

CONSTRUCCIÓN PERIODÍSTICA DE LA SALUD MENTAL Y ACTITUD DE LOS ESPAÑOLES EN LA BÚSQUEDA Y PRODUCCIÓN DE INFORMACIÓN DIGITAL

Lorena CANO-ORÓN

Carolina MORENO-CASTRO



REFERENCIA:

Cano-Orón, Lorena y Moreno-Castro, Carolina (2019). *Construcción periodística de la salud mental y actitud de los españoles en la búsqueda y producción de información digital*. Valencia: Federació Salut Mental Comunitat Valenciana.

ISBN: 978-84-949959-4-1

1ª edición, Valencia, junio 2019



Las autoras, 2019

Lorena Cano-Orón

Carolina Moreno-Castro

Acuarela de portada: Alicia Luján Moreno

Edición:

ScienceFlows

Grupo de investigación de la Universitat de València

Facultad de Filología, Traducción y Comunicación

Avenida de Blasco Ibáñez, 32-5ª planta

46010 Valencia

Informe elaborado como resultado de la I Beca en Comunicación y Salud Mental financiada por Federació Salut Mental Comunitat Valenciana, organización social sin ánimo de lucro que agrupa a las asociaciones de la comunidad valenciana relacionadas con la salud mental.

TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN DEL INFORME	5
AUTORAS	7
1. INTRODUCCIÓN	8
1.1. SALUD MENTAL Y ESTIGMA SOCIAL	12
1.1.1. ¿Qué es una enfermedad mental?	12
1.1.2. Cifras ilustrativas	12
1.1.3. Estigma: causas y consecuencias	14
2. SALUD MENTAL Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	17
2.1. PERSPECTIVA INTERNACIONAL	17
2.2. ESPAÑA	18
2.3. SALUD MENTAL EN IMÁGENES	20
3. MÉTODO DE TRABAJO	21
3.1. MUESTRA	21
3.1.1. La selección de los periódicos analizados	21
3.1.2. La selección de páginas de Facebook	23
3.1.3. Los descriptores de búsqueda en Google	24
3.2. METODOLOGÍA	25
3.2.1. El análisis de contenido en la prensa	25
3.2.2. El análisis de las páginas de Facebook	29
3.2.3. El análisis del buscador de Google	34
4. LA SALUD MENTAL EN LA PRENSA ONLINE ESPAÑOLA	35

5. LA SALUD MENTAL EN EL ESPACIO DIGITAL	41
5.1. EL ACCESO A LA INFORMACIÓN DIGITAL SOBRE TEMAS DE SALUD MENTAL	41
5.2. IMPACTO DE LA SALUD MENTAL EN FACEBOOK.....	47
6. CONCLUSIONES DEL INFORME	52
BIBLIOGRAFÍA.....	56

PRESENTACIÓN DEL INFORME

En el informe *Construcción periodística de la salud mental y actitud de los españoles en la búsqueda y producción de información digital* se analiza principalmente el tratamiento y la representación de la salud mental en los medios de comunicación. Para ello, se realiza un análisis cuantitativo y cualitativo de los textos periodísticos publicados en la prensa digital. El estudio cualitativo se ha basado en un análisis de contenido, mediante el vaciado de fichas de registro que, entre otros aspectos, permiten comprobar las tendencias formales y estilísticas que muestran los términos relacionados con la salud mental. Es decir, se comprueba la polarización del discurso construido por los medios, determinando si, en líneas generales, nos encontramos ante una imagen positiva, negativa o neutra. Asimismo, también se estudia la temática y el género periodístico en el que se abordan cuestiones relacionadas con la salud mental.

Este estudio se complementa con la aproximación al objeto de estudio a través de las búsquedas que se realizan en google y a través de las páginas de Facebook que están dedicadas a algún tema de salud mental.

Por un lado, se estudia el acceso en España a la información sobre salud mental a través de Google, herramienta principal que utilizan los usuarios de Internet para buscar información. De este modo, se detecta el comportamiento de los usuarios hacia las búsquedas relacionadas con diferentes problemas de salud mental.

Por otro lado, se analiza el impacto de la salud mental en Facebook a partir de la detección de las páginas públicas de la red social en cuyo nombre o descripción aparecen términos relacionados con la salud mental. Se analizan diversos factores que permiten conocer con mayor profundidad tanto la imagen de la salud mental que se construye de forma mayoritaria en Facebook, como los recursos que se utilizan para ello.

En síntesis, el presente informe estudia los medios de comunicación digitales para poder valorar cómo se difunden las noticias relacionadas con la salud mental. Teniendo en cuenta el papel esencial de los medios de comunicación en la creación de representaciones culturales, es necesario no solo saber cómo se está construyendo esa representación sino también evaluar el rol que están adoptando en la generación del estigma.

Asimismo, se presenta un análisis exploratorio que permite empezar a conocer qué tipo de conversaciones, imágenes e inquietudes circulan en Facebook y en Google sobre la salud mental.

Este trabajo ha sido elaborado en el marco del grupo de investigación *ScienceFlows*, por iniciativa de la *Federació Salut Mental Comunitat Valenciana*, propulsora de este proyecto mediante la I Beca en Comunicación y Salud Mental (2016).

AUTORAS



LORENA CANO ORÓN es estudiante de doctorado en la Universidad de Valencia, en el departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación, donde también forma parte del personal investigador en formación (programa FPI del Ministerio de Economía y Competitividad). En 2013 se graduó como estudiante de Comunicación Audiovisual, obteniendo el Premio Extraordinario de Grado. Durante el curso 2012/2013 fue becaria de colaboración por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Ha realizado el Máster de Investigación en Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona (2014) y el Máster de Interculturalidad, Comunicación y Estudios Europeos de la Universidad de Valencia (2015). Su línea de investigación está orientada al estudio de los flujos de contenidos en las redes sociales. Es miembro de dos equipos de trabajo, Mediaflows y ScienceFlows, donde colabora en el desarrollo de proyectos de I+D+i del Plan Nacional. Asimismo, también ha realizado estancias internacionales de investigación en la Universidad de Wisconsin-Madison (Estados Unidos) y en la Universidad de York (Toronto, Canadá).



CAROLINA MORENO CASTRO es Catedrática de Periodismo de la Universidad de Valencia. Es miembro del consejo asesor del Centro de Estudios de Ciencia, Comunicación y Sociedad de la Universidad Pompeu Fabra (CCS-UPF) y vocal de la Junta Directiva de la Asociación Española de Comunicación Científica (AECC). Desde que comenzó su trayectoria investigadora en el Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA) del CSIC, en 1993, hasta la actualidad, ha publicado numerosos trabajos sobre la representatividad, el tratamiento y la percepción social de la salud, la ciencia, la tecnología y el medio ambiente en los medios de comunicación. Asimismo, ha liderado numerosos proyectos de investigación sobre comunicación de riesgo y comunicación científica. Es la investigadora principal del grupo ScienceFlows de la Universitat de Valencia desde el que se estudian y analizan diferentes aproximaciones de la representación mediática de la ciencia, la salud, la tecnología y el medio ambiente. Ha impartido seminarios en Cornell University (Ithaca, Nueva York), en la Universidad Austral (Valdivia, Chile) y en las Universidades de Quilmes y Nacional Tres de Febrero de Buenos Aires (Argentina).

1. INTRODUCCIÓN

Un estudio, llevado a cabo en 2002 por la Organización Mundial de la Salud, afirmaba que los problemas de salud mental eran los responsables del 50% de todas las discapacidades en Europa Occidental. Sus consecuencias a corto plazo eran mayores que la combinación de los efectos de los dolores de espalda, los problemas cardíacos, los problemas pulmonares, la diabetes, el cáncer y todo lo demás. En España, de acuerdo con el estudio titulado “Evolución de la prevalencia de alto riesgo de trastornos mentales en población adulta española: 2006-2012”, publicado en 2017, uno de cada cinco españoles sufre o sufrirá a lo largo de su vida algún problema de salud mental. La incidencia es algo menor entre los hombres y mayor entre las mujeres, y aumenta significativamente con la edad, tanto en los hombres como en las mujeres (OMS, 2017a).

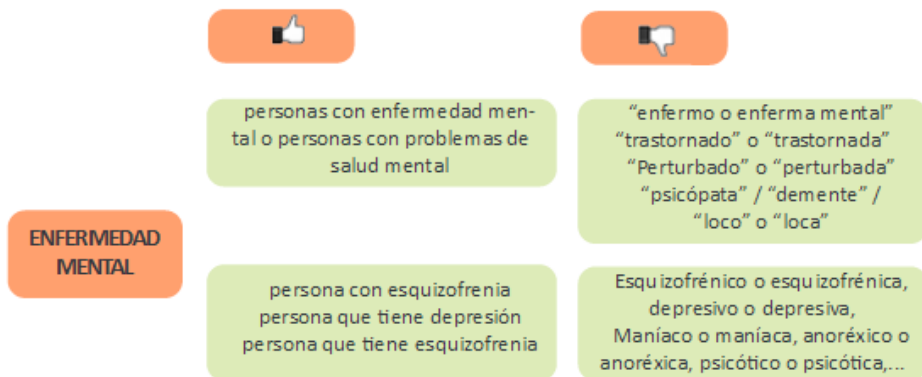
Por tanto, los problemas relacionados con la salud mental están muy presentes en nuestras vidas, por una experiencia directa del propio individuo, o a través de los familiares o amigos próximos. Sin embargo, por encima de las vivencias individuales y particulares, existen imaginarios, construcciones sociales y simbólicas, sobre la salud mental. En estas construcciones de los imaginarios sociales el papel que desempeñan los medios de comunicación es esencial. Por ello, se afirma que el imaginario social sobre las diferentes patologías que giran en torno a la salud mental está íntimamente relacionado con las representaciones que se difunden a través de los medios de comunicación. Los prejuicios preestablecidos socialmente entre una persona que tiene un problema, como la esquizofrenia, y la violencia, es el ejemplo paradigmático de imagen social difundida ampliamente a través de los diferentes medios de información. Esto simboliza lo que algunos autores han denominado como “la asociación percibida” por parte de los ciudadanos de un trastorno mental con un delito (Vicario y Moral, 2017).

La mala praxis periodística continúa generando imágenes negativas, estigmatizantes y sesgadas, sobre un individuo que tiene un problema de salud mental y la violencia o la agresividad. Este caso de estudio se presenta cuando ante un acontecimiento catastrófico como el que protagonizó copiloto de la compañía Germanwings, Andreas Lubitz, quien estrelló el avión comercial que pilotaba, contra una montaña de Los Alpes franceses y, a las 48 horas del suceso, los titulares de los medios correlacionaban su acto con una depresión. "Copiloto de avión estrellado padeció "grave depresión"" (*El Mundo*, 26/03/2015); "El piloto del vuelo de Germanwings había sufrido depresión y una crisis nerviosa" (*Infobae*, 26/03/2015); "El copiloto había sufrido de depresión y del síndrome de "burn out"" (*Clarins*, 26/03/2015); "Copiloto padecía de fuerte depresión y tenía incapacidad el día del accidente aéreo" (27/03/2015); etc.

Este accidente aéreo, que ocurrió el 24 de marzo de 2015, y en el que murieron 150 personas que viajaban a bordo, es un ejemplo robusto de cómo se patologiza un comportamiento de un individuo y se difunde a través de los medios de comunicación. No se estableció ninguna valoración, ni interpretación desde el punto de vista de la moral del individuo, sino que se coligió su acción con un problema de salud mental, como la depresión.

A pesar de que existen numerosas recomendaciones, códigos deontológicos y pautas de estilo elaboradas por diferentes asociaciones e incluso medios de comunicación (FEAFES, FAISEM o Canal Sur), el tratamiento de las noticias sigue siendo estigmatizante. Por ello, es importante que los profesionales que trabajan en los medios continúen implicándose en las noticias y aplicando las recomendaciones sugeridas por las citadas asociaciones (FEAFES, 2008; Mena *et al.*, 2010; Pérez, 2011; FEDEAFES, 2012; Álvarez *et al.*, 2013; y Asociación Española de Neuropsiquiatría, 2015).

Imagen 1: Ejemplo de algunas recomendaciones de las guías de estilo



Fuente: Álvarez *et al.* (2013:40)

La Oficina de Defensa de la Audiencia del Consejo Audiovisual de Andalucía¹ se ha pronunciado en diferentes ocasiones en relación con un tratamiento inadecuado de la enfermedad mental en los medios de comunicación. A través de su página web se pueden acceder a diferentes resoluciones vinculadas con problemas de salud mental. Básicamente, responden a la denuncia sobre el tratamiento de la esquizofrenia en un programa de televisión, donde se vinculaba una hipotética enfermedad mental con la comisión de un crimen; el tratamiento de la enfermedad mental, en una serie de ficción; o el tratamiento inadecuado de la bulimia en un programa de una cadena de ámbito nacional.

Por otra parte, se plantea el escenario opuesto, es decir, cuando la genialidad, se relaciona con una persona que padece un síndrome de asperger, o bien con la bipolaridad, la depresión, etc., creando un imaginario social en el que la estandarización del sujeto hacía un estado armónico no tendría ningún valor creativo o de genialidad. Esto es; correlacionar una patología de salud mental con la genialidad.

¹ Se puede acceder al Consejo Audiovisual de Andalucía a través de la siguiente página web: <http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/oda/conoce-la-oda>.

Existen numerosos ejemplos de casos en los que se representa a través del cine, de la literatura, y de las obras de arte en general, un determinado problema de salud mental como epítome de la genialidad, de la creatividad y hasta de niveles de CI, por encima de la media. Con ello, nos referimos a personajes reales o de ficción que pasan a la historia con el sello de la genialidad y su correlación con diferentes problemas. Betancourt Torres (2017), recoge en un trabajo publicado recientemente los problemas que tenían algunos pintores excepcionales con la depresión, como el trastorno más frecuente, a lo largo de su vida, como por ejemplo: Leonardo de Vinci; Rafael Sancio; Paul Gauguin; Claude Monet y Edouard Manet. Esta autora incluye también en la relación de artistas a Miguel Ángel, Rembrandt y Sandro Botticelli, que padecieron síntomas aún más intensos de la depresión, como la melancolía. Además, Francisco de Goya sufrió una psicosis maníaco-depresiva y Vincent Van Gogh tuvo cuadros demenciales que motivaron múltiples ingresos hospitalarios, además de padecer también de epilepsia. En sus biografías se destacan especialmente estos aspectos de salud mental, que nunca se destacarían de otras patologías, como por ejemplo la hipertensión, el hipotiroidismo, la diabetes, etc.

En el cine comercial existen numerosos ejemplos de películas que muestran la dualidad anteriormente expuesta. Esto es; por una parte, el ejemplo de la enfermedad mental versus genialidad, como se presenta en la biografía del matemático John Forbes Nash a través de la película *Una mente maravillosa*, dirigida por Ron Howard, en 2001. En esta línea también se enmarca el personaje de la actriz Penélope Cruz en la película *Vicky Cristina Barcelona* (2008) y como epítome de esta tipología de personajes, se puede destacar *La pasión de Camille Claudel* (1988). Por otra parte, existen numerosos ejemplos de películas en las que se muestran las relaciones entre la salud mental y los problemas de comportamientos o actitudes negativas derivadas de estas. Entre estas cintas, se pueden destacar: *Psicosis* (1960); *Alguien voló sobre el nido del cuco* (1975); *Taxi Driver* (1976); *El resplandor* (1980); *El silencio de los corderos* (1991); o la recientemente estrenada *Múltiple* (2017).

1.1. SALUD MENTAL Y ESTIGMA SOCIAL



Una de cada cuatro personas tiene o ha tenido una enfermedad mental a lo largo de su vida (FEDEAFES, 2012; OMS, 2016) y nadie está libre de formar parte de ese 25% de la población. Teniendo en cuenta este dato, que nos hace ver lo común que es tener una enfermedad mental, ¿cómo es posible que este colectivo se encuentre invisibilizado y estigmatizado?

1.1.1. ¿Qué es una enfermedad mental?

La enfermedad mental, según la Federación de Euskadi de Asociaciones de Familiares y Personas con Enfermedad Mental, puede definirse como “una alteración de tipo emocional, cognitiva y/o del comportamiento, en el que quedan afectados procesos psicológicos básicos como son la emoción, la motivación, la cognición la conciencia, la conducta, la percepción, el aprendizaje y el lenguaje” (FEDEAFES, 2012:5). Como se puede deducir de esta definición, existen distintos tipos de enfermedades mentales y distintos niveles de afectación, por lo que cuando hablamos de usuarios de salud mental o personas con problemas de salud mental, estamos nombrando a un conjunto muy heterogéneo de personas con distintas afecciones. Y es preciso destacar que no tiene por qué tratarse de una situación permanente.

1.1.2. CIFRAS ILUSTRATIVAS

Globales (OMS, 2017)

- **Depresión:** En 2015, 322 millones de personas viven con depresión, siendo el 4,4% de la población global. Es más común en mujeres (5,1%), que en hombres (3,6%). Entre 2005 y 2015, ha crecido un 18,4%.

- **Ansiedad:** En 2015, 264 millones de personas tienen un trastorno de ansiedad, siendo el 3,6% de la población global. También es más común entre mujeres (4,6%), que en hombres (2,6%). Desde 2005, el crecimiento ha sido del 14,9%.

España (Intress, 2016)

- El 9% de los españoles padece una enfermedad mental.
- Los problemas de salud mental son el 12,5% de todas las patologías.
- La enfermedad mental más diagnosticada es la depresión, representado entre el 4% y el 5% de la población española.

Comunidad Valenciana (Generalitat Valenciana, 2016)

- El riesgo de mala salud mental entre los adultos (mayores de 15 años) es del 24,6%, siendo el riesgo mayor en las mujeres (28,7%), que en los hombres (20,4%).
- En niños (hasta 14 años), el riesgo es del 3,8%. En este caso, el riesgo mayor es en niños (4,1%), que en niñas (3,8%).

Salud mental y empleo

- El 30,4% de las personas con un trastorno mental están en activo. Con respecto a 2014, esta cifra ha disminuido (INE, 2015).
- A nivel europeo, las personas con problemas de salud mental tienen problemas para incorporarse al mercado laboral. La diferencia entre la tasa de empleo de las personas con problemas de salud mental y aquellas que no los tienen es de un 30% (OECD/EU, 2016).

1.1.3. ESTIGMA: CAUSAS Y CONSECUENCIAS

El estigma es sinónimo de discriminación, de aislamiento, de distinción entre dos grupos de personas, de abandono y de temor; pero, sobre todo, de ignorancia. Uno de los problemas con los que lidian las personas con un problema de salud mental es el estigma social y el autoestigma, que son capaces de condicionar negativamente sus oportunidades laborales y personales. La percepción social de este tipo de enfermedades está muy sesgada, pues el imaginario colectivo que se ha creado a partir de la información proveniente de muchos años de caracterización de la persona con un problema de salud mental, es como alguien violento, peligroso, inestable y dependiente. Por ello, se insiste de forma reiterada que los medios de comunicación, representantes de la sociedad por excelencia, tienen una gran responsabilidad a la hora de abordar este tema.

Los estereotipos negativos que se han difundido han generado falsas creencias sobre las personas con problemas de salud mental, más allá de una faceta violenta o imprevisible, pues se ha representado como una enfermedad incurable, difícil de compaginar con una vida normal o de convivir con el resto y, como casos aislados, que no afectan a una mayoría (FEADEAFES, 2012; Corrigan et al, 2005 y 2013; Aragonès et al, 2014). Las descripciones que se realizan desde los medios de comunicación sobre la enfermedad mental o sobre las personas que la tienen han estado llenas de imprecisiones, exageraciones o, directamente, desinformaciones (Klin y Lemish, 2008), perpetuando desde los grandes medios la generación del estigma.

En el Eurobarómetro especial 345 sobre salud mental, publicado en 2010, se detectaba que dos tercios de la población europea se sentía cómodo hablando con una persona con un problema de salud mental grave, pero un 22% reconocía que era una situación incómoda por no saber cómo podría reaccionar la persona con un problema de salud mental. Los efectos de esta discriminación, que genera el estigma social, es la dificultad para integrar a este colectivo de personas en la sociedad, pero sobre todo, en el escenario laboral (Aragonès et al. 2014).

Obviamente, no son las representaciones de los problemas de salud mental que crean los medios las que limitan las oportunidades de las personas que las tienen, pero, sin duda, contribuyen a generar pensamientos y actitudes discriminatorios hacia ellos, a veces incluso por parte de las mismas personas que las tienen (Bowen, 2016). Este sentimiento de autoestigma puede llegar a retrasar el momento en que una persona se decida a pedir ayuda profesional o a pensar que está limitada por su nueva condición.

Son varias las asociaciones de salud mental que han tomado la iniciativa de promover estrategias para concienciar y luchar contra el estigma. A nivel internacional destacan las siguientes (Mena Jiménez, 2010; Borschmann *et al.*, 2014):

- **Time to change, Reino Unido** (<https://www.time-to-change.org.uk/>)
- **NAMI, Estados Unidos** (<https://www.nami.org/>)
- **SANE, Australia** (<https://www.sane.org/>)
- **Like minds, Like Mine, Nueva Zelanda** (<https://www.likeminds.org.nz/>)
- **BASTA, Alemania** (www.bastagegenstigma.de)
- **Open the Doors, iniciativa global** (<https://www.openthedoors.com/>)
- **SEE ME, Escocia** (<https://www.seemescotland.org/>)
- **'En Af Os' (One Of Us), Dinamarca** (<http://www.en-af-os.dk/>)
- **Don't Bottle It Up, Reino Unido** (<http://www.army.mod.uk/welfare-support/23386.aspx>)

Asimismo, una de las iniciativas más conocidas para sensibilizar a la sociedad sobre este tema y visibilizar al colectivo, huyendo de los estereotipos (Mateo Aguilar, 2013), fue la creación del **Día Mundial de la Salud Mental**, establecido el día 10 de octubre de 1992, por la Federación Mundial para la Salud Mental (WFMH) y por la OMS.

Además, es necesario que, desde los medios de comunicación, se divulgue un relato responsable que no reincida en la difusión de estigmas, pues está comprobado que las noticias negativas aumentan las creencias estigmatizadoras (Corrigan *et al.*, 2013). Como señala Revuelta *et al.* (2017), lo desconocido provoca rechazo y su consecuente estigmatización; hay que tratar a la enfermedad mental en condición de enfermedad y no como anécdota y alejarse de las connotaciones de induzcan a relacionarlo con la debilidad o con motivo de vergüenza.

2. SALUD MENTAL Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Para aquellas personas que no tengan cerca la realidad de convivir con un problema de salud mental, los medios de comunicación son su ventana más próxima para informarse y conocer sus características. El problema ocurre cuando los medios inciden en los estereotipos negativos, reproducen errores y falsas creencias sobre el tema.

2.1. PERSPECTIVA INTERNACIONAL

Bowen (2016) analizó la prensa en el Reino Unido (periodo 2001-2012) para comprobar si estaba contribuyendo a la generación de la estigmatización de las personas con trastorno de personalidad, pues él sostenía que había un vínculo claramente establecido entre esta patología y el homicidio. Efectivamente, descubrió en ese periodo que el 42% de los artículos que versaban sobre ese trastorno lo vinculaban con un asesinato. Aunque, bien es cierto, que tanto Bowen (2016) como Rhydderch (2016) detectaron que a lo largo de los años los artículos que promovían este vínculo estaban disminuyendo, aun se seguía reforzando esta idea. Por su parte, Murphy (2013), también analiza un estudio longitudinal en la prensa británica y descubre que la prensa tiende a separar a las personas con problemas de salud mental del público general, destacando a este colectivo por su relación con la violencia y las drogas, generando una imagen de peligro.

En los estudios sobre prensa y salud mental, un aspecto que se ha medido con regularidad ha sido el grado de vinculación de la enfermedad con la violencia y con la peligrosidad, rasgos que contribuyen a la estigmatización. Así, Quintero y Miller (2016) exponen que este vínculo consigue que sea más fácil entender la violencia social si es consecuencia de una enfermedad mental, como si de ese modo la sociedad aceptase este tipo de conductas.

Bowen (2016) compara los resultados de sus trabajos con otras publicaciones similares, en concreto, con casos de estudio de España, donde el 49% de las noticias vinculaban la enfermedad con el peligro (Aragonès *et al.*, 2014); de las Islas Bermudas, donde el porcentaje disminuía hasta un 39% (Roberts *et al.*, 2013); y con Rumanía, el país que mejores cifras aporta, con un 38% (Calo y Baban, 2013). En Estados Unidos, el vínculo entre peligrosidad y violencia y salud mental estaba presente en el 39% de los casos (Corrigan, 2005).

Estudios más específicos muestran también como el género es significativo en las publicaciones sobre salud mental. En Reino Unido se ha detectado que existe una paupérrima visibilización de los hombres con problemas de trastorno alimentario, siendo casos atípicos aquellos que aparecen en la prensa (MacLean *et al.*, 2015). En el caso de Quintero y Miller (2016), que analizan las noticias, películas y programas de televisión en Estados Unidos, detectan que cuando las noticias tienen como protagonista a una mujer que comete un acto brutal de violencia, el relato que utilizan suele *justificar* su conducta relacionándola con algún tipo de abuso previo, depresión, ansiedad, discriminación, etc. En el caso de las noticias protagonizadas por hombres, detectaron que los calificaban como psicópatas, como su tendencia patológica y particular de entender el mundo. Whitley *et al.* (2015) afirman que en la prensa canadiense los artículos protagonizados por hombres tendían a estar relacionados con crímenes y violencia, mientras que los que estaban protagonizados por mujeres estaban relacionados, en su mayoría, con cuestiones positivas como la recuperación de la salud mental o con temas de denuncia. No obstante, también matizaban que, cuantitativamente, durante el periodo estudiado hubo más crímenes cometidos por hombres que por mujeres.

2.2. ESPAÑA

El escenario español fue analizado meticulosamente por Aragonès *et al.* (2014), que con un corpus de 695 noticias (de las

cuales 333 fueron ruido), realizaron un análisis de contenido que mostró que los contenidos que refuerzan el estigma en la prensa española son significativos. El 48% de los relatos periodísticos con los que trabajaron tuvieron que ser descartados por no abordar una cuestión de salud mental, pero sí utilizar su terminología como metáfora, generalmente negativa. De los textos que sí que estaban relacionados con la salud mental, el 51% vinculaba la enfermedad con la peligrosidad y un 36% con el crimen y la violencia.

Estos datos también se confirmaron en el estudio de Mateo Aguilar (2013), que igual que Muñoz (2011) y Aragonès (2014), también encontró piezas periodísticas en las que se usaba la terminología sobre alguna enfermedad mental sin estar relacionada con el ámbito médico. Así se registró una tasa de noticias negativas superior al cuarenta por ciento, sobre todo relacionadas con la depresión y con la esquizofrenia. Muñoz (2011) advertía que, aunque no existían grandes diferencias entre los distintos medios de comunicación, las noticias que abordaban temas de salud mental se realizaban de forma más rigurosa en la prensa escrita.

Navarro Moreno y Olmo López (2015) analizaron la imagen de la persona con problemas de salud mental en Canal Sur TV y detectaron que solo el 20% de las noticias eran negativas y el que el 30% eran positivas, abordándose la enfermedad desde la normalidad. No obstante, descubrieron que el número de noticias que se generaban por un acontecimiento dramático doblaba a aquellos acontecimientos positivos, que solo se cubrían con una única pieza. Y, teniendo en cuenta que una noticia negativa pesa más que una positiva desde el punto de vista de la percepción del espectador, este dato no era muy alentador.

Según el último estudio publicado sobre la situación de la salud mental en 2016 en los medios de comunicación (Revuelta *et al.* 2017), el hecho noticioso común que motiva a los medios a publicar sobre salud mental ha sido: las declaraciones de personajes públicos sobre el tema (como cuando una persona famosa reconoce tener un problema de salud mental), avances médicos (publicaciones de

resultados de investigaciones), o datos institucionales o políticos sobre el tema. En general, encontraron más noticias positivas, con el objetivo de romper barreras y de eliminar el estigma, pero hallaron contradicciones en ellas, bien por el uso de una imagen negativa o por el tipo de lenguaje empleado.

2.3. SALUD MENTAL EN IMÁGENES

En cuanto al tratamiento de los problemas de salud mental a través del fotoperiodismo, Pardo Sainz (2017) afirma que estamos ante una humanización de las imágenes, aunque aún desde una perspectiva paternalista, en las que predominan las fotografías de denuncia y victimización de las personas con problemas de salud mental. Revuelta *et al.* (2017) señalan que, a pesar de que muchas noticias de denuncia social cuidan la forma textual, para no discriminar o estigmatizar, muchas veces el uso de las fotografías alarmantes, oscuras, que describen el aislamiento o el dolor, consiguen el efecto contrario al que se pretendía con la noticia.

Esto contrasta con lo que Pardo Sainz (2017) encuentra en las redes sociales, donde la generación de imágenes por parte de las personas con problemas de salud mental, familiares y asociaciones muestran una carga positiva, natural, autobiográfica, donde se presenta una realidad cotidiana alejada del sensacionalismo o de las típicas fotografías de los medios.

Los estudios sobre el análisis de la imagen de la salud mental en Facebook o del acceso a la información sobre temas de interés para los ciudadanos a través de Google están empezando a realizarse en los últimos años. Es por ello que no se han encontrado datos significativos que complementen el presente apartado. No obstante, sí que se conoce que se está investigando en la detección de patrones de comportamiento y de expresión en las redes sociales por parte de personas con depresión y con riesgo de suicidio, para detectar a tiempo el problema y poder intervenir (Cabrera Arriaga *et al.*, 2015; Gómez, 2014; Robinson *et al.*, 2016).

3. MÉTODO DE TRABAJO

3.1. MUESTRA

Para realizar el estudio se han recogido datos de distintas fuentes de información online. En concreto, el corpus con el que se ha trabajado consta de 9.242 noticias publicadas en medios digitales, 4.058 páginas públicas de Facebook y los datos resultantes del análisis de frecuencia de búsquedas en Google sobre cuestiones de salud mental, en concreto, de cuatro términos asociados ("salud mental", "enfermedad mental", "demencia" y "trastorno").

3.1.1. LA SELECCIÓN DE LOS PERIÓDICOS ANALIZADOS

La detección y recopilación del material de prensa digital se ha realizado a través de la base de datos MyNews (<http://uv.mynews.es/hu/>), que almacena las ediciones de los principales periódicos publicados en el ámbito español (1.366 medios digitales).

El conjunto de medios que seleccionamos para realizar la búsqueda no discriminaba entre géneros de publicación², ni cobertura (internacional, nacional, regional y local). Tampoco se distinguió entre los medios de acceso gratuito o de pago. Los únicos filtros que se seleccionaron fueron los siguientes: a) temporal (del 01/08/2016 al 31/01/2017); y b) físico (medios digitales), limitando de este modo la búsqueda a 380 periódicos (Anexo 1).

² Géneros de publicación analizados: Comunicación; Consumo; Cultura y Ocio; Deportivos; Económicos; Empresa; Gratuitos; Información general; Jurídico; Marketing; Medio Ambiente; Recursos humanos; Salud y Bienestar; Social; Sociedad; TIC.

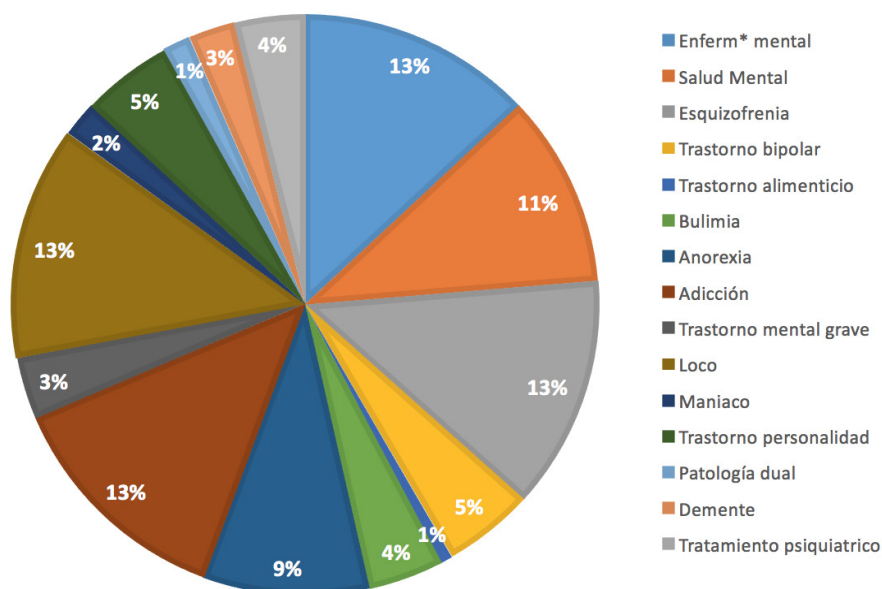
Los descriptores que se utilizaron para recuperar las noticias que contuvieran temas sobre salud mental fueron un total de 15³:

1. Enferm* mental	9. Trastorno mental grave
2. Salud Mental	10. Loco
3. Esquizofrenia	11. Maniaco/ maníaco
4. Trastorno bipolar	12. Trastorno de la personalidad
5. Trastorno alimenticio	13. Patología dual
6. Bulimia	14. Demente
7. Anorexia	15. Tratamiento psiquiátrico
8. Adicción	

El corpus resultante de la búsqueda con los descriptores anteriormente expuestos, durante medio año, en la prensa digital española, se compone de 9.424 noticias. No obstante, debido al gran volumen de información recogida, para poder llevar a cabo el análisis, se trabajó con una muestra representativa del corpus. A partir de un muestreo aleatorio sistemático, en el que se respetó la proporción de noticias publicadas, según cada descriptor (gráfico 1), se generó una muestra de **370 noticias**, cantidad suficiente para poder arrojar unos resultados con el 95% de nivel de confianza, un 5% de intervalo de confianza y un coeficiente de elevación de 25. Esto es, cada noticia analizada representa a 25.

³ Las palabras compuestas fueron buscadas utilizando comillas; aquellas que se derivan de más de un término, como “trastorno de la personalidad”, fueron buscadas con la expresión booleana NEAR (Ej.: Trastorno NEAR personalidad), porque podía aparecer como ‘Trastorno de personalidad’ o ‘Trastorno de la personalidad’ o derivados.

Gráfico 1: Volumen de noticias analizadas divididas por descriptor



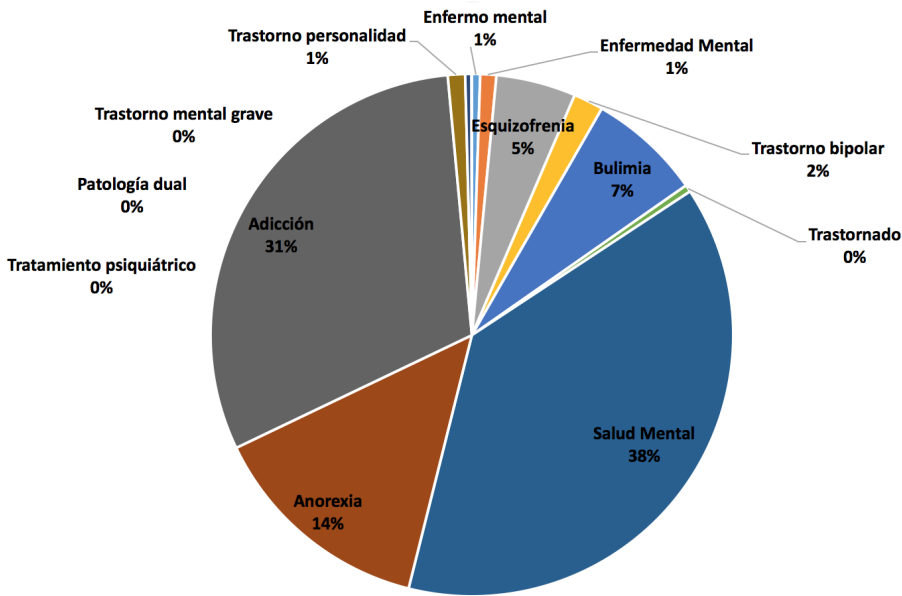
Fuente: Elaboración propia

3.1.2. LA SELECCIÓN DE PÁGINAS DE FACEBOOK

La unidad de análisis con la que se ha trabajado en Facebook han sido las páginas públicas de la red social que contenían, en el título, o en la descripción de la página, alguno de los siguientes descriptores: "enfermo mental", "enfermedad mental", "salud mental", "esquizofrenia", "trastorno bipolar", "bulimia", "anorexia", "adicción", "trastorno alimenticio", "trastorno mental grave", "loco", "maniaco", "trastorno de la personalidad", "patología dual", "demente", y "tratamiento psiquiátrico". Una limitación de este tipo de recogida es que no se puede precisar el margen temporal en el que ha sido publicado el contenido como filtro, ni tampoco se puede distinguir de forma masiva la geolocalización, por lo que los datos con los que se trabajó no se ajustan al periodo del estudio sino a todo el periodo temporal que abarca Facebook, y tampoco son específicos de España, sino que lo son de todo el contenido que haya respondido a los descriptores en castellano.

A partir del software Data Miner, una aplicación web gratuita, se descargaron los resultados de la búsqueda de estos descriptores, ascendiendo a un total de 4.115 páginas de Facebook. Tras una limpieza automática para eliminar las páginas duplicadas en el corpus, el conjunto total se redujo a 4058 ítems. Debido a la magnitud de unidades de análisis, se analizó una muestra representativa, cumpliendo las mismas condiciones que en el caso del análisis de prensa: 95% de intervalo de confianza, 5% de error y un coeficiente de elevación de 11. El conjunto total de la muestra aleatoria sistematizada es de 352 casos.

Gráfico 2: Proporción de páginas de Facebook sobre salud mental



Fuente: Elaboración propia

3.1.3. LOS DESCRIPTORES DE BÚSQUEDA EN GOOGLE

A partir de Google Trends, una herramienta de Google que permite analizar el flujo de peticiones de información que se ha realizado a través de su buscador web, se accedió a los datos relativos a las siguientes búsquedas: “salud mental”, “enfermedad mental”, “demencia” y “trastorno”.

En concreto, la información que se consiguió con esta herramienta no fue únicamente la tendencia de búsqueda de esos descriptores, sino también el interés por subregión, por ciudad, de los temas que Google considera que están relacionados con esas inquisiciones y con las consultas relacionadas. El periodo temporal seleccionado para analizar estos datos comprende desde enero hasta diciembre de 2016.

3.2. METODOLOGÍA

La técnica de recogida de datos utilizada, tanto para analizar las noticias, como las páginas de Facebook, ha sido el análisis de contenido. Para mejorar la fiabilidad del proceso de codificación, se realizó el libro de códigos en conjunto y se resolvieron las desambiguaciones de forma consensual.

3.2.1. EL ANÁLISIS DE CONTENIDO EN LA PRENSA



En el caso del corpus de prensa, en primer lugar, se realizó una limpieza de todo el ruido que proporcionaba la muestra seleccionada. Esta consistió en separar las noticias en dos grupos: a) aquellas que aludían a los términos, pero sin estar estos vinculados necesariamente con el tema principal de la noticia; es decir, utilizados de forma anecdótica, sin a penas desarrollarse; b) utilización de los descriptores, seleccionados para el estudio, como metáfora; y c) noticias válidas para el análisis de contenido.

Las variables utilizadas para el estudio fueron las siguientes:

a) Imagen que generaba la noticia sobre la salud mental

Las categorías que se han utilizado para poder medir esta variable han sido confeccionadas a partir de los estudios previos de Aragonès *et al.* (2014), Corrigan *et al.* (2005) y Wahl *et al.* (2002).

En concreto las que se han registrado son:

- **Negativa:** cuando la noticia relacionaba un problema de salud mental con la peligrosidad, como por ejemplo, aquellas noticias de personas con problemas de salud mental que destacaban solo por ser violentas, agresivas o manifestar un comportamiento suicida o que conllevara a la autolesión. También en las ocasiones en las que se le atribuía la etiología de la enfermedad a la persona o a la familia, o cuando en el foco de la noticia se utilizaba el problema de salud para justificar la defensa legal. En definitiva, matices que contribuían a la generación del estigma social.

Asimismo, independientemente de la temática, también se observó el estilo periodístico con el que se relataba la noticia, siendo en este caso las noticias negativas aquellas que no cumplían con las normas de estilo que las asociaciones de salud mental confeccionan para asegurar la no discriminación sobre el colectivo. Por ejemplo, el uso de términos ofensivos, la nominalización de la enfermedad o el uso de terminología indeseada o en desuso.



Captura de pantalla de noticia negativa,
Diario Correo - 16 de agosto de 2016

- **Positiva:** cuando la noticia abordaba la salud mental relacionándola con acciones defensoras de sus derechos, con descubrimientos científicos que mejorarán el tratamiento, con la integración de las personas que padecen algún problema de salud mental o con su recuperación.



Captura de pantalla de noticia positiva,
Europa Press - 13 de agosto de 2016

- **Neutra / Institucional:** anuncio aséptico de noticias y actos relacionados con la salud mental, noticias de ciencia, información básica. Tienden a ser información institucional sobre subida o bajada de presupuesto y actos institucionales. Los receptores no las perciben ni como noticias positivas, ni como negativas, solo como ítem informativo.



Captura de pantalla de noticia neutra,
EcoDiario.es - 27 de octubre de 2016

- **Mixta:** cuando se encuentran matices positivos y negativos en la misma noticia. Por ejemplo, que en el cuerpo de la noticia se expongan motivos para acabar con el estigma de la salud mental pero no utilizando un estilo periodístico apropiado para ello.



Captura de pantalla de noticia mixta,
LaVanguardia.es - 20 de octubre de 2016

b) Presencia de contenido audiovisual

Se analiza qué tipo de contenido audiovisual se incluye en el relato para representar de forma gráfica este tipo de noticias. Para ello, en primer lugar, se registra la frecuencia con la que se recurre a la representación gráfica y el tipo de contenido que se utiliza.

c) Connotación audiovisual

En el caso de que la noticia contuviese material audiovisual, se analizó el tipo de connotación que expresaba. Se distinguió entre: documental (imagen neutra), simbólica positiva (imagen de superación, victoria o lucha) y simbólica negativa o sensacionalista (imagen que describe escenas de violencia, dolor o confusión).

3.2.2. EL ANÁLISIS DE LAS PÁGINAS DE FACEBOOK

En el caso de Facebook, las variables que han sido analizadas, (muy similares a las utilizadas para el análisis de prensa), son las siguientes:



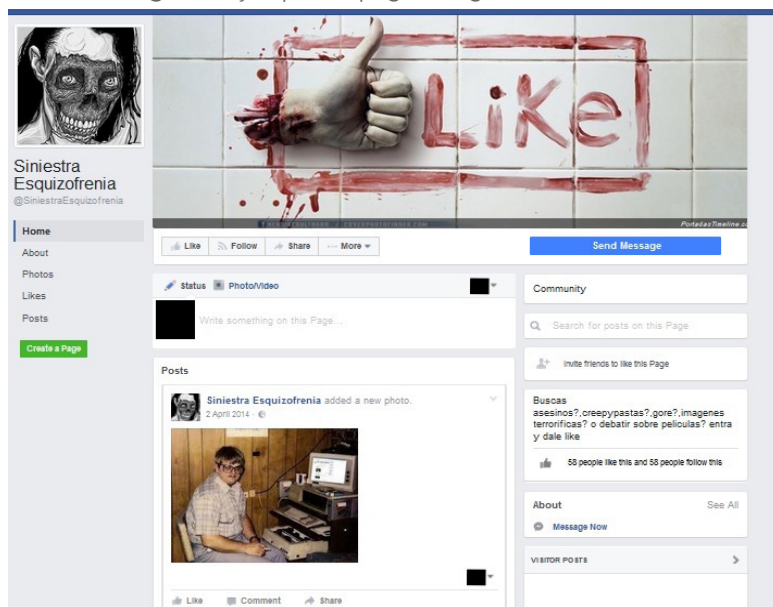
a) Imagen de la salud mental

Analizando el título, la descripción de la página y del contenido publicado durante los últimos meses, se distinguía entre las siguientes categorías:

- **Negativa:** Exhibición de violencia, dolor o desprecio hacia las personas con problemas de salud mental.

Por ejemplo, como descripción de página negativa, se selecciona "Siniestra Esquizofrenia" (Imagen XX). En esta página, se recoge la siguiente descripción: "asesinos?, creepypastas?, gore?, imágenes terroríficas? O debatir sobre películas? Entra y dale *like*"

Imagen 2: Ejemplo de página negativa en Facebook



Fuente: Facebook

- **Positiva:** Las páginas catalogadas como positivas eran aquellas en las que se publicaban mensajes de integración de las personas con problemas de salud mental en diferentes actividades.

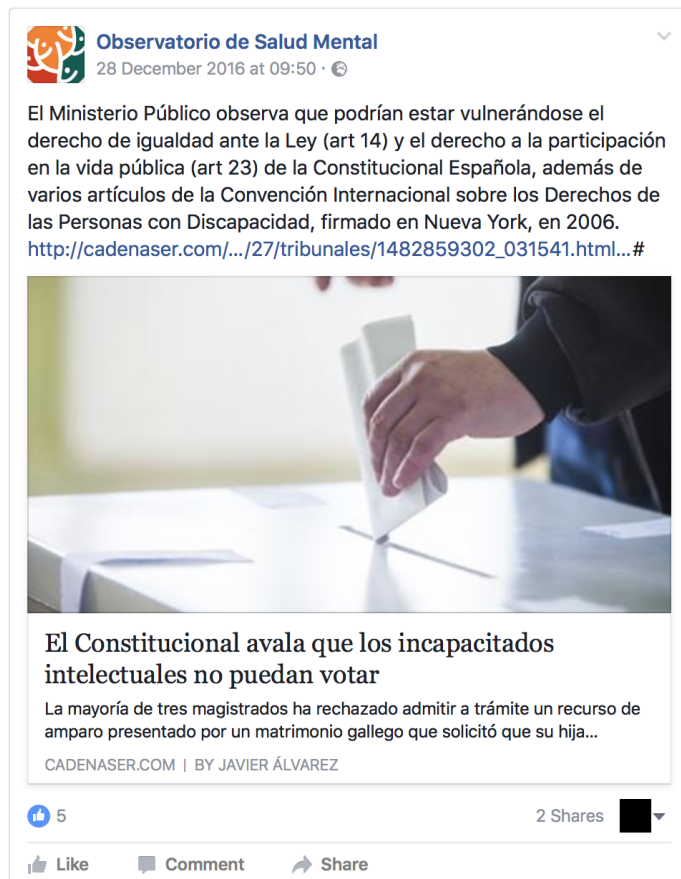
Imagen 3: Ejemplo de página positiva



Fuente: Facebook

- **Neutra / Institucional:** Se catalogaron como neutras, aquellas páginas de la red social que mostraban anuncios de noticias y de actos, o noticias sobre ciencia, o sobre información de diferentes asociaciones...

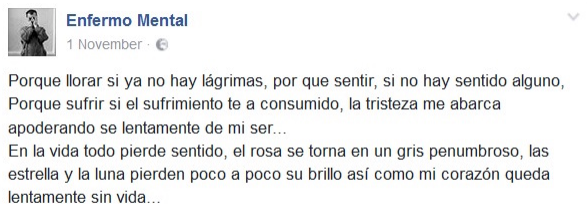
Imagen 4: Ejemplo de página neutra / institucional



Fuente: Facebook

- **Artística-creativa:** Esta variable fue creada *ex profeso* debido a la gran cantidad de material “creativo” que encontramos en una primera aproximación al corpus. Las páginas catalogadas en esta categoría se corresponden con aquellas que utilizan el nombre de la enfermedad mental como “apellido” del grupo artístico y que publican poemas y relatos de “desamor” o afición por un tema en concreto (fandom). De hecho, en la introducción se recogían los trabajos que relacionaban la creatividad con los problemas de salud mental.

Imagen 5: Ejemplo de página artística-creativa



Fuente: Facebook

- **Otro:** En esta categoría, además de clasificar los casos especiales que no cumplían los requisitos de las anteriores, se clasificaron aquellas páginas relacionadas con la bulimia, y con la anorexia. También se clasificaron aquí todas aquellas páginas que trataban sobre diferentes adicciones y que publicaban mensajes para superar dichos trastornos. Además publicaban material sensacionalista o negativo como herramienta de choque.

b) Tipología del relato

Se analizó si los textos publicados en la página de Facebook narraban el relato desde diferentes personas: a) en primera persona; b) grupal o c) institucional; para poder medir el volumen de páginas que se utilizaban como diarios personales de superación y de asociaciones institucionales.

c) Presencia del contenido audiovisual en la página

Se analizó qué tipo de contenido se difundía en estas páginas, para poder valorar qué peso tenía la imagen visual para representar estos temas. Se distinguía entre el tipo de medio utilizado (la fotografía / el vídeo).

d) Tipo de producción del contenido audiovisual presente

Se identificó la fuente de los contenidos audiovisuales publicados, detectando si era propia y estábamos ante un relato único sobre salud mental; si era ajena y si utilizaba para difundir contenidos; o si era híbrida y mezclaba las dos funciones.

Imagen 6: Ejemplo de relato personal

**Anorexia y Bulimia.**
18 July 2016 · 🌐

Hola, que tal?

Primero que nada me presento, me llamo Ludmila Olivera, y la pagina se trata de ANOREXIA y BULIMIA! como veran. Solo quiero ayudar como sea a esas personas que sufren de esta enfermedad, tanto como chicas y chicos igual mayormente el 90% son chicas las que mas sufren de anorexia. Es una enfermedad que te va atrapando de a poco y a veces cuesta superarla, pero como yo sali de esta les puedo asegurar que se salee!!!

Empiezo contandoles mi historia con la anorexia y bulimia...

Me acuerdo patentemente cuando iba a la primaria y siempre estaba ese grupito de chicas delgadas y divinas, las mas lindas! Siempre era de admirarlas y decir "YO QUIERO SER COMO ELLAS" Obviamente que yo era la gordita y ni se acercaban a mi capaz pensaban que las iba a comer pero bueno jaaja!. Hasta principio de 5 grado me iba re bien, nunca me molestaban me llevaba muy bien con todos(: hasta que a mitad de año un chico se habia cambiado a nuestra escuela y justo le toco mi grado.TODAS ESTABAN TOTALMENTE ALBOROTADAS CON EL, TAMBIEN ERA EL MAS LINDO DE LA ESCUELA QUIEN NO SE LE IBAN A TIRAR:_

Y el solo estaba con el grupito de las delgadas y divinas.

Un dia fuy y lo encare le dije "Sos re lindo, quieres ser mi novio" JAJAJA y el obviamente me responde "Ni loco y vos sos una bola de grasa JUAJUAJUA" okey. Fue algo duro, pero aun asi seguia comiendo y sin problemas.

Hasta que unos dias yo sola me empeze a decir cosas frente al espejo, me miraba, me agarraba la grasa y me la estiraba, me golpeaba en el estomago y lloraba, era algo traumante porque hacia todo eso, pero aun asi no dejaba de comer, ni sabia lo que era LA ANOREXIA.

A mi me encantaba "Porta" el rapero de España y saco un tema de rap que se trataba de Anorexia- "ESPEJISMOS" la empeze a escuchar y ahi justo en el momento donde la chica va al baño me di cuenta! sabia lo que era.

Y asi empeze a los 12 años y a los 13 años cai internada en el hospital MASVERNAT.

 2

1 Comment 

 Like  Comment  Share

Fuente: Facebook

3.2.3. EL ANÁLISIS DEL BUSCADOR DE GOOGLE



Finalmente, para recoger los datos de las búsquedas de los usuarios en Google, se ha utilizado un análisis cuantitativo a partir de los datos recuperados de Google Trends, durante todo el año 2016. En concreto, se ha tenido en cuenta la frecuencia de búsqueda, la posición geográfica desde la que se buscaba la información y la temática con la que Google relaciona los términos seleccionados sobre "salud mental", "enfermedad mental", "demencia" y "trastorno". La herramienta de google ofrece gráficas del flujo de las búsquedas que realizan los usuarios, pudiéndose relacionar estas búsquedas con los picos de las noticias publicadas.

4. LA SALUD MENTAL EN LA PRENSA ONLINE ESPAÑOLA

En un 18% de las noticias de la muestra analizada, se ha detectado el uso de los descriptores sobre salud mental como metáfora. Son los casos en los que la noticia no tenía nada que ver con la salud mental, pero que se utilizaba su terminología para aludir a un tipo de comportamiento descontrolado, agresivo o irracional. Podríamos entender que el uso de estas metáforas son justamente las que refuerzan el estigma.

Las noticias en las que aparecía algún descriptor en el texto, pero que no guardaba relación directa con el tema principal, que aparecían de forma anecdótica, o como descriptor neutro, las denominamos alusiones. En el periodo analizado, se han detectado en un 29% de la muestra.

El cuerpo de las noticias que abordaban la salud mental, como tema principal o como tema secundario, representaban un 53% de la muestra seleccionada.

Tabla 1: Cantidad de ruido mediático relacionado con la salud mental

	Noticias	Ruido		TOTAL
		Alusión	Metáfora	
Enferm* mental	42	5	0	47
Salud Mental	22	16	1	39
Esquizofrenia	30	11	7	48
Trastorno bipolar	7	10	2	19
Trastorno alimenticio	0	2	0	2
Bulimia	9	6	0	15
Anorexia	16	20	2	38
Adicción	23	19	5	47
Trastorno mental grave	11	2	0	13
Loco	3	3	42	48
Maniaco	4	1	2	7
Trastorno de la personalidad	12	6	0	18
Patología dual	6	0	0	6
Demencia	3	1	5	9
Tratamiento psiquiátrico	8	5	1	14
TOTAL	196	107	67	370

Fuente: Elaboración propia

El tratamiento de la salud mental en los medios de comunicación digitales españoles es complejo y no se puede establecer un patrón de conducta que represente a todo tipo de cabeceras. La imagen que construyen sobre problemas de salud mental es más positiva (40% de noticias), que negativa (26% de noticias). No obstante, por el hecho de que haya un 14% más de relatos positivos que de negativos no quiere decir que el resultado final sea positivo, pues, en prensa, las noticias negativas tienen mayor peso cognitivo para la ciudadanía. Pero la clasificación de noticias no es una cuestión dicotómica, puesto que también hay noticias que, ya sea por el estilo, por las imágenes o por la connotación implícita o explícita de las palabras utilizadas, acaban reuniendo elementos positivos y negativos en la misma pieza periodística. Este tipo de noticias

representa un 16% del corpus, ligeramente inferior al porcentaje de noticias sobre salud mental que son narradas de forma aséptica, compuesto en su mayoría por notas de prensa provenientes de instituciones públicas, que asciende a un 18%.

Si observamos los resultados de forma pormenorizada, podemos distinguir que las tendencias hacia los sesgos positivos o negativos de las piezas periodísticas, tienen relación con los temas concretos que se abordan. Si nos fijamos en la siguiente tabla, cuando se aborda un tema sobre un enfermo (o enfermedad) mental y de salud mental, en general, la tendencia es positiva, pero si el tema está relacionado con la esquizofrenia, la adicción, o el trastorno de personalidad, observamos que la tendencia es negativa.

Tabla 2: Representación de la salud mental en las noticias

	Negativa	Positiva	Neutra / Institucional	Mixta	TOTAL
Enferm* mental	5	20	13	4	42
Salud Mental	1	16	3	2	22
Esquizofrenia	10	12	4	4	30
Trastorno bipolar	1	2	2	2	7
Trastorno alimenticio	0	0	0	0	0
Bulimia	1	2	5	1	9
Anorexia	3	11	2	0	16
Adicción	8	6	1	8	23
Trastorno mental grave	2	3	2	4	11
Loco	3	0	0	0	3
Maniaco	2	1	0	1	4
Trastorno de la personalidad	7	1	2	2	12
Patología dual	0	3	1	2	6
Demencia	3	0	0	0	3
Tratamiento psiquiátrico	4	2	0	2	8
TOTAL	50	79	35	32	196

Fuente: Elaboración propia

La presencia de contenido audiovisual es inexistente en la mitad de las noticias. Es decir que en el 50% de la muestra analizada no hay presencia ni de imágenes, ni vídeo, para ilustrar los textos, una práctica poco usual en el periodismo digital. El formato más utilizado, con diferencia, es la fotografía, estando presente en el 46% del corpus. El vídeo es utilizado tan solo el 2% de las ocasiones, y la aparición en la misma noticia de material fotográfico y fílmico es también del 2%.

La tendencia que se observa en la siguiente tabla es que los términos que son representados de forma gráfica más veces son **la adicción, la esquizofrenia y el enfermo (o enfermedad) mental**. Mientras que los descriptores de **trastorno alimenticio, loco, demencia y maniaco** son los que apenas cuentan con material gráfico de apoyo en las noticias que los abordan.

Tabla 3: Presencia de contenido audiovisual en las noticias sobre salud mental

	Sin audiovisual	Fotografía	Vídeo	Ambos	TOTAL
Enferm* mental	20	20	0	2	42
Salud Mental	17	5	0	0	22
Esquizofrenia	16	14	0	0	30
Trastorno bipolar	3	4	0	0	7
Trastorno alimenticio	0	0	0	0	
Bulimia	3	6	0	0	9
Anorexia	7	8	0	1	16
Adicción	12	10	1	0	23
Trastorno mental grave	6	5	0	0	11
Loco	0	1	2	0	3
Maniaco	1	3	0	0	4
Trastorno de la personalidad	6	5	1	0	12
Patología dual	2	4	0	0	6
Demencia	2	1	0	0	3
Tratamiento psiquiátrico	3	5	0	0	8
TOTAL	98	91	4	3	196

Fuente: Elaboración propia

Mientras que fotografías positivas, en las que muestran a las personas con problemas de salud mental integradas en la sociedad, en las que no se enfatiza, o no se intenta representar de forma gráfica algo que a simple vista no se puede observar, alcanzan tan solo el 5% del corpus estudiado.

Imagen 7: Ejemplo de fotografía negativa



Fuente: RTVE

Tabla 4: Connotación del material audiovisual utilizado en temas de salud mental

	Documental	Connotación positiva	Connotación negativa / sensacionalista	TOTAL
Enferm* mental	20	1	1	22
Salud Mental	3	0	2	5
Esquizofrenia	10	1	3	14
Trastorno bipolar	3	0	1	4
Trastorno alimenticio	0	0	0	0
Bulimia	6	0	0	6
Anorexia	7	0	2	9
Adicción	8	0	3	11
Trastorno mental grave	5	0	0	5
Loco	2	0	1	3
Maniaco	3	0	0	3
Trastorno de la personalidad	3	1	2	6
Patología dual	2	1	1	4
Demencia	1	0	0	1
Tratamiento psiquiátrico	4	1	0	5
TOTAL	77	5	16	98

Fuente: Elaboración propia

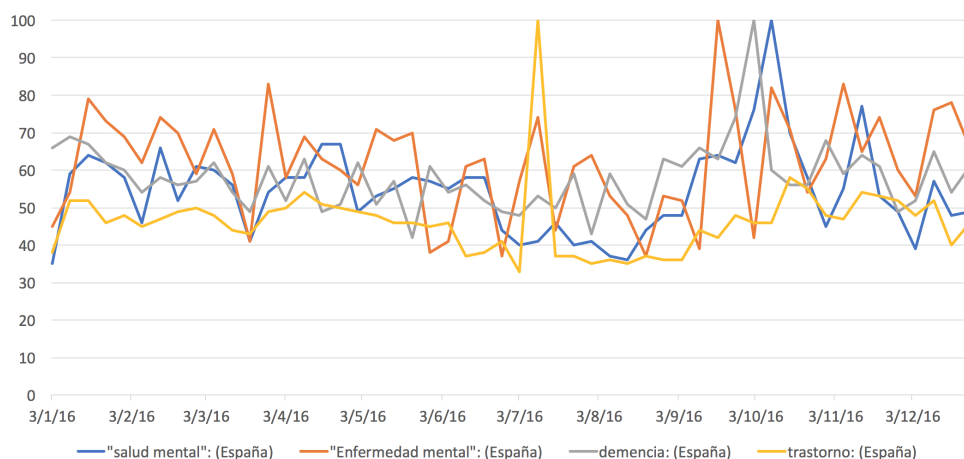
El material gráfico utilizado por los relatos periodísticos tenía, principalmente, una función documental (79%), tal y como se recoge en la tabla 4. Es decir, eran fotografías sin un sesgo de carácter positivo o negativo, que representaban el acontecimiento, o que ilustraban a las personas implicadas de forma testimonial. Por otro lado, encontramos un 16% de material fotográfico, calificado como negativo o sensacionalista que ilustraba la enfermedad mostrando personas que sufren o que están desconcertadas, o aisladas, utilizando también técnicas de manipulación fotográfica para reflejar con mayor vehemencia esa representación.

5. LA SALUD MENTAL EN EL ESPACIO DIGITAL

5.1. EL ACCESO A LA INFORMACIÓN DIGITAL SOBRE TEMAS DE SALUD MENTAL

Google Trends ofrece, sistemáticamente y de forma automatizada, los datos sobre el flujo de las búsquedas que realizan los usuarios de internet desde una determinada posición geográfica; esto permite estimar el interés de la ciudadanía por un tema concreto, en un momento específico, y comprobar su evolución. En este caso se han examinado los datos correspondientes a las búsquedas llevadas a cabo desde España sobre “salud mental”, “enfermedad mental”, “demencia” y “trastorno”, durante el año 2016.

Gráfico 3: Tendencia de búsquedas de Google España (en porcentajes)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Google Trends

Como se puede observar en el gráfico anterior, el interés por el “trastorno” es ligeramente inferior que por el resto de descriptores, que, más o menos, oscilan todos entre la misma horquilla. Asimismo, coincide también que todos tienen sus picos de mayor actividad en la segunda mitad del año, coincidiendo con nuestro periodo de estudio de la prensa digital.

Para comprobar si las búsquedas de los usuarios en Google, sobre temas de salud mental, estaban correlacionadas con los picos de noticias publicadas en los diarios digitales, se han seleccionado todas las noticias, del corpus estudiado, y se ha cuantificado en qué periodos se publicaron más noticias sobre esta temática. Para visualizar mejor los picos de noticiabilidad, se han realizado gráficos con cada uno de los descriptores validados par el estudio: enfermedad o enfermo mental (enferm* mental), salud mental, demencia y todas las noticias de nuestro corpus que implicaban trastorno (trastorno bipolar, trastorno alimenticio, trastorno mental grave y trastorno de la personalidad).

En el caso de enfermedad/enfermo mental, para la prensa, el pico de noticiabilidad se localizó a principios de octubre de 2016, coincidiendo con el periodo en el que Google Trends sitúa el mayor tráfico de búsquedas. Por lo que podríamos afirmar que, en este caso, existe una correlación, aunque no podemos asegurar la causalidad.

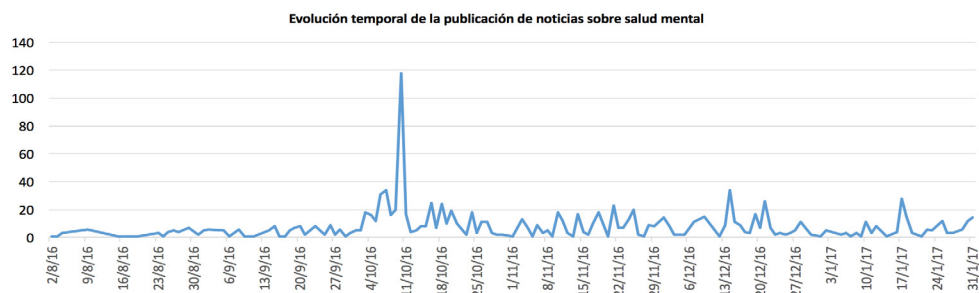
Gráfico 4: Evolución temporal de la publicación de noticias sobre enferm* mental



Fuente: Elaboración propia

En el caso de las noticias sobre salud mental, el pico de noticiabilidad se sitúa a finales de octubre / principios de noviembre de 2016. El periodo coincide de nuevo con el de la frecuencia más elevada de búsquedas en Google sobre el término. No es casualidad que en ese periodo se encuentre también el día mundial de la salud mental (10 de octubre). De hecho, la correlación entre acceso de los usuarios a Google y publicación de noticias, está estrechamente vinculada.

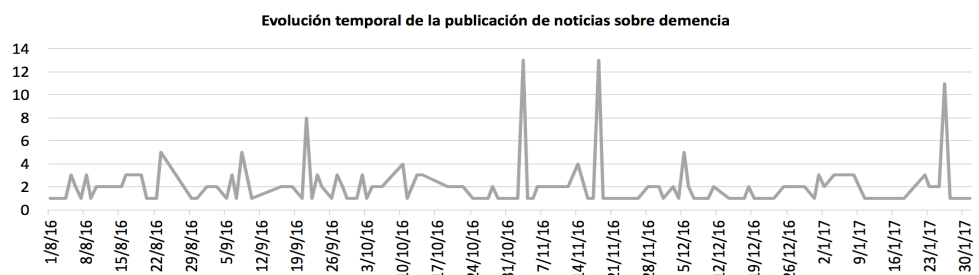
Gráfico 5: Evolución temporal de la publicación de noticias sobre salud mental



Fuente: Elaboración propia

El periodo en el que más noticias se publicaron sobre demencia fue durante el mes noviembre de 2016. En este caso, en particular, se observan dos picos importantes, en la primera y en la tercera semana. Si comparamos estos resultados con los datos de Google observamos que, aunque las fechas son próximas (Google identifica el pico de búsquedas a principios de octubre), y, por tanto, no coincidiendo la afluencia de búsquedas con la publicación de noticias.

Gráfico 6: Evolución temporal de la publicación de noticias sobre demencia

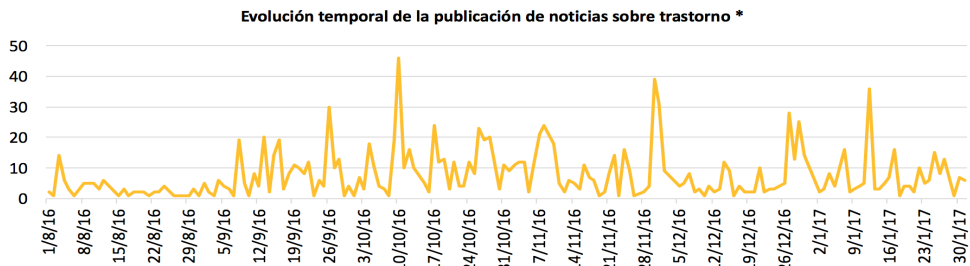


Fuente: Elaboración propia

Respecto a los datos relativos a las búsquedas y noticias sobre trastorno, a pesar de haber elaborado el gráfico 7 con las noticias del corpus que respondían a los descriptores que contenían la palabra, el material periodístico con el que trabajamos data de una fecha posterior al pico de búsquedas que refleja Google. Como se puede ver en ambos gráficos, Google sitúa el periodo de máxima afluencia de búsquedas sobre trastorno en julio y nuestro corpus comienza

en agosto. No obstante, si comparamos en líneas generales ambos gráficos, tampoco coinciden; pues el segundo periodo con más búsquedas en Google se sitúa a principios de noviembre y el periodo con más noticias sobre trastorno que tenemos registrado lo situamos en la segunda semana de octubre.

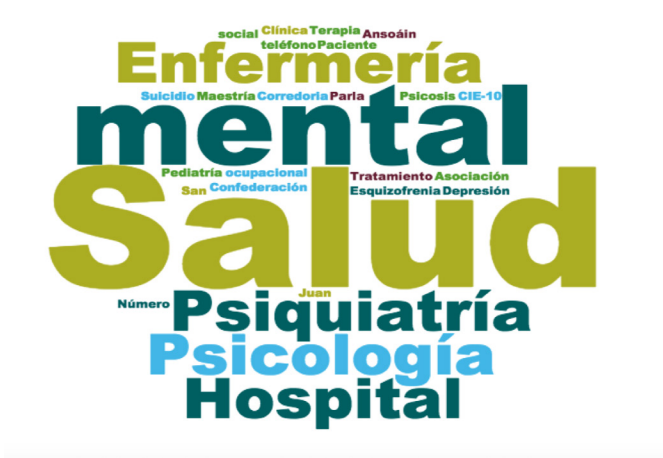
Gráfico 7: Evolución temporal de la publicación de noticias sobre trastorno *



Fuente: Elaboración propia

Google Trends también ofrece información sobre otros temas próximos con los que están relacionadas las búsquedas sobre salud mental, en función de los patrones de comportamiento de los usuarios del buscador. Los gráficos que siguen a continuación muestran, en proporción, la relación temática de los descriptores, creando en la mayoría de los casos campos semánticos.

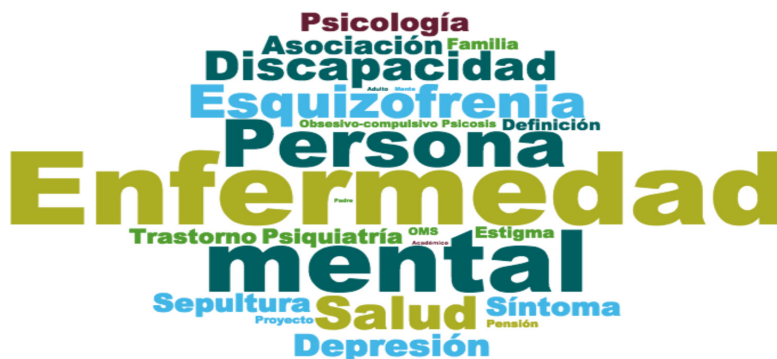
Gráfico 8: Temas relacionados con la búsqueda “Salud mental”



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Google Trends

En la búsqueda de salud mental, los usuarios también pudieron encontrar o acceder a otras páginas con los términos que aparecen en el cuadrante como hospital, psiquiatría y psicología.

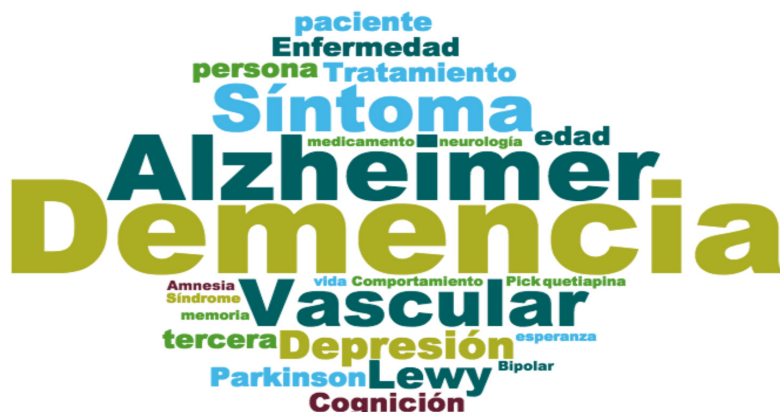
Gráfico 9: Temas relacionados con la búsqueda "Enfermedad mental"



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Google Trends

Así relacionadas con la enfermedad mental se asociaron otras búsquedas como la persona, la esquizofrenia y la discapacidad.

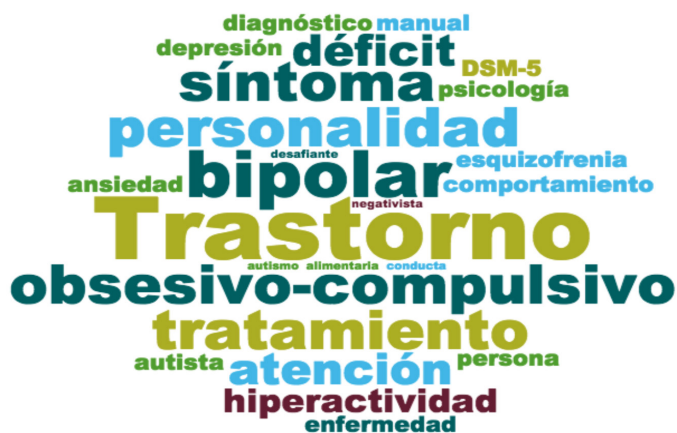
Gráfico 10: Temas relacionados con la búsqueda "Demencia"



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Google Trends

Con la demencia, se relacionaron otros términos como alzheimer, síntoma, vascular o depresión. También se han realizado búsquedas sobre la demencia con cuerpos de Lewy, que se trata de una de las causas más comunes de demencia.

Gráfico 11: Temas relacionados con la búsqueda “Trastorno”



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Google Trends

En este último cuadro con las búsquedas sobre diversos “trastornos”, se puede observar la relación con el trastorno bipolar, el trastorno obsesivo-compulsivo, el trastorno bipolar, el déficit y la hiperactividad. Sin duda, el mapa semántico muestra una nube de términos muy correlacionados y que ofrecen una visión sobre el interés “activo” de los usuarios ante determinados temas relacionados con la salud mental.

Finalmente, y como curiosidad, Google también ofrece el volumen de búsquedas por subregiones, cuando hay suficientes datos como para definirlos. En el caso de "Salud mental", destacan, especialmente, la Región de Murcia y el País Vasco, como las dos comunidades, cuyos usuarios, realizan más búsquedas en relación con el resto de las comunidades autónomas.

Imagen 8: Cantidad de búsquedas de 'Salud Mental' por subregión



Fuente: Google Trends

En el resto de los descriptores validados para el estudio, los datos que proporcionaba Google, en este apartado, eran incompletos o directamente no posibilitaban su consulta.

En un estudio más amplio, en el que se analizan distintos tipos de búsquedas sobre salud mental con Google Trends y Google Adwords, han detectado que “las personas utilizan el buscador principalmente para informarse de los síntomas de su enfermedad y cómo curarla pero no tanto para buscar profesionales o centros donde hacerlo” (Revuelta *et al.*, 2017: 49).

5.2. IMPACTO DE LA SALUD MENTAL EN FACEBOOK

Facebook, además de una de las redes sociales con más número de usuarios del mundo, es una herramienta muy valiosa, que tanto los medios de comunicación, como las administraciones públicas, las empresas y las asociaciones, utilizan para comunicarse, difundir sus ideas y llegar al público deseado. De esa gran red de páginas que forman Facebook, que son la herramienta de la plataforma para abrir un canal público de comunicación, desde un punto de vista empresarial o institucional, cuando buscamos descriptores relacionados con la salud mental, encontramos un 61% de ruido. Es decir, páginas que contienen palabras relacionadas pero que no tienen nada que ver con la salud mental.

Ese conjunto de páginas está compuesto por un 33% de páginas heterogéneas que no tienen ninguna relación pero que incluyen el descriptor que se ha buscado en su página, y un 28% de páginas que utilizan, premeditadamente, los descriptores para ‘justificar’ el contenido creativo que publican en Facebook. Este tipo de páginas suelen ser de grupos de música, autores literarios, y artistas que, de algún modo, se han querido hacer eco de ese vínculo que yace en el imaginario social en el que se relaciona inestabilidad mental con genialidad o con la sensibilidad artística.

Todas esas páginas fueron excluidas del análisis y se contempló solo el 39% que sí que estaban directamente relacionadas, ya fuese de forma positiva, negativa o neutra.

Tabla 5: Distribución de las páginas de Facebook analizadas en función de la pertinencia y la imagen que generan sobre la salud mental

	Codificación muestra (352 ítems)				
	Páginas excluidas		Páginas incluidas		
	Artístico/ Creativo	Heterogéneas	Negativo	Positivo	Neutro/ Institucional
Imagen Salud Mental					
Cantidad de páginas	98	117	6	18	113

Fuente: Elaboración propia

El volumen de páginas sobre temas relacionados con la salud mental que publican contenidos neutros o institucionales es del 32%, siendo el tipo de contenido que más presencia tiene en la red social. Es decir, las publicaciones en Facebook de noticias científicas, información básica para divulgar, anuncios sobre actos o información sobre una institución o asociación son las que predominan en el flujo discursivo que se crea en la red social.

Las páginas con contenidos negativos sobre salud mental, como puedan ser aquellas que difunden memes, chistes o desprecio a las personas con algún problema de salud mental, o aquellas en las que se relaciona la salud mental con escenas de violencia o dolor, representan el 2%. Quizá esto también se deba a los controles de

los que dispone Facebook, tanto a nivel automático (detección de escenas violentas con los moderadores de contenido), como a nivel manual (denuncias por partes de otros usuarios sobre contenido inapropiado).

En cuanto a las páginas positivas, aquellas que presentan y muestran la integración de las personas con problemas de salud mental en actividades, que construyen un discurso normalizador con el que combatir el estigma, representan un 5% del total de la muestra analizada. Un porcentaje, que es ligeramente superior al de las páginas negativas, pero que sigue siendo insuficiente en comparación con el volumen total de páginas que hay sobre la temática.

Respecto a la tipología del relato de las páginas, el estilo que más abunda es el institucional, estando presente en el 58% de los casos estudiados. Este resultado no solo es coherente con el volumen de páginas que daban una imagen de la salud mental institucional o neutra, sino que además coincide con el propósito inicial de las páginas de Facebook, que es el crear una vía de comunicación directa desde una empresa o asociación.

Tabla 6: Análisis de la tipología del relato de las páginas de Facebook

	Tipología del relato			
	Primera persona	Grupal	Institucional	No aplica
Negativo	2	4	0	0
Positivo	1	2	15	0
Neutro / Institucional	4	2	105	2
Artístico / Creativo	44	20	29	5
Heterogéneas	27	16	55	19
TOTAL	78	44	204	26

Fuente: Elaboración propia

No obstante, el segundo tipo de relato, con mayor presencia en las páginas de Facebook, es la primera persona (el 22% de las páginas). Estas páginas están escritas por personas con algún problema de salud mental y que publican su evolución y su perspectiva a la hora de valorar las situaciones cotidianas, ya sea a modo de ‘terapia’ o para concienciar. Este tipo de relato, pero de forma coral, que ofrece una visión de grupo, de asociación, representa el 13% del corpus analizado.

Un 7% de los casos no pudo ser clasificado siguiendo las categorías propuestas porque no publicaban ningún texto que permitiese identificar el tipo de narración que adoptaba.

Tabla 7: Análisis de la presencia audiovisual en las páginas de Facebook

	Presencia contenido audiovisual			
	No	Fotografía	Vídeo	Ambos
Negativo	0	3	2	1
Positivo	0	7	0	11
Neutro / Institucional	13	52	5	43
Artístico / Creativo	4	55	0	39
Heterogéneas	28	53	8	28
TOTAL	45	170	15	122

Fuente: Elaboración propia

A diferencia de los resultados que nos encontrábamos en el análisis de prensa, respecto al uso de material audiovisual, solo un 13% de las páginas no utilizaba recursos gráficos. La fotografía es también el soporte audiovisual más utilizado, pues está presente en un 48% de los casos, y la combinación de vídeo y fotografía es también frecuente en un 35% de la muestra. Sin embargo, el vídeo como única técnica de apoyo audiovisual para expresarse, está presente en un 4% de las páginas.

Tabla 8: Análisis de la producción audiovisual en las páginas de Facebook

	Producción audiovisual			
	No corresponde	Propia	Difusión	Ambos
Negativo	0	1	4	1
Positivo	0	10	4	4
Neutro / Institucional	13	27	29	44
Artístico / Creativo	4	10	38	46
Heterogéneas	28	24	42	23
TOTAL	45	72	117	118

Fuente: Elaboración propia

Respecto al tipo de producción del contenido audiovisual; es decir, la originalidad o la redifusión de los recursos gráficos de la página, la tendencia es reproducir contenidos ajenos (33%), y combinarlos con noticias y con recursos propios (34%). El porcentaje que representa a las páginas de Facebook que únicamente utilizan sus fuentes y su propio material audiovisual es de un 20%.

6. CONCLUSIONES DEL INFORME

A pesar de que la presencia de noticias y de representaciones negativas sobre salud mental no es mayoritaria, el hecho de que sigan siendo significativas, y de que estén presentes en la esfera mediática, contribuyen a la creación del estigma. Es necesario destacar en este caso que la difusión de estereotipos negativos incide en mayor medida en la fijación de falsas creencias y prejuicios. No sólo es necesario dejar de producir noticias e imágenes negativas, sino que, además, hay que visibilizar y atraer la atención hacia lo positivo. De este modo, aparte de evitar el daño, se contribuye con la reconstrucción y la regeneración de esos estereotipos que tanto afectan y ofenden al colectivo.

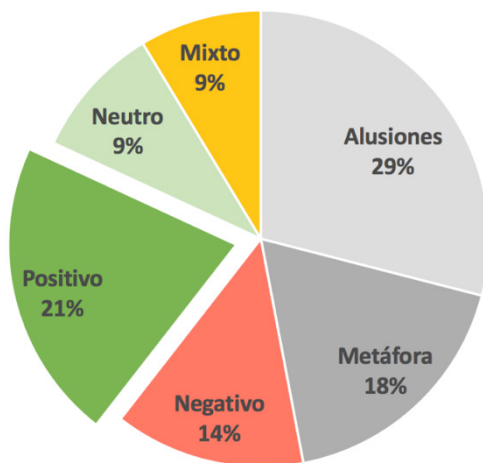
LA SALUD MENTAL EN LA PRENSA DIGITAL



El volumen de noticias positivas (aquellas que, además de utilizar un lenguaje correcto, su tema principal son las acciones defensoras del colectivo, avances científicos, tratamientos e integración de las personas con problemas de salud mental), representan el 21% del corpus analizado.

Esta cifra es superior a las negativas (aquellas que relacionan la enfermedad mental con la peligrosidad, la violencia, la imprevisibilidad o dependencia), que representan un 14%, pero si las sumamos con aquellas que han utilizado los términos de la salud mental como metáfora, es decir, aquellos casos en los que, por ejemplo, se ha utilizado esquizofrenia como sinónimo de incoherencia, que suponen el 18% de los casos, nos encontramos con una proporción considerable, que suma el 32% de la muestra analizada.

Gráfico 12: Proporción de publicaciones sobre salud mental en prensa



Fuente: elaboración propia

La mayoría de imágenes que se utilizan para ilustrar la salud mental son fotografías (46%), siendo estas de carácter documental (78%). Solo un 5% de los casos eran imágenes positivas, en los que se reflejaban a la persona integrada, feliz, sin un intento 'absurdo' de ilustrar la enfermedad mental. Esto contrasta con el 16% de imágenes que expresaban una connotación negativa.

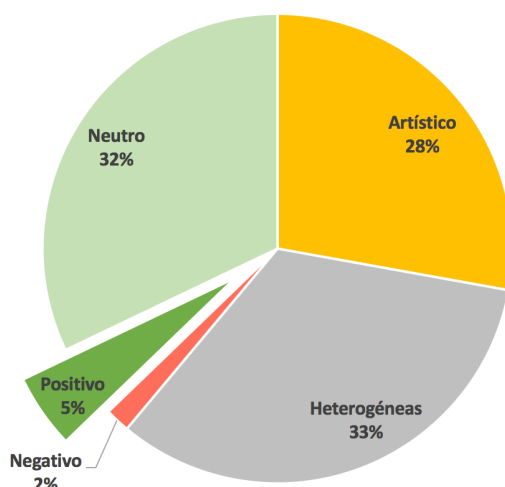
A pesar de todos los códigos deontológicos aprobados y de las guías de estilo recomendadas por las asociaciones de salud mental, la prensa sigue contribuyendo en la fijación del estigma que los grupos minoritarios sufren como consecuencia del refuerzo de estas ideas, tanto en noticias relacionadas con algún hecho violento, agresivo o descontrolado realizado por una persona con un problema de salud mental, como en la utilización del nombre de enfermedades mentales para designar conductas de este tipo.

LA REPRESENTACIÓN DE LA SALUD MENTAL EN FACEBOOK

facebook

La búsqueda de páginas en Facebook sobre salud mental, con los descriptores previamente expuestos, arroja un porcentaje de 'ruido' del 61%. Este dato se obtiene de la suma de aquellas páginas en las que, simplemente, contienen palabras relacionadas con la salud mental, pero no tienen ninguna relación (heterogéneas, 33%), y aquellas que usan los términos para referirse a una faceta artística (28%).

Gráfico 13: Proporción de publicaciones sobre salud mental en Facebook



Fuente: elaboración propia

Únicamente el 5% de las páginas analizadas fueron positivas. Esto se opone al estudio realizado por Pardo Sainz (2017), en el que afirmaba que en redes sociales era más común encontrar imágenes positivas sobre la salud mental, quizá se tratase del caso particular de redes sociales más visuales como Instagram. Asimismo, el hecho de buscar sobre salud mental en páginas públicas, limita la experiencia consultada, pues se deja a un lado la posible 'narración' normalizadora de las personas con problemas de salud mental en su espacio personal digital.

ACCESO A LA INFORMACIÓN SOBRE SALUD MENTAL A TRAVÉS DE GOOGLE



El pico de búsqueda por parte de los usuarios sobre los términos "salud mental", "enfermedad mental" o "demencia" se presenta en octubre, coincidiendo también con los picos de noticiabilidad de la muestra analizada y con el periodo en el que se celebra el día mundial de la salud mental. Gracias a estos datos se puede afirmar que las campañas como la del día mundial de la salud mental funcionan, promueven el interés de los ciudadanos y la publicación de noticias, fomentando que el público esté más interesado y pro activo a la hora de hacer búsquedas en internet.

La recogida de los datos para llevar a cabo el estudio de los medios digitales, de las páginas de Facebook y de las búsquedas a través de google, ha mostrados dos escenarios importantes para intervenir desde las políticas públicas. El primero de ellos, es la escena mediática, la construcción del acontecimiento a través de los relatos periodísticos, sobre el que se ha de seguir trabajando para minimizar el estigma; El segundo escenario, es la búsqueda pro activa por parte de los usuarios de internet. En este caso, el ciudadano accede a los contenidos en abierto, pudiendo dirimir entre la calidad o no de las páginas que visita.

En ambos casos, tanto en los medios, como en las páginas de Facebook, la salud mental ha estado escasamente representada, se encontró un exceso de ruido, demasiadas alusiones, y un uso de la metáfora, no siempre afortunado. A pesar de que los temas de salud generan gran interés en la población, la salud mental no tiene un lugar destacado. Quizás se puede llegar a catalogar como el relato de la alteridad. Por ello, desde las diferentes asociaciones sería aconsejable que continuaran con programas y actividades de concienciación para la erradicación del estigma a través campañas ciudadanas, que tal y como se ha visto, generan un gran interés por parte de los medios y de los ciudadanos.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, R. et al. (2013). "Guía de buenas prácticas sobre personas con discapacidad para profesionales de la comunicación: manual de estilo". Sevilla: Junta de Andalucía, Consejería de Salud y Bienestar Social. Recuperado el 10 de abril de 2017 en <http://www.juntadeandalucia.es/presidencia/portavoz/resources/files/2013/7/25/1374748029325Guiadiscapacidad.pdf>
- Aragonès, E., López-Muntaner, J., Ceruelo, S., y Basora, J. (2014). "Reinforcing stigmatization: coverage of mental illness in Spanish newspapers". *Journal of health communication*, 19(11), 1248-1258.
- Asociación Española de Neuropsiquiatría (2015). "El trato de la Salud Mental en los medios de comunicación". Recuperado el 7 de julio de 2017, en la siguiente web: <https://amusm.org/2015/11/27/el-trato-de-la-salud-mental-en-los-medios-de-comunicacion/>.
- Betancourt Torres, I. (2017). "Las enfermedades y su impacto en la obra de genios de las bellas artes". *EDUMECENTRO*, 9(2), 76-92.
- Bowen, M. L. (2016). Stigma: Content analysis of the representation of people with personality disorder in the UK popular press, 2001-2012. *International journal of mental health nursing*, 25(6), 598-605.
- Cabrera Arriaga, T., Luna, F., Adnán, J., Hernández Flores, S., Iniestra Ayllon, O. F., & Solís Álvarez, A. M. (2015). Escrutinio de depresión y ansiedad en twitter a través de un programa de análisis de palabras. *Investigación en educación médica*, 4(13), 16-21.
- Cano Bravo, F., Martín Pérez, A.C. y Moreno Antequera, D. (2015). "Abordaje de la enfermedad mental en los medios de comunicación" Comunicación presentada en la *II Conferencia Internacional de Comunicación en Salud* (23/10/2015). Universidad Carlos III de Madrid

- CERMI (2011). Decálogo para un uso apropiado de la imagen social de las personas con discapacidad. Madrid: CERMI. Disponible en <http://www.cermi.es/es-ES/Biblioteca/Lists/Publicaciones/Attachments/263/Dec%20a1logo%20para%20uso%20IMAGEN%20SOCIAL.Folleto.pdf>
- Corrigan, P. W., Powell, K. J., & Michaels, P. J. (2013). The effects of news stories on the stigma of mental illness. *The Journal of nervous and mental disease*, 201(3), 179-182.
- Corrigan, P. W., Watson, A. C., Gracia, G., Slopen, N., Rasinski, K., & Hall, L. L. (2005). Newspaper stories as measures of structural stigma. *Psychiatric services*, 56(5), 551-556.
- Chuaqui, J. (2005). "El estigma en la esquizofrenia". *Ciencias Sociales*, 2(1), 45-66.
- Díaz, N. S.; González, M. D. M., Gutiérrez-Coba, L., y Cardona, A. S. (2016). "Análisis de la cobertura de noticias sobre alcoholismo y drogadicción en la prensa colombiana". *Health and Addictions/ Salud y Drogas*, 16(1), 41-48.
- FEAFES (2008). *Salud mental y medios de comunicación. Guía de estilo*. Confederación Española de Agrupaciones de Familiares y Personas con Enfermedad Mental. Disponible en <https://consaludmental.org/publicaciones/GUIADEESTILOSEGUNDAEDICION.pdf>
- FEDEAFES (2012). *Guía de estilo Cómo abordar la Salud Mental en los medios de comunicación*. Federación de Euskadi de asociaciones de familiares y personas con enfermedad mental/ Gobierno Vasco. Disponible en: <https://consaludmental.org/publicaciones/GuiaestiloFEDEAFES.pdf> (Fecha de acceso: 11/07/2017)

- Generalitat Valenciana (2016). *Estrategia autonómica de salud mental 2016-2020*. Disponible en <http://www.san.gva.es/documents/156344/6700482/Valenci%C3%A0-Estrat%C3%A8gia+Auton%C3%B2mica+de+Salut+mental+2016+2020.pdf>
- Gomez, J. M. (2014). Language technologies for suicide prevention in social media. *Processing in the 5th Information Systems Research Working Days (JISIC 2014)*, 21.
- INE (2015). *El Empleo de las Personas con Discapacidad*. Disponible en <http://www.ine.es/prensa/np1012.pdf>
- Intress (2016) *Salud mental y medicación: un exceso innecesario*. Disponible en <http://www.actasanitaria.com/wp-content/uploads/2016/10/informe.pdf>
- Klin, A., & Lemish, D. (2008). Mental disorders stigma in the media: Review of studies on production, content, and influences. *Journal of health communication*, 13(5), 434-449.
- López Ibor, J. J.; Haro, J. M.; y Alonso, J. (2007). Estudio Europeo de la Epidemiología de los Trastornos Mentales (ESEMeD): aportaciones para la salud mental en España. *Actas Españolas de Psiquiatría*, 35(Supl 2), 1-3.
- López, M.; Laviana, M.; Fernández, L.; López, A.; Rodríguez, A. M., y 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.
- MacLean, A., Sweeting, H., Walker, L., Patterson, C., Räisänen, U., & Hunt, K. (2015). "It's not healthy and it's decidedly not masculine": a media analysis of UK newspaper representations of eating disorders in males. *BMJ open*, 5(5), e007468.

- Martín Pérez, A.C.; Cano Bravo, F. y Moreno Antequera, D. (2015). "Nuevas formas de comunicación con enfermos mentales: redes sociales". Comunicación presentada en la *II Conferencia Internacional de Comunicación en Salud* (23/10/2015). Universidad Carlos III de Madrid
- Martínez Azumendi, O. (2005). "Periodistas y reporteros gráficos como agentes de cambio en psiquiatría: Imágenes-denuncia para el recuerdo". *Revista de la Asociación Española de neuropsiquiatría*, (96), 09-28.
- Mateo Aguilar, E. (2013). Estudio sobre el trato del colectivo con trastornos mentales de los periódicos El País y El Mundo, desde 1997 a 2011. *Revista española de comunicación en salud*, 4(2), 83-92.
- Mena Jiménez, Á. L.; Bono del Trigo, Á.; López Pardo, A.; y Díaz del Peral, D. (2010). "Reflexiones en torno a la sensibilización de medios de comunicación sobre el estigma de la enfermedad mental". *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría*, 30(4), 597-611.
- Mora-Ríos, J.; Natera, G.; Bautista-Aguilar, N.; y Ortega-Ortega, M. (2013). "Estigma público y enfermedad mental. Una aproximación desde la teoría de las representaciones sociales", en Aguilar, N. B.; González, M. D. A.; Álvarez, A. E.; Díaz, M. E. F.; Vidrio, S. G., Guzmán, L. J.; y Everardo, M. R. (Coords.). *Representaciones sociales y contextos de investigación con perspectiva de género*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias.
- Muñoz, M.; Pérez-Santos, E.; Crespo, M.; Guillén, A. I.; e Izquierdo, S. (2011). "La enfermedad mental en los medios de comunicación: un estudio empírico en prensa escrita, radio y televisión". *Clínica y Salud*, 22(2), 157-173.

- Murphy, N. A., Fatoye, F., & Wibberley, C. (2013). The changing face of newspaper representations of the mentally ill. *Journal of mental health*, 22(3), 271-282.
- Navarro Moreno, J. A., y Olmo López, A. (2015). "La imagen del enfermo mental en los medios de comunicación: análisis de los informativos de Canal Sur Televisión y la actividad de los gabinetes de prensa de las asociaciones de enfermos mentales". *Desafíos éticos de la comunicación en la era digital: III Congreso Internacional de Ética de la Comunicación, libro de actas*. pp. 296-308
- Newell, J. (1985). "Percepción de la enfermedad mental a través de historietas". *Boletín de la Oficina Sanitaria Panamericana*.
- OECD/EU (2016). *Health at a Glance: Europe 2016 - State of Health in the EU Cycle*. Paris: OECD Publishing. Disponible en https://ec.europa.eu/health/sites/health/files/state/docs/health_glance_2016_rep_en.pdf
- OMS (2017a). *Trastornos mentales. Nota descriptiva*. Disponible en: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs396/es/>. Última consulta: 27/06/17.
- OMS (2017b). *Depression and Other Common Mental Disorders. Global Health Estimates*. Geneva: World Health Organization. Disponible en <http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/254610/1/WHO-MSD-MER-2017.2-eng.pdf?ua=1>
- Pardo Sainz, R. (2017). "Enfermedad mental, fotoperiodismo e Internet: hacia una visión más humana y normalizadora". *adComunica*, (13), 83-109.
- Pérez Pérez, M.L. (2011). *Estigma, enfermedad mental y medios de comunicación*. Sevilla: Consejo Audiovisual de Andalucía.

- Pucho Esparza, D. (2007). "Medios de comunicación, salud mental y locura". *Psiquiatría.com*, 11.
- Quintero Johnson, J. M., & Miller, B. (2016). When Women "Snap": The Use of Mental Illness to Contextualize Women's Acts of Violence in Contemporary Popular Media. *Women's Studies in Communication*, 39(2), 211-227.
- Revuelta, G. (2006). "Salud y medios de comunicación en España". *Gaceta Sanitaria*, 20, 203-208.
- Revuelta, G., de Semir, V., Armengou, C., Suárez Álvarez, C., Muñoz, G. y Esteban Bonavia, J. (2017). *La comunicación pública de la salud mental. Informe Quiral 2016. Medicina, comunicación y sociedad*. Barcelona: Fundació Vilacasas. Disponible en <http://www.fundaciovilacasas.com/ca/informe-quiral>
- Rhydderch, D., Krooupa, A. M., Shefer, G., Goulden, R., Williams, P., Thornicroft, A., & Henderson, C. (2016). Changes in newspaper coverage of mental illness from 2008 to 2014 in England. *Acta psychiatrica Scandinavica*, 134(S446), 45-52.
- Robinson, J., Cox, G., Bailey, E., Hetrick, S., Rodrigues, M., Fisher, S., & Herrman, H. (2016). Social media and suicide prevention: a systematic review. *Early intervention in psychiatry*, 10(2), 103-121.
- Ruiz, M. Á., Montes, J. M., Lauffer, J. C., Álvarez, C., Maurino, J., y de Dios Perrino, C. (2012). "Opiniones y creencias sobre las enfermedades mentales graves (esquizofrenia y trastorno bipolar) en la sociedad española". *Revista de Psiquiatría y Salud Mental*, 5(2), 98-106.
- Sánchez Franco, M. E. y Vallejo Butrón, R. (2016). *Anorexia, bulimia y obesidad, las enfermedades del siglo XXI: la negación del cuerpo: [memoria y reportaje]*.

Talarn, A. (Ed.). (2007). *Globalización y salud mental*. Herder.

Vicario Cañas, A. y Moral Jiménez, M. D. L. V. (2017). "Actitudes hacia los trastornos mentales y su asociación percibida con delito: Estigma social". *Salud & Sociedad*, 7(3), 254-269.

Whitley, R., Adeponle, A., & Miller, A. R. (2015). Comparing gendered and generic representations of mental illness in Canadian newspapers: an exploration of the chivalry hypothesis. *Social psychiatry and psychiatric epidemiology*, 50(2), 325-333.

