interacciones que se den en las actividades y cómo los significados particulares que cada asistente genera allí orientan sus actos, es decir, generar experiencias significativas va a permitir una continuidad de los asistentes en los procesos.

### **Referente Conceptual**

#### **Participación:**

Cuando se habla de participación generalmente se tiende a creer que tiene que ver con el hecho de estar o hacer parte de, pero esas dos acciones son sólo una parte de la participación.

Merhi (2011) plantea que:

En primer lugar, debemos definir el concepto de participar como tomar parte activa de algún hecho o decisión. La participación en sí requeriría asumir tres premisas: que se quiere participar en un hecho concreto, que se sabe cómo y que se cree que esa participación tendrá utilidad en el mismo. (p.1)

En línea con lo anterior la participación será entendida con las tres premisas mencionadas anteriormente, el hecho concreto de estar presente, que se tenga conocimiento de lo que se habla y en lo que se está participando y finalmente que se pueda encontrar alguna utilidad en lo que se participa.

### **Autocuidado:**

La campaña “Yo Me Hago Cargo” toma como principal elemento el autocuidado, debido a su importancia en la prevención, este será entendido como un conjunto de actos que tienen por objetivo la preservación de la vida propia. Estos actos, están cargados por una construcción social de la realidad permeada por la cultura a través de la historia. (Uribe,1999)

El autocuidado será entendido entonces como la relación que se tiene consigo mismo en tanto el individuo se hace cargo de sus necesidades y vela por la preservación de su vida tomando elementos de su medio que le permiten cuidar de su cuerpo en los ámbitos: emocional, físico y social.

### **Medios de difusión:**

Para lograr que la información sobre las actividades y demás estrategias que parten de la campaña puedan llegar a toda la comunidad de la Facultad, es importante realizar una buena difusión a través de los canales formales e informales de comunicación.

Esta difusión es importante que sea entendida en términos del dinamismo y la interacción, es decir, que logre ser llamativa para quienes la leen. Actualmente los medios de difusión

“involucran tanto los medios tradicionales como los espacios virtuales, dentro de los cuales destacan las redes sociales y los diversos mecanismos de interacción con grupos de personas con el apoyo de la tecnología” (Herrera, 2012, p.122)

Es de importancia entonces, revisar todos los canales disponibles y cómo funcionan los algoritmos de estos para lograr que las publicaciones tengan un mejor impacto, además de la articulación con el área de comunicaciones de la Facultad que se convierte también en un medio.

### **Seguimiento y evaluación:**

El seguimiento y la evaluación a las actividades y estrategias que se presenten en el desarrollo del proyecto va a permitir que la campaña alcance su objetivo de desarrollo, además de fortalecer aspectos que se identifiquen por mejorar. El seguimiento y la evaluación tienen:

La finalidad de aumentar la eficiencia y la efectividad de los recursos empleados, minimizando pérdidas y maximizando la obtención de resultados esperados (...) el plan de supervisión o evaluación se convierte en una cuestión decisiva, pudiendo representar la diferencia entre el éxito y el fracaso. (Barbosa, 2013. p.112)

Es necesario reconocer que existen una diferencia entre seguimiento y evaluación, el seguimiento se realiza sobre la marcha, verificando por ejemplo si se está cumpliendo el objetivo de las actividades o si por el contrario se está desviando, mientras que la evaluación es donde se analizan los resultados obtenidos, verificando qué tan acorde fue el objetivo planteado con las necesidades de la comunidad (Barbosa, 2013), en este caso plantearía qué tanto aumentó la participación en las actividades de la campaña Yo Me Hago Cargo.



### **6.3. Finalidad**

#### **Objetivo General**

Fomentar la participación de la comunidad de la Facultad de Comunicaciones y Filología en la campaña Yo Me Hago Cargo de la Coordinación de Bienestar.

#### **Objetivos Específicos**

- Sensibilizar a la comunidad de la Facultad frente a la importancia de los contenidos de la campaña Yo Me Hago Cargo.
- Fortalecer los contenidos y horarios de las actividades de la campaña.
- Mejorar los medios de difusión de las actividades de la campaña Yo Me Hago Cargo.
- Realizar seguimiento y evaluación a las diferentes actividades realizadas en el marco de la campaña Yo Me Hago Cargo.

### **6.4. Beneficiarios**

Beneficiarios directos: este proyecto está dirigido a la comunidad de la Facultad de Comunicaciones que a la fecha de junio de 2020 cuenta con 1078 estudiantes de pregrado de Medellín y Regiones (Andes, Apartadó, Carmen de Viboral, Sonsón).

299 profesores, discriminados por 208 profesores de cátedra, 2 profesores de libre nombramiento y remoción, 43 profesores ocasionales y 46 profesores vinculados.

La Facultad cuenta con aproximadamente 50 empleados administrativos distribuidos en las diferentes dependencias.

Beneficiarios indirectos: Familias, círculos sociales cercanos de los estudiantes, profesores y personal administrativo de la Facultad, debido a que las herramientas que puedan adquirir de la

participación en las actividades de la campaña pueden ser trasladadas a estos y materializarse en el mejoramiento de sus relaciones.

### 6.5. Plan operativo

Estrategia	Actividades	Indicadores	Fuente de Verificación
Sensibilización a la comunidad de los contenidos de la campaña	<p>-Realización de 8 Infografías (2 por mes) donde se hable sobre la importancia del autocuidado y se puedan publicar por redes y por el correo institucional.</p> <p>- Realización de un encuentro virtual en el marco de la estrategia un café con Bienestar sobre el tema: ¿Y tú cómo te cuidas? para identificar acciones en pro del autocuidado.</p> <p>-Realizar saloneo virtual en cada curso una vez cada inicio de semestre, para hablar sobre la importancia de los contenidos de la campaña de una manera didáctica.</p>	<p>Cantidad de infografías realizadas y su interacción con ellas.</p> <p>Cantidad de participantes en el taller ¿y tú cómo te cuidas?</p> <p>Cantidad de estudiantes visitados en el saloneo virtual.</p>	Imágenes y registro de asistencia.
Fortalecimiento de contenidos y horarios	<p>-Realizar un sondeo virtual, a través de las redes y el correo institucional mediante el cual se pueda conocer los mejores horarios disponibles para realizar las actividades y las temáticas de interés.</p> <p>-Contrato de personas especializadas en las diferentes temáticas abordadas en las actividades.</p>	<p>Respuestas de sondeo virtual sobre temas y horarios.</p> <p>Cantidad de personas especializadas contratadas.</p>	Respuestas de sondeo virtual, imágenes.
Fortalecimiento de medios de difusión	<p>-8 Actividades Autogestionables: Realización de juegos y dinámicas virtuales para la interacción relacionadas con el autocuidado. (boletín y redes sociales)</p> <p>-Creación de página de instagram de la Coordinación de Bienestar para una mejor difusión de las actividades.</p> <p>-Proponer temática de autocuidado para el concurso de fotografía realizado por la</p>	<p>Cantidad de respuestas a las actividades autogestionables.</p> <p>Seguidores y cantidad de interacción con las publicaciones de instagram, Facebook y Youtube.</p>	Imágenes

Estrategia	Actividades	Indicadores	Fuente de Verificación
	Coordinación de Bienestar y enlazarlo con los contenidos de la campaña.	Cantidad de participantes en el concurso de fotografía.	
Seguimiento y evaluación de las actividades	Creación de herramientas como padlets, ruletas, mentimeter y formularios para la evaluación de las sesiones. -Enviar formularios al final de cada sesión para identificar fortalezas y oportunidades de mejoramiento.	Cantidad de respuestas a las evaluaciones de las actividades. Mejoramiento en el proceso de las actividades.	Respuestas de los formularios.

Tabla 5. Plan operativo. Propuesta de intervención

## 6.6. Resultados esperados

META	INDICADOR	FUENTE DE VERIFICACIÓN
A junio de 2021 se sensibilizó el 60% de la comunidad de la Facultad sobre la importancia de los contenidos de la campaña.	Porcentaje de la comunidad de la Facultad sensibilizada sobre la importancia de los contenidos de la campaña.	Imágenes, respuestas de formularios.
A julio de 2021 se fortalecieron los contenidos de la campaña en un 40% y definieron un horario posible para una mejor asistencia.	Porcentaje de fortalecimiento de los contenidos de la campaña. Horario definido	Imágenes.
Al finalizar el proyecto se incrementaron en un 40% la interacción con las publicaciones en redes sociales y correo institucional.	Porcentaje de interacción con las publicaciones en redes sociales y correo institucional.	Imágenes.
Al finalizar el proyecto se realizó seguimiento y	Porcentaje de actividades evaluadas.	Respuestas de formularios, análisis del seguimiento.

META	INDICADOR	FUENTE DE VERIFICACIÓN
evaluación al 90% de las actividades.		

*Tabla 6. Resultados esperados propuesta de intervención.*

### **6.7. Fuentes de financiación**

Este proyecto tiene un valor total de 34 millones de los cuales, 28 millones son aportes en especie de la Unidad de Bienestar de la Facultad de Comunicaciones básicamente de rubros como equipo de trabajo, insumos y medios tecnológicos. Además, este proyecto contará con el apoyo financiero del Proyecto Promotores del Bienestar que seleccionó a la campaña Yo Me Hago Cargo como uno de sus proyectos a financiar. Además, en la medida de lo posible con apoyo en recursos económicos de la Facultad de Comunicaciones y Filología.

### **6.8. Viabilidad**

Esta propuesta es pertinente en tanto tiene objetivos alcanzables y se puede desarrollar con recursos propios, además es importante que la comunidad de la Facultad se apropie de los espacios generados para ellos.

La propuesta no supone daños ambientales ya que no desperdicia recursos no renovables y está pensada para realizarse de manera virtual. El costo económico de la campaña es viable en tanto existen recursos en especie con los que cuenta la Coordinación de Bienestar que no suponen un valor económico agregado pero que aportan significativamente al desarrollo de la propuesta, como lo son el equipo interdisciplinar de la Coordinación y los equipos tecnológicos que permiten la realización de las diferentes estrategias virtuales.

Además cuenta con la financiación del proyecto Promotores del Bienestar, una iniciativa de la Dirección de Bienestar Universitario de la Universidad y la Fundación Universidad de Antioquia que busca cofinanciar proyectos que aporten al bienestar integral de la comunidad universitaria

El impacto social de la campaña está directamente relacionado con los estudiantes, profesores y empleados de la Facultad quienes se verán beneficiados con el aporte a sus herramientas de autocuidado en los ámbitos social, emocional y físico, tan necesarios sobre todo en el momento actual de pandemia.

## 7. CONCLUSIONES

El proceso de práctica genera valiosas reflexiones en ámbitos metodológicos y en el quehacer del trabajador social. Es importante reflexionar frente a la relación de la teoría y la práctica ya que estas son complementarias e inciden en los resultados de la intervención social.

Como trabajadores y trabajadoras sociales debemos tener presente la importancia de que nuestras acciones tengan una intención fundamentada en la transformación, para eso es necesario estar en constante proceso de construcción de un bagaje teórico que nos permita realizar una buena intervención.

La historia del Trabajo Social siempre ha estado presente el hacer, por lo anterior, se le ha dado un segundo lugar a la teoría. En este sentido, se hace necesario una complementariedad entre la teoría y la práctica ya que no se pueden considerar como opuestas, sino que a través de la práctica se genera teoría que a su vez permite una mejor práctica.

Cada contexto, lugar, grupo o comunidad en el que se desee hacer una intervención es diferente y tiene sus propias particularidades, es importante dejar de lado la homogeneización y entender que no hay fórmulas que sean aplicables a todos los contextos, ahora bien, no se puede hablar de fórmulas pero si de puntos de partida que aportan luz frente a cómo lograr una buena transformación.

Estos puntos de partida son las teorías, debido a que estas presentan formas de trabajo que permiten desarrollar acciones de transformación fundamentadas, cuando las acciones de intervención se planean teniendo en cuenta la teoría y lo que esta plantease pueden tener mejores resultados.

Diferenciar la práctica fundada en un actuar conceptual y reflexivo, de aquella otra que resulta de un proceso de acción sustentada en el ensayo y error sin soporte crítico ni conceptual, es una de las tareas a emprender por la profesión.(Vélez, 2003, p. 25)

El Trabajo Social se caracteriza por ser una disciplina eminentemente práctica, es decir, es una disciplina que constantemente necesita de la interacción social y de las relaciones para su desarrollo.

En la interacción, es decir en la práctica, se logran conocer las necesidades, preocupaciones, demandas, angustias, soluciones o puntos de vista que tenga un grupo, comunidad o un individuo frente a un problema social particular que le atañe, una vez conocido lo anterior es necesario que la actuación esté basada en planteamientos bien fundamentados y en permanente evaluación.

Por otra parte es inevitable el surgimiento de dificultades en la ejecución de un plan de acción. Una dificultad significativa en este proceso fue el hecho del cierre de la universidad por la emergencia sanitaria, sin embargo es importante encontrar soluciones que se adapten a las circunstancias y que permitan dar cumplimiento a los objetivos así esto signifique reformular y reprogramar planes iniciales.

Uno de los retos más grandes de esta práctica fue la virtualidad y enfrentar la pandemia, el aislamiento social y las problemáticas de salud mental que no solo agobiaban a los estudiantes y compañeros del equipo de Bienestar, sino también las implicaciones personales que trajo consigo esta situación. Una de las principales experiencias de este reto es que siempre se está en un constante aprendizaje, incluso cuando se supone estamos interviniendo en función de promover el bienestar de otros, estamos cambiando nuestra forma de pensar y asimismo promoviendo nuestro propio bienestar.

Finalmente el objetivo inicial planteado para la práctica se logró cumplir en la medida en que se realizó un aporte a la satisfacción de las necesidades de los estudiantes de la Facultad de Comunicaciones y Filología, en el marco de las líneas estratégicas de la Coordinación.



## 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acuerdo Superior 173 de 13 de junio de 2000. Consejo Superior Universidad de Antioquia.

Recuperado

de:

[http://comunicaciones.udea.edu.co/autoevaluacioncomunicaciones/images/Sitio\\_informe/Anexos/Acuerdos%20Superiores/Acuerdo%20Superior%20173%20de%202000.pdf](http://comunicaciones.udea.edu.co/autoevaluacioncomunicaciones/images/Sitio_informe/Anexos/Acuerdos%20Superiores/Acuerdo%20Superior%20173%20de%202000.pdf)

Barbosa, E. F., & de Moura, D. G. (2013). *Proyectos educativos y sociales: planificación, gestión, seguimiento y evaluación* (Vol. 125). Narcea Ediciones.

Blumer, H. (1982). *El interaccionismo simbólico*. Barcelona: Hora. Merhi, R. (2011). Las claves de la participación estudiantil en la universidad española.

Ceballos Uribe, S. (2018). Estudio institucional - Bienestar Facultad de Comunicaciones. Coordinación de Bienestar Facultad de Comunicaciones. *Plan de Acción – Programa de Bienestar 2018 – 2021*. (s.f.)

Gergen, Kenneth. (2007). *Construccionismo Social Aportes Para El Debate y La Práctica*. Ediciones Uniandes. Universidad de los Andes. Bogotá.

Herrera, H. H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Revista reflexiones*, 91(2).

Kisnerman, N. (1998). *Pensar el trabajo social*. Sites/Lumen.

Ministerio Nacional de Educación de Colombia. *Lineamientos de política de bienestar para instituciones de educación superior*. Recuperado de: [http://cms.mineducacion.gov.co/static/cache/binaries/articles-360314\\_recurso.pdf?binary\\_rand=1681](http://cms.mineducacion.gov.co/static/cache/binaries/articles-360314_recurso.pdf?binary_rand=1681)

Marshall, Catherine & Rossman, Gretchen B. (1989). *Designing qualitative research*. Newbury Park, CA: Sage

Merhi, R. (2011). Las claves de la participación estudiantil en la universidad española.

Plan de desarrollo UdeA 2017-2027: “Una universidad innovadora para la transformación de los territorios”. Recuperado de: <http://www2.udea.edu.co/webmaster/multimedia/plan-desarrollo-udea/plan-desarrollo-udea.pdf>

Portal Universidad de Antioquia – Comunicaciones – Sobre la Facultad de Comunicaciones. Recuperado de: <http://portal.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/inicio/institucional/unidades-academicas/facultades/comunicaciones/comunicaciones>

Quintero (s.f.). Tres estilos de trabajo en las ciencias sociales. Recuperado de: [https://www.academia.edu/16584614/Tres\\_estilos\\_de\\_trabajo\\_en\\_las\\_ciencias\\_sociales?auto=download](https://www.academia.edu/16584614/Tres_estilos_de_trabajo_en_las_ciencias_sociales?auto=download)

Jaramillo, T. M. U. (1999). El autocuidado y su papel en la promoción de la salud. *Investigación y educación en enfermería*, 17(2), 109-118.

Universidad de Antioquia. Recuperado de: <https://n9.cl/dw02r>

Uribe, T. (1999). El autocuidado y su papel en la promoción de la salud. *Investigación y educación en enfermería*, 17(2), 109-118.

Vélez, O. L. (2003). *Reconfigurando el Trabajo Social*. Recuperado de [https://www.academia.edu/28831943/Reconfigurando el trabajo social -  
Olga Luc%3%ADa V%3%A9lez Restrepo 1](https://www.academia.edu/28831943/Reconfigurando_el_trabajo_social_-Olga_Luc%3%ADa_V%3%A9lez_Restrepo_1)

## 9. ANEXOS

Anexo 1. Plan de trabajo práctica solidaria

ESTRATEGIAS ENMARCADAS EN CAMPAÑA "YO ME HAGO CARGO"	OBJETIVO	POBLACIÓN	META HASTA EL 7 DE ABRIL	INDICADOR	ACTIVIDADES	FUENTE DE VERIFICACIÓN	OBSERVACIONES
Apoyo a la estrategia "Cápsulas"	Promover estrategias que permitan a los estudiantes de la Facultad de Comunicaciones mejorar habilidades para su salud física, mental y emocional, en su vida personal y en la Universidad	Estudiantes de la Facultad de Comunicaciones.	Crear 2 cápsulas con estrategias mejoradas sobre la vida en la Universidad, para los estudiantes de la Facultad.	Cantidad de cápsulas publicadas al 30 de marzo de 2020	Desarrollo de video animado cápsula "los autos de la vida"	Texto escrito y video publicado en la página de Facebook de Bienestar.	
					Desarrollo de video animado cápsula "los autos de la vida"	Texto escrito y video publicado en la página de Facebook de Bienestar.	
Stands	Contribuir a la disminución de los factores de riesgo	Comunidad académica de la F.C.	Haber implementado 1 stand promocionando los	Cantidad de stands implementados.	Planeación de actividad, diseño de publicidad y	Planeación de actividad, material publicitario.	

ESTRATEGIAS ENMARCADAS EN CAMPAÑA "YO ME HAGO CARGO"	OBJETIVO	POBLACIÓN	META HASTA EL 7 DE ABRIL	INDICADOR	ACTIVIDADES	FUENTE DE VERIFICACIÓN	OBSERVACIONES
	mediante la promoción de los servicios de Bienestar y estrategias para mejorar el paso por la universidad de los estudiantes de la Facultad de Comunicaciones.		servicios de Bienestar y estrategias para mejorar el paso por la universidad.		gestión de materiales para los stands.		
					Implementar 1 stand sobre el consumo responsable "pequeñas acciones que cambian el mundo"	Listas de asistencia y fotografías.	
Pausas activas	Fortalecer el espacio de pausas activas donde los estudiantes puedan reforzar sus habilidades sociales y académicas para la vida	Estudiantes de la Facultad de Comunicaciones.	Haber apoyado el espacio de pausas activas que permiten fortalecer habilidades sociales y académicas de los estudiantes	Cantidad de pausas activadas realizadas	Planear actividad y convocar a los estudiantes.	Planeación de actividad y material publicitario.	
					Ejecución de pausa activa.	Registro fotográfico y lista de asistencia.	Las pausas activas tendrán una duración de 15 minutos máximo y se realizarán semanalmente

ESTRATEGIAS ENMARCADAS EN CAMPAÑA "YO ME HAGO CARGO"	OBJETIVO	POBLACIÓN	META HASTA EL 7 DE ABRIL	INDICADOR	ACTIVIDADES	FUENTE DE VERIFICACIÓN	OBSERVACIONES
	universitaria.		es de la Facultad.				te los viernes
Los padres también aprenden en la U	Promover los entornos protectores con los padres de familia de la Facultad de Comunicaciones.	Padres de familia de la Facultad de Comunicaciones.	<p>Haber dictado un taller a los padres de familia de la Facultad enmarcada en la campaña de autocuidado</p> <p>Que el 25 % de padres de familia participe de los talleres</p>	<p>Taller dictado a los padres de familia</p> <p>Porcentaje de los padres de familia que asistieron al taller</p>	Planear actividad, diseñar y ejecutar taller para padres de familia	Planeación de actividad, registro fotográfico y material publicitario.	Este taller se realiza el último jueves de cada mes
Acompañamiento entre pares	Garantizar, a través de un acompañamiento entre compañeros, la adaptación a la vida universitaria.	Estudiantes de la Facultad de Comunicaciones.	Haber renovado y fortalecido el grupo de mentorías de la facultad y que este programa	Cantidad de estudiantes mentores		Registro fotográfico	Para esta estrategia a la fecha aún no se han definido actividades

ESTRATEGIAS ENMARCADAS EN CAMPAÑA "YO ME HAGO CARGO"	OBJETIVO	POBLACIÓN	META HASTA EL 7 DE ABRIL	INDICADOR	ACTIVIDADES	FUENTE DE VERIFICACIÓN	OBSERVACIONES
	ria y la permanencia de los estudiantes recién vinculados		esté en funcionamiento permanente				
Actividades transversales	Contribuir al reconocimiento de los estudiantes con buen rendimiento académico.	Estudiantes de la Facultad de Comunicaciones.	Por medio del apoyo al diseño de perfiles, haber reconocido a los estudiantes con buen rendimiento académico de la F.C.	Número de reconocimientos realizados en los perfiles.	Redactar perfil.	Texto escrito.	Esta actividad corresponde a la estrategia "Perfiles" implementada por Bienestar.
	Brindar orientación permanente a los estudiantes que se acerquen a la	Estudiantes de la Facultad de Comunicaciones.	Haber brindado asesoría a los estudiantes que se comunican con Bienestar	Cantidad de estudiantes orientados frente a los servicios y	Asesorar a los estudiantes que se comunican con Bienestar.	Seguimiento de la cantidad de personas que solicitan información.	

ESTRATEGIAS ENMARCADAS EN CAMPAÑA "YO ME HAGO CARGO"	OBJETIVO	POBLACIÓN	META HASTA EL 7 DE ABRIL	INDICADOR	ACTIVIDADES	FUENTE DE VERIFICACIÓN	OBSERVACIONES
	Dirección de Bienestar, por medio de cualquier estrategia de comunicación.		, acerca de sus servicios y programas.	programas de bienestar universitario	Uso de redes sociales para difundir los servicios y actividades de Bienestar.	Publicidad en página de Facebook de la Facultad.	
Actividades emergentes	Promover la cercanía de los estudiantes con la oficina de la Coordinación de Bienestar.	Estudiantes de la Facultad de Comunicaciones.	Haber invitado a los estudiantes a conocer y acceder a los servicios de Bienestar	Cantidad de estudiantes invitados a conocer los servicios y programas.	Diseñar presentación y dar a conocer los servicios de Bienestar en la oficina.	Registro fotográfico.	

ESTRATEGIAS	OBJETIVO	POBLACIÓN	META HASTA EL 8 DE MARZO DE 2021	INDICADOR	ACTIVIDADES	FUENTE DE VERIFICACIÓN	OBSERVACIONES
Apoyo a la estrategia "Cápsulas"	Desarrollar temáticas sobre la vida universitaria y la salud mental en videos cortos denominados "cápsulas para la vida en la U" y "cápsulas de salud mental".	Estudiantes, empleados y docentes de la Facultad de Comunicaciones.	Edición y publicación de 10 cápsulas con temáticas sobre la vida en la Universidad y la salud mental.	Cantidad de cápsulas publicadas.	Desarrollo y edición de video de 5 "cápsulas para la vida en la U" con temas sobre manejo del tiempo de estudio.	Cápsulas publicadas en la página de Facebook de la Facultad de Comunicaciones y en el canal de YouTube de acompañamiento entre pares.	
					Desarrollo y edición de video de 5 "cápsulas de salud mental" con temas sobre el autoconocimiento.	Cápsulas publicadas en la página de Facebook de la Facultad de Comunicaciones y en el canal de YouTube de acompañamiento entre pares.	
Los padres también aprenden en la U.	Generar y mantener activo el vínculo de los padres de familia de los	Padres de familia de la Facultad de Comunicaciones.	Haber dictado cinco talleres de manera virtual	Talleres dictados a los padres de familia.	Planear actividad, diseñar y ejecutar los 5 talleres para	Documento de planeación de talleres Registro fotográfico Material	Este taller se realiza el último jueves de cada mes de manera virtual.



ESTRATEGIAS	OBJETIVO	POBLACIÓN	META HASTA EL 8 DE MARZO DE 2021	INDICADOR	ACTIVIDADES	FUENTE DE VERIFICACIÓN	OBSERVACIONES
	estudiantes con la Universidad.		a los padres de familia de la Facultad.		padres de familia.	publicitario.	
			Que el 25 % del total de padres de familia participe de los talleres.	Porcentaje de los padres de familia que asistieron al taller.			
Acompañamiento entre pares.	Generar apropiación por parte de los estudiantes mentores a la estrategia de acompañamiento entre pares.	Estudiantes mentores de la Facultad de Comunicaciones.	Implementar estrategias para apropiación y continuación del grupo de estudiantes mentores.	Cantidad de estudiantes mentores.	Reunión con estudiantes para revisar continuidad de la estrategia.	Registro fotográfico, asistencia.	

ESTRATEGIAS	OBJETIVO	POBLACIÓN	META HASTA EL 8 DE MARZO DE 2021	INDICADOR	ACTIVIDADES	FUENTE DE VERIFICACIÓN	OBSERVACIONES
Actividades transversales	Contribuir al reconocimiento de los estudiantes con buen rendimiento académico.	Estudiantes de la Facultad de Comunicaciones.	Haber reconocido a 5 estudiantes con buen rendimiento académico de la Facultad de Comunicaciones.	Número de reconocimientos realizados en los perfiles.	Apoyo en la redacción de los perfiles	Pieza con el perfil realizado	Esta actividad corresponde a la estrategia "Perfiles" implementada por Bienestar.
	Brindar orientación permanente a los estudiantes que se acercan a la Dirección de Bienestar, por medio de cualquier estrategia de comunicación.	Estudiantes de la Facultad de Comunicaciones.	Haber brindado asesoría al 100% de los estudiantes que se comunican con Bienestar, acerca de sus servicios y programas (de	Porcentaje de estudiantes orientados frente a los servicios y programas de Bienestar Universitario	Asesorar a los estudiantes que se comunican con Bienestar.  Uso de redes sociales para difundir los servicios y actividades de Bienestar.	Registro de seguimiento y fotografías de las asesorías virtuales.  Publicaciones en página de Facebook de la Facultad.	

ESTRATEGIAS	OBJETIVO	POBLACIÓN	META HASTA EL 8 DE MARZO DE 2021	INDICADOR	ACTIVIDADES	FUENTE DE VERIFICACIÓN	OBSERVACIONES
			manera virtual hasta que se reabra la Universidad).				
Café con Bienestar	Mantener el Café como espacio de conversación para la comunidad de la Facultad en medio del aislamiento generado por el Sars- Cov 2	Comunidad Facultad de Comunicaciones	Moderar 10 sesiones del Café con Bienestar	Cantidad de Cafés realizados	Planeación y ejecución de las temáticas en los diferentes talleres de Café con Bienestar	Fotografías y actas de realización de café	
Campaña "Yo comparto mi saber"	Generar la apropiación y reconocimiento de la coordinación de Bienestar mediante talleres de arte	Estudiantes Facultad de Comunicaciones.	Creación y fortalecimiento de la estrategia.	Talleres de arte dictados por los estudiantes.	Sondeo inicial para posterior comienzo de los talleres de arte.	Fotografías y formularios de drive.	
					Inscripción e inicio de talleres.	Fotografías y listas de asistencia.	

ESTRATEGIAS	OBJETIVO	POBLACIÓN	META HASTA EL 8 DE MARZO DE 2021	INDICADOR	ACTIVIDADES	FUENTE DE VERIFICACIÓN	OBSERVACIONES
	dictados por los estudiantes de la Facultad.						
Actividades emergentes.	Apoyar las diferentes actividades que demanden atención de la coordinación de Bienestar.	Coordinadora de Bienestar.	Apoyar el 90% de las diferentes actividades que demanden atención de la coordinación.	Porcentaje de actividades emergentes apoyadas.	Participación en reuniones, cursos e inducciones.	Registro fotográfico.	