

# Información de salud mental en el entorno digital: estudio de caso en la Argentina

Esteban Andrés Zunino<sup>1</sup>

Recibido: 02/11/2023  
Aceptado por pares: 14/03/2024

Enviado a pares: 07/12/2023  
Aprobado: 10/04/2024

DOI: 10.5294/pacla.2024.27.4.3

## Para citar este artículo / to reference this article / para citar este artigo

Zunino, E. A. (2024). Información de salud mental en el entorno digital: estudio de caso en la Argentina. *Palabra Clave*, 27(4), e2743. <https://doi.org/10.5294/pacla.2024.27.4.3>

## Resumen

Los padecimientos de salud mental constituyen uno de los problemas emergentes de la crisis sanitaria global que desató la Covid-19. Específicamente en la Argentina, la salida de la pandemia trajo consigo un incremento en las consultas por problemas de aprendizaje en niños, niñas y adolescentes y por padecimientos como insomnio, estrés, angustia, ansiedad y depresión. El tratamiento informativo responsable del problema es recomendado por diversos organismos públicos como una manera de acercar a los ciudadanos información basada en evidencias científicas que contribuyan con la búsqueda de ayuda profesional integral. Este trabajo analizó las noticias con mayor involucramiento (*engagement*) en redes sociales sobre el asunto durante 2021 y 2022. A partir de un análisis de contenido sobre las piezas informativas que más llamaron la atención de los usuarios, se estableció cuáles fueron los tópicos más relevantes, de qué modo se construyeron las noticias y cuáles fueron sus rasgos particulares. El artículo discute que, en términos generales, la información sobre salud mental se representa mediáticamente

---

<sup>1</sup>  <https://orcid.org/0000-0002-2951-9872>. Universidad ORT Uruguay, Uruguay. [zunino\\_e@ort.edu.uy](mailto:zunino_e@ort.edu.uy)

te descontextualizada, asociada a padecimientos individuales de personas famosas y desprovista de un abordaje integral que inscriba a la problemática en una trama abordable desde la política pública.

### **Palabras clave**

Argentina; medios sociales; medios electrónicos; pandemia; salud mental.

# Mental Health Information in the Digital Environment: A Case Study in Argentina

## **Abstract**

The global health crisis triggered by COVID-19 has brought mental health conditions to the forefront. In Argentina, the post-pandemic period has witnessed an increase in consultations for learning difficulties among children and adolescents, as well as issues such as insomnia, stress, anxiety, and depression. Public organizations recommend disseminating responsible, evidence-based information to guide individuals in seeking professional support. A study scrutinized the news stories with the most engagement on social media pertaining to mental health in 2021 and 2022. The analysis unveiled the most prominent topics, the presentation of the news stories, and their distinct characteristics. The study asserts that media coverage often portrays mental health in a fragmented manner, frequently highlighting individual cases of well-known figures without taking a comprehensive approach that considers public policy solutions.

## **Keywords**

Argentina; social media; electronic media; pandemic; Mental health.

# Informação sobre saúde mental no ambiente digital: estudo de caso na Argentina

## Resumo

As condições de saúde mental são um dos problemas que emergem da crise global de saúde desencadeada pela covid-19. Especificamente na Argentina, o fim da pandemia trouxe consigo aumento das consultas por problemas de aprendizagem em crianças e adolescentes e por condições como insônia, stress, ansiedade e depressão. O tratamento midiático responsável pelo problema é recomendado por diversos órgãos públicos como forma de fornecer aos cidadãos informações baseadas em evidências científicas que contribuam para a busca de ajuda profissional integral. Neste trabalho, analisaram-se as notícias com maior engajamento nas redes sociais sobre o tema durante 2021 e 2022. Com base numa análise de conteúdo das notícias que mais chamaram a atenção dos usuários, estabeleceu-se quais eram os tópicos mais relevantes, como as notícias foram construídas e quais eram suas características particulares. Neste artigo, argumenta-se que, em termos gerais, a informação sobre saúde mental é representada nas mídias sociais de forma descontextualizada, associada ao sofrimento individual de pessoas famosas e carecendo de abordagem abrangente que inscrevesse o problema num quadro passível de ser abordado por políticas públicas.

## Palavras-chave

Argentina; mídias sociais; mídias eletrônicas; pandemia; Saúde mental.

La salud mental se ha instalado como problema público en el contexto de la Covid-19 y la pospandemia. Tal afirmación no implica que los padecimientos sean novedosos, sino que en el contexto de la crisis sanitaria se abrió un proceso que, basado en un incremento de las dolencias en la población general y en especial en los niños, niñas y adolescentes, puso en agenda al asunto como uno de los emergentes de la crisis sanitaria (Furlong y Finnie, 2020). En buena medida, algunas de las dolencias típicas de este período resultaron de la articulación de dos fenómenos diferentes, pero concomitantes. El primero de ellos, que marca una ruptura en el devenir de la vida social, se asocia con las situaciones de confinamiento obligatorio que, con mayor o menor dureza, se impusieron a lo largo y ancho del mundo. El segundo, que se presenta como una continuidad exacerbada por el confinamiento, consiste en el incremento del tiempo de exposición de la población, sobre todo de niños, niñas y adolescentes, a medios y plataformas sociodigitales, que dio lugar a un incremento en los niveles de uso y adicción a las plataformas, lo que trajo consigo trastornos de comportamiento y aprendizaje (Gao *et al.*, 2020; Shutzman y Gershy, 2023).

El aumento de los trastornos de salud mental en esta etapa provocó un incremento en la venta de fármacos, especialmente de ansiolíticos y antidepressivos (COFA, 2022) y adquirió visibilidad en los propios medios de comunicación, a la vez que disparó procesos de búsqueda de información por parte de la población y obligó a los comités de crisis a trabajar especialmente en esta dimensión de la salud (Zunino *et al.*, 2022). Tal es así que la pandemia generó a nivel global un incremento sostenido en la producción y consumo de contenidos informativos que, en ocasiones, culminó en procesos de sobrecarga informativa y viralización de bulos o informaciones inexactas (Mheidly y Fares, 2020; Pearman *et al.*, 2021; Salaverría *et al.*, 2020), lo que contribuyó a generar escenarios de zozobra y temor.

Dada la importancia del asunto que aquí se investiga, se parte de algunos interrogantes concretos: ¿cuáles fueron las noticias sobre salud mental que adquirieron mayores niveles de interacción en el entorno digital?, ¿sobre qué tópicos trataron?, ¿de qué manera estuvieron construidas y por qué medios de comunicación? Las preguntas anteriores se responden en

este trabajo a partir de un análisis de las noticias sobre salud mental que mayor nivel de involucramiento (*engagement*) adquirieron en la Argentina entre 2021 y 2022.

## Salud mental y medios en el entorno digital

La salud mental es concebida en la Argentina como un proceso determinado por componentes históricos, socioeconómicos, culturales, biológicos y psicológicos, cuya preservación y mejoramiento implica una dinámica de construcción social vinculada a la concreción de los derechos humanos y sociales de toda persona (Ley 26.657 de 2010). La legislación vigente procura abordarla desde una perspectiva que evite los sesgos medicalistas y/o abstractos de la definición de la Organización Mundial de la Salud, que entiende a la salud como un completo estado de bienestar. En cambio, según la normativa argentina, los padecimientos asociados a la salud mental se insertan en un proceso de salud, enfermedad, atención y cuidado (Uzcátegui, 2022) que pretende complejizar el abordaje y desinstitucionalizar los padecimientos (Stolkiner y Ardila, 2012).

Sondeos globales recientes demuestran que la población tiende a equiparar el malestar físico con los trastornos de salud mental en nivel de importancia. Esta percepción es mayor en la población joven y se complementa con la asunción de que los tratamientos disponibles son insuficientes (Ipsos, 2019). Según la Organización Panamericana de la Salud (OPS, 2022), la depresión y la ansiedad aumentaron un 25% durante el primer año de pandemia. El problema crece entre los adolescentes, ya que uno de cada cinco jóvenes de 15 a 24 años manifiesta sentir depresión y desinterés en afrontar nuevas actividades (Unicef, 2021). En ese marco, la Argentina afronta junto a la OPS un Plan Nacional de Salud Mental que entre 2021 y 2025 orienta la acción hacia el campo de la salud mental, por considerarlo estratégico y prioritario (Minsal, 2021).

En este punto, resulta central analizar la relación entre salud mental y medios de comunicación. La Organización Mundial de la Salud acuñó el concepto de “infodemia” para referirse a “una sobreabundancia de información –alguna exacta y otra no– que hace difícil que la gente encuentre

fuentes dignas de crédito y fiables” (OPS, 2020, p. 2), y reconoce que fenómenos como la sobreinformación son factores para el desarrollo afectaciones, al punto que forma parte de sus recomendaciones reducir la exposición a noticias y mensajes mediáticos. Especialmente en el caso de la pandemia, diversos estudios evidenciaron el recrudecimiento de procesos de sobreinformación, noticias falsas y saturación cognitiva por parte de las audiencias, asociados al tratamiento mediático de la crisis (Muñiz y Corduneanu, 2020; Salaverría *et al.*, 2020).

Los entornos digitales (Boczkowski y Mitchelstein, 2022) propiciaron las condiciones para que esto suceda, dado que una de sus cualidades es la abundancia informativa (Boczkowski, 2022). Estos ecosistemas de alta elección tienen como características centrales un declive relativo en el suministro de información política, baja calidad informativa que se desprende de la crisis de los modelos de negocio de los medios, incremento en la concentración mediática, un creciente proceso de fragmentación y polarización política, relativismo respecto de las evidencias e inequidad en el acceso y consumo de información (Van Aelst *et al.*, 2017), aspectos que pueden lesionar, a partir de la oferta informativa, el derecho a recibir información diversa, plural (Ramírez *et al.*, 2021) y de calidad (Fürst, 2020). En ese entorno, las redes sociodigitales y agregadores de noticias actúan como esferas públicas en las que el consumo es cuantificable (Lopezosa *et al.*, 2019) y modifica las rutinas productivas de las redacciones (Retegui, 2020), al punto de condicionar la fisonomía de la dieta informativa. Es decir, el ecosistema mediático actual pone en jaque las explicaciones que otorgan centralidad al poder mediático en la estructuración de la discusión pública. En cambio, se comienza a avizorar que, producto de la proliferación de datos y métricas en tiempo real, son los usuarios y sus navegaciones virtuales las que condicionan fuertemente la oferta informativa (Lopezosa *et al.*, 2019; Retegui, 2020), a partir de la premisa de que los medios digitales monetizan los contenidos que producen a través de los clics de los internautas, quienes, con base en sus intereses y gustos, parecen marcar el pulso de los criterios de noticiabilidad (Bennett y Iyengar, 2008).

En el entorno digital, el involucramiento expresa el nivel de compromiso e interacción que tiene el público con un contenido, comprendido

habitualmente como “popularidad”, o se expresa “en el tiempo de vida de un contenido dentro de las redes o la cantidad de usuarios que la comparten” (Mitchelstein *et al.*, 2018, p. 160). En ese sentido, diferentes estudios afirman que la interacción de los individuos con los contenidos informativos depende de dos factores centrales: en el primero, es más probable que los posts que mayor nivel de involucramiento y viralización logran remitan a asuntos y perspectivas de amplio interés social previo a su viralización (Boczkowski y Mitchelstein, 2022; Mitchelstein *et al.*, 2020). En relación con lo anterior, el segundo factor a tener en cuenta es que el involucramiento varía según los niveles de consonancia o disonancia cognitiva (Festinger, 1957) que provoca una historia y/o protagonista, sobre todo en términos afectivos (Calvo, 2015; Calvo y Ventura, 2021). En ese sentido, es posible poner en duda hipótesis como las de la fijación de la agenda (*agenda setting*) que atribuyen gran poder a los medios a la hora de fijar el orden de temas prioritarios en la discusión pública (Ardévol-Abreu *et al.*, 2020). En cambio, en el ecosistema digital el consumo de los usuarios pareciera explicar mejor la fisonomía de la agenda mediática mucho más que la decisión de las usinas informativas respecto de la discusión pública (Zunino, 2023).

Respecto de la relación entre medios y salud mental, existen en la Argentina documentos confeccionados por organismos públicos que orientan a los periodistas para el tratamiento responsable del problema (Defensoría del Público, 2019; Inadi, 2011). Los organismos recomiendan a los trabajadores de prensa contextualizar las problemáticas, convocar a fuentes especializadas, inscribir la discusión en el marco de una definición abarcativa del proceso de la salud pública, evitar la asociación entre los padecimientos y adicciones con acciones violentas o delictivas y referir a estos con propiedad, evitando revictimizar a los ciudadanos y exponer su identidad y datos sensibles.

Este trabajo explora la morfología de las noticias sobre salud mental que mayor nivel de involucramiento recibieron en las principales plataformas sociales de la Argentina entre 2021 y 2022. Para ello parte de preguntar cuáles son los tópicos relacionados con salud mental que mayor nivel de involucramiento recibieron en las redes (P1), qué características tienen las

noticias y cuál es su morfología típica (P2) y de qué modo se presentan los padecimientos y qué tipo de tratamientos y/o soluciones se proponen (P3).

## Metodología

Para responder los interrogantes planteados se construyó una estrategia metodológica que combinó instancias cualitativas y cuantitativas. En primer lugar, se desarrolló una instancia cualitativa de trabajo conjunto con un panel de tres expertos del campo de la salud mental<sup>2</sup> consistente en tres reuniones en las que se definió un glosario de padecimientos relacionados con el problema. La mecánica de trabajo consistió en la formulación de un listado de trastornos y padecimientos de alta incidencia definidos por la psiquiatría en los términos técnicos de la quinta edición del *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales* (DSM5) (American Psychiatric Association, 2014). Posteriormente, a partir de una inmersión cualitativa sobre un número acotado de posts en redes sobre problemáticas de salud mental, se incluyeron en el glosario traducciones específicas de esos trastornos a los términos coloquiales con los que suelen ser nombradas por personas, periodistas y/o medios digitales. De esa instancia surgió un listado de 23 términos a partir de los cuales se realizó el relevamiento y construcción del corpus que se sometió a análisis de contenido cuantitativo. Cabe aclarar que previo a la construcción del corpus se hizo un pretest de la herramienta con el fin de constatar que incluyera todos los trastornos de salud mental relevantes en los contenidos informativos de mayor involucramiento.

En una segunda etapa, se realizaron búsquedas con el software BuzzSumo (<https://buzzsumo.com/>) de las noticias con mayor involucramiento que incluyeron esos términos entre julio de 2021 y junio de 2022. El involucramiento se relaciona con el nivel de popularidad, estimado a partir de las diferentes interacciones que provoca (reacciones, compartidos y comentarios) un contenido en función de la variable temporal (Mitchelstein *et al.*, 2018). Específicamente, BuzzSumo estima una ratio a partir del cálculo de la popularidad en Facebook, Twitter, Pinterest, Reddit y el total

---

2 Los expertos forman parte del equipo de la empresa de medicina prepaga Medife, cuya fundación impulsó y apoyó el desarrollo de este estudio.

de enlaces insertos (*backlinks*) en otras noticias o medios los 30 días posteriores a su publicación.

**Figura 1. Términos relacionados con padecimientos de salud mental**

Adicción	Alcoholismo	Angustia	Anorexia	Ansiedad	Autismo	Bulimia
Bullyng	Déficit de atención / concentración	Depresión	Deseo sexual	Disfunción sexual	Drogadicción	Esquizofrenia
Esquizofrenia	Insomnio	Internación psiquiátrica	Locura	Neurosis	Pánico	Paranoia
Suicidio	Transtorno bipolar	Transtornos en la alimentación	Fobia social	Déficit de atención	Retardo en el aprendizaje	Agorafobia
Coaching						

Fuente: elaboración propia.

De este modo, se escogieron las 10 primeras noticias del ranquin de BuzzSumo relacionadas con cada padecimiento incluido en el glosario y se conformó un corpus con las 230 piezas informativas más populares asociadas con cada término. Cabe aclarar que el corpus que arrojó BuzzSumo debió ser clasificado, ya que para llegar a 10 noticias por término se debió filtrar un total de 331 resultados, de los cuales 101 piezas incluían los términos, pero no referían al objeto de estudio. Simultáneamente se elaboró un libro de códigos mediante el cual se analizaron cada una de las unidades de análisis (n 230). Este se compuso por 10 variables, a saber.

- **Título:** se recopila el título de la noticia.
- **Medio:** se construyó inductivamente un listado de 88 medios digitales, el cual contempló a todos los portales digitales de los que proviniere las noticias con mayor nivel de involucramiento.
- **Involucramiento:** se computó el nivel de involucramiento según la ratio provista por BuzzSumo.

- Tópico principal y tópico secundario: se identificaron los tópicos principal y secundario –cuando los hubo– relacionados con salud mental presentes en las noticias según las siguientes categorías: 0) no corresponde, 1) drogas, 2) alcoholismo, 3) adicción a la tecnología, 4) otro tipo de adicción, 5) trastornos de aprendizaje, 6) trastornos de alimentación, 7) paranoia, 8) esquizofrenia, 9) angustia, 10) fobias, 11) sexualidad, 12) terapias, 13) suicidio, 14) depresión, 15) estrés, 16) gestión de las emociones, 17) ansiedad, 18) demencia, 19) *bullying*/ violencia física, 20) pandemia, 21) otros.
- Actores: se contempló si la o las personas involucradas en las noticias eran 0) Anónimas; 1) Famosas.
- Personalización: se identificó si la noticia: 0) no recaía sobre los rasgos particulares de los actores; 1) recaía sobre los rasgos particulares de los actores.
- Interés humano: se identificó si las noticias proveían un rostro humano del problema (0: no; 1: sí), utilizaban adjetivos o viñetas que promovieran sentimientos de compasión o simpatía (0: no; 1: sí), enfatizaran el modo en el que un individuo es afectado por un padecimiento (0: no; 1: sí), exponían aspectos privados o personales de los protagonistas (0: no; 1: sí) y elementos visuales sobre ellos (0: no; 1: sí).
- Contextualización: se identificó si la noticia: 0) no contextualizaba el problema, 1) contextualizaba el problema.
- Prescripción: se identificó si la noticia: 0) no prescribe una acción, 1) prescribe una acción.
- Política pública: se identifica si la noticia incluye a alguna política pública emprendida por el Estado sobre el tópico principal de la noticia (0: no; 1: sí).

Finalmente, los datos se procesaron con el programa estadístico informático SPSS versión 23. Para establecer la fiabilidad del proceso, dos codificadores recodificaron una muestra aleatoria del 10% del universo (n 23). Se estableció que el coeficiente Alfa de Krippendorff medio de la fiabilidad interjueces fue de  $\alpha = 9610$ .

## Resultados

Un primer dato de importancia surgió de la construcción del corpus. Como se anticipó en la metodología, para poder obtener un ranquin de 10 noticias relacionadas con cada uno de los padecimientos del glosario, debió procesarse un corpus mayor de 331 piezas que fueron las que incluyeron términos relacionados con la problemática, se hubieran o no referido a esta. El dato, que en otro tipo de investigación podría ser meramente procedimental, adquiere relevancia para el caso de la salud mental. Como se anticipó, las guías de tratamiento responsable orientan a los periodistas y medios a no utilizar nombres de padecimientos de manera metafórica para referirse a otros asuntos, ya que, a la vez que banalizan los trastornos, pueden contribuir con la cristalización de estereotipos negativos (Defensoría del Público, 2019).

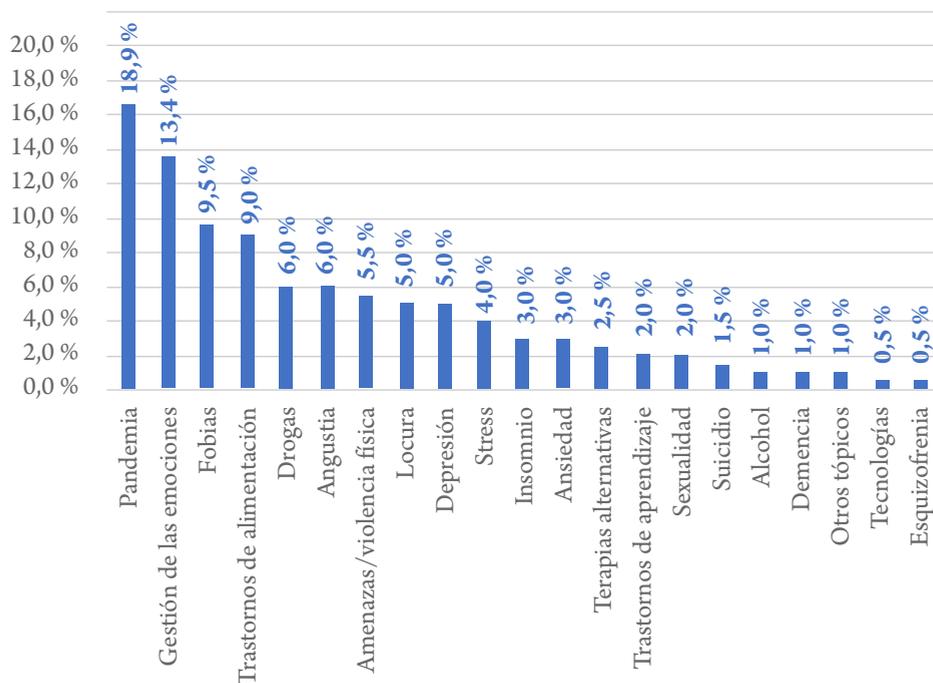
Concretamente se hallaron 101 noticias que incluyeron en sus titulares términos sobre salud mental, pero que estuvieron relacionadas con deportes y/o policiales. Titulares como “Locura y muerte en la autopista: pusieron piedras en la ruta, asaltaron a una familia y una de las víctimas mató a un ladrón” (Aranda, 2022) o “Locura total en el vestuario: Los jugadores de la Selección celebraron su clasificación al Mundial” (Perfil, 2021) expresan el modo en el que ciertos abordajes informativos caen en la banalización de los padecimientos, procedimiento explícitamente desaconsejado.

Al analizar el asunto principal de las noticias referidas a salud mental que sí abordaban problemáticas concretas, en relación con la primera pregunta de investigación, los resultados son reveladores, ya que evidencian una importante asociación pospandémica entre Covid-19 y salud mental que es congruente con las afectaciones de la población y la literatura existente (Ipsos, 2019; OPS, 2022).

La Figura 2 pone de manifiesto que las noticias más atractivas para los usuarios de redes que relacionaron salud mental y pandemia fueron mayoría (18,9%), mientras que la gestión de las emociones (13,4%), las fobias (9,5%), los trastornos de alimentación (9%) y las adicciones a drogas ilegales (6%) completaron los primeros cinco puestos de involucramiento.

La angustia (6%), las amenazas o violencia física (5,5%), la locura (5%), la depresión (5%) y el estrés (4%) completaron los diez primeros puestos en nivel de involucramiento. El resto de los tópicos, que incluyeron insomnio (3%), ansiedad (3%), terapias alternativas (2,5%), trastornos de aprendizaje (2%), sexualidad (2%), suicidio (1,5%), alcoholismo (1%), demencia (1%), adicción a las tecnologías (0,5%) y esquizofrenia (0,5%) adquirieron niveles de involucramiento menores en las redes.

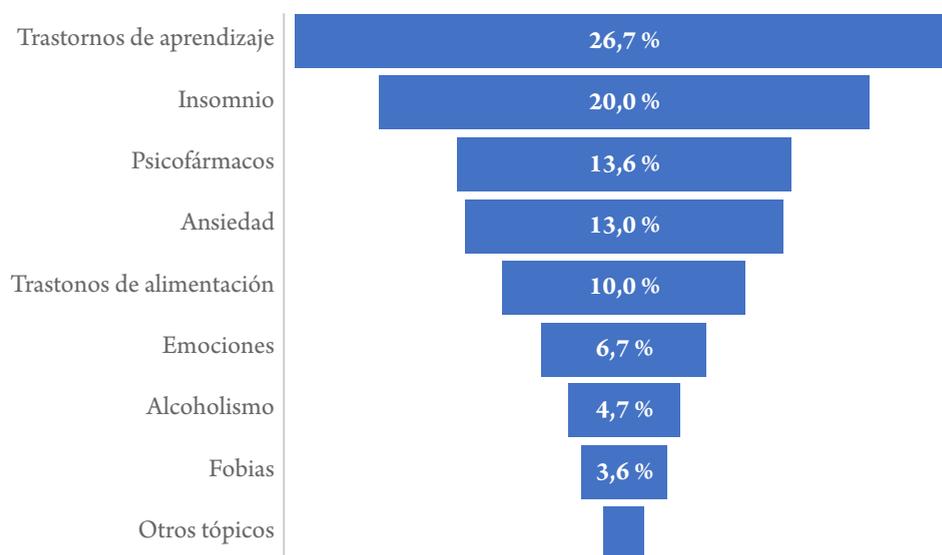
**Figura 2. Tópico principal de las noticias con mayor nivel de involucramiento sobre salud mental, junio de 2021 a julio de 2022**



Fuente: elaboración propia.

También en relación con la pregunta de investigación P1, si se analizan con detalle únicamente las piezas informativas referidas a la pandemia, resulta interesante indagar sobre cuáles fueron sus tópicos secundarios, es decir, qué tipo de asociaciones entre pandemia y salud mental adquirieron relevancia en las redes.

**Figura 3. Tópico secundario de las noticias con mayor nivel de involucramiento sobre salud mental y pandemia, junio de 2021 a julio de 2022**



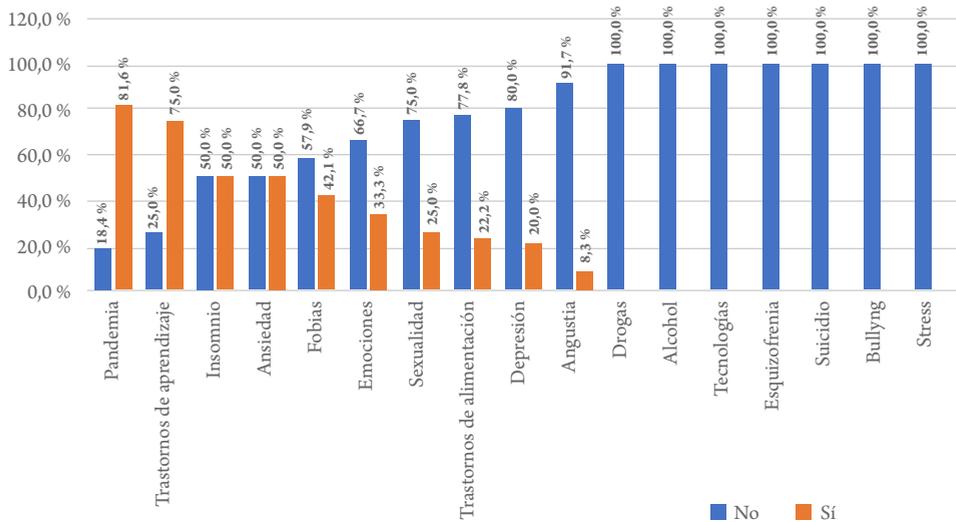
Fuente: elaboración propia.

La Figura 3 permite establecer que la mayor frecuencia de noticias sobre pandemia y salud mental con alto nivel de involucramiento remitió a contenidos informativos que problematizaron sobre trastornos de aprendizaje en niños, niñas y adolescentes producto del confinamiento y la virtualidad (26,7%). Otro de los tópicos más consultados y viralizados en las redes se asoció con uno de los padecimientos más comunes en el contexto de la Covid-19, como lo fue el insomnio (20%). Relacionado con este, el incremento detectado en el uso de psicofármacos se tradujo en un importante nivel de involucramiento de las noticias que abordaron el asunto (13,6%). Les siguieron los trastornos de ansiedad (13%), de alimentación (10%), la gestión de las emociones (6,7%), la adicción al alcohol (4,7%) y las fobias (3,6%).

En relación con la segunda pregunta de investigación (P2), que pretendía analizar la fisonomía típica de las noticias sobre salud mental con mayor nivel de involucramiento en redes, los datos descriptos hasta aquí

permiten afirmar que las piezas que más llamaron la atención de los usuarios de redes sociodigitales fueron aquellas que se relacionaron con padecimientos que la pandemia ubicó al tope de la preocupación pública y la conversación social (Ipsos, 2019). El razonamiento, sustentado en datos empíricos, es congruente con la afirmación de que el involucramiento, en buena medida, está condicionado por el estado de la discusión pública (Mitchelstein *et al.*, 2020). En ese marco, y producto de una hipervisibilización de la pandemia que, entre otras cosas, elevó la cantidad de fuentes científicas citadas por nota respecto de otros temas (Zunino, 2021), es posible advertir que la información sobre pandemia incluyó una contextualización mayor respecto de aquellas que trataron problemas salud mental sin relación con la Covid-19.

**Figura 4. Contextualización de las noticias según temas relacionados con salud mental de las noticias con mayor nivel de involucramiento sobre salud mental y pandemia, junio de 2021 a julio de 2022**



Fuente: elaboración propia.

Si se analiza cuáles fueron los asuntos que mayor nivel de contextualización recibieron en el tratamiento informativo –entendiendo por este la inclusión de una inscripción histórica del problema, una definición de sus

causas y consecuencias y la consulta en el marco de cada pieza a fuentes expertas-, es posible advertir que las noticias sobre pandemia recibieron un tratamiento más profundo que el resto de los temas.

Las piezas informativas sobre Covid-19 y trastornos de aprendizaje –que atañen a la población infantil y adolescente y, principalmente por ese motivo, son construidas con mayor profundidad periodística– fueron mayormente contextualizadas. En cambio, el resto de los problemas de salud mental generó un consumo informativo de noticias predominantemente descontextualizadas que evidencian un tratamiento que dista de las recomendaciones.

Ahora bien, en el sentido de la pregunta de investigación P2, cabe interrogarse cuáles fueron los rasgos de las noticias sobre salud mental no relacionadas con la pandemia. Para responder este interrogante se utilizaron algunos indicadores relevados a partir de los conceptos desplegados en el marco teórico. Uno de ellos fue el análisis de la presencia del encuadre de interés humano (Semetko y Valkenburg, 2000) en las noticias que mayor involucramiento recibieron. El análisis del corpus total arroja que este tipo de encuadre tuvo una media de presencia de 0,565 (DE = 0,497). El dato revela que más de la mitad de las informaciones sobre salud mental que más llamaron la atención de los usuarios se basó en historias fuertemente personalizadas.

Para indagar más aún sobre los rasgos arquetípicos que adquiere el interés humano entre las noticias de salud mental, se testeó un aspecto que en el acercamiento inductivo al corpus aparecía con recurrencia. El 60% de las noticias sobre salud mental con mayor nivel de involucramiento tuvo como protagonistas a personas famosas, con excepción de las que abordaron la relación pandemia-salud mental, en las que esta característica solo se dio en el 7,9% de los casos. El hallazgo expresa dos tendencias. La primera, que es congruente con las variables relevadas para identificar el nivel de contextualización de las noticias, es que las piezas sobre pandemia abordaron con mayor profundidad las problemáticas, entre otros factores, por no estar centradas en historias individuales. La segunda es que la mediatización de la salud mental incluye el componente de interés humano como un

rasgo distintivo que contradice los lineamientos de buenas prácticas en el tratamiento informativo. Las historias de padecimientos de famosos resultaron típicas en la mediatización del problema. Las celebridades relevadas en el corpus fueron músicos (26%), actores (18%), periodistas o panelistas de TV (12%), modelos (10%), personajes de la farándula (8%), deportistas (6%), influenciadores (6%) y políticos (4%).

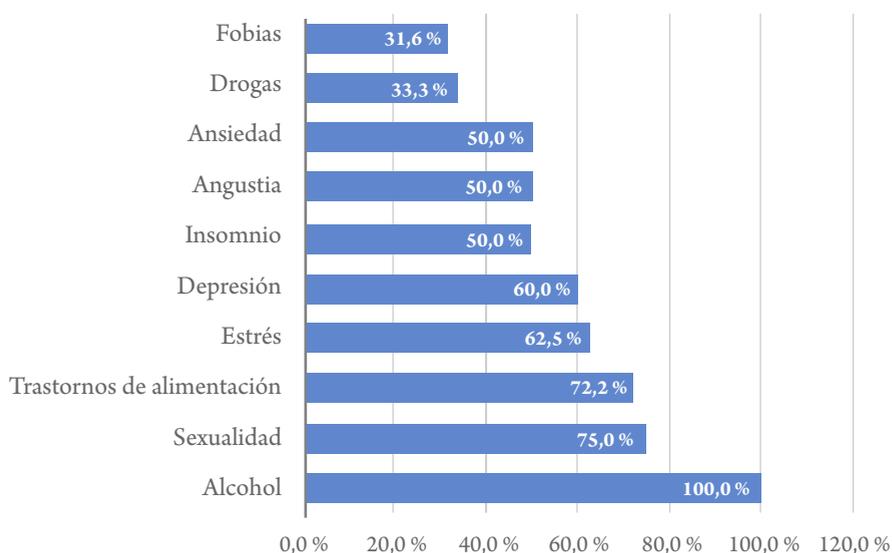
En suma, las piezas que mayor nivel de involucramiento generaron sobre salud mental –por fuera de la pandemia– tuvieron como ingrediente central un fuerte sesgo de personalización (Bennett y Livingston, 2018) que, en general, va en detrimento de un tratamiento informativo de calidad. Sin embargo, resulta interesante advertir que la irrupción de un evento clave (*focusing event*) (Zúñiga, 2018) relacionado con una celebridad puede generar una cobertura incremental (*bowling over*) que acapara centralidad mediática y dispara una serie de notas más profundas sobre el problema. Es decir, se da la paradoja de que una noticia fuertemente personalizada y descontextualizada que se origina por la notoriedad de sus protagonistas es capaz de visibilizar en la conversación pública problemas que de otro modo no penetran en la agenda. En tanto, resultó usual que los casos particulares que acapararon la atención pública dieran lugar a una activación en cascada (Aruguete y Calvo, 2018) de una cobertura que incluyó mayores elementos de contexto y voces expertas.

Si se indaga sobre cuáles fueron los trastornos de salud mental más mediatizados a partir de historias de famosos resulta interesante advertir que la farandulización informativa tuvo como centro gravitacional un conjunto acotado de padecimientos.

La adicción al alcohol aparece como el caso en el que la totalidad de las noticias que mayor atención acapararon tuvo como centro historias de famosos. Siete de cada diez piezas sobre padecimientos sexuales y trastornos de alimentación también tuvieron como protagonistas a personalidades conocidas. Seis de cada diez piezas sobre estrés y depresión se enfocaron en historias de celebridades, del mismo modo que lo hicieron cinco de cada diez piezas informativas sobre problemas de insomnio, angustia y ansie-

dad. Un tercio de las noticias sobre adicción a drogas prohibidas y fobias también tuvieron a famosos como protagonistas. De estas piezas, independientemente de su temática, solo cuatro de cada diez profundizaron en los problemas de salud mental, mientras que seis de cada diez se centraron en el padecimiento del protagonista, muchas veces a través de su propio testimonio, el de sus familiares y/o allegados.

**Figura 5. Tópicos de las noticias sobre salud mental protagonizadas por personas famosas, junio de 2021 a julio de 2022**



Fuente: elaboración propia.

En síntesis, las historias de famosos fueron disparadores de noticiabilidad y atención para visibilizar problemas que sin la ocurrencia de esos eventos probablemente no hubiesen discurrido en la conversación social. En cambio, la preponderancia de la pandemia en la discusión pública –que abarca a la mediática– instaló fuertemente la conversación sobre salud mental, aun por fuera de la farandulización. La espiral de información sobre salud instalada a partir de 2020 sobre Covid-19, el acceso habitual de periodistas a fuentes científicas, la constatación de un incremento en los padecimientos a escala global y la necesidad de orientación (McCombs, 2010) sobre

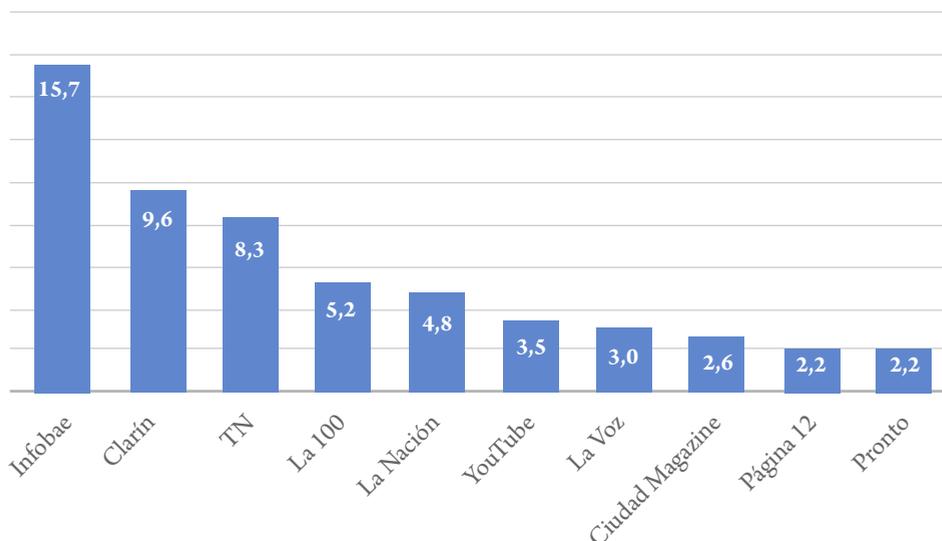
el tema pueden haber sido factores de una cobertura que, justificada en la demanda social y en la relevancia del problema, aseguró un tratamiento informativo más informado y contextualizado. Pensado en términos de las rutinas informativas, la mediatización en este contexto pudo prescindir de la farándula como elemento central para la captación de la atención pública.

En relación con la pregunta de investigación P3, que interrogaba sobre el modo en que fueron presentados los padecimientos y las propuestas de solución sugeridas en los posteos con mayor nivel de involucramiento, un elemento de interés fue la presencia o ausencia del Estado en la estructuración de la información. Los datos procesados en este estudio expresan que solo el 4% de las piezas informativas que obtuvieron mayor nivel de involucramiento del público incluyeron al agente estatal como actor y/o se centraron en políticas públicas. El dato es coherente con otros hallazgos (Sánchez-Sabate *et al.*, 2021) que permiten definir un carácter típico de las noticias sobre esta temática: la ausencia estatal como actor relevante y un enfoque mediático que construye al problema en términos individuales.

Más aún, en este estudio se detectó que el 21% de las noticias analizadas prescribieron una acción individual para resolver los padecimientos. Si se hace un análisis según la temática, el 92% de las piezas sobre manejos de las emociones prescribió una acción individual, del mismo modo que lo hicieron el 75% de las noticias sobre insomnio, el 60% de las que remitieron a ansiedad y el 37,5% de las que abordaron el estrés. Así, la respuesta individual a problemas de salud mental puede pensarse como un componente central de la noticiabilidad y el involucramiento, puesto que las guías rápidas para resolver padecimientos complejos pueden resultar atractivas para los lectores. En tanto, la ausencia estatal e institucional en el debate echa luz sobre una morfología típica de mediatización de una problemática social que suele ser presentada en términos individuales. Dicho hallazgo no habla de la inexistencia de políticas públicas sobre el problema, aunque sí da cuenta de que la acción estatal relacionada con el asunto no resulta suficiente y, cuando existe, no es atractiva para los consumidores de información, lo que plantea desafíos para la construcción y divulgación de las políticas públicas.

Finalmente, si se analizan las fuentes de las que provinieron las piezas informativas sobre salud mental, es posible advertir otro fenómeno interesante para analizar la tensión entre fragmentación y concentración del entorno digital (Van Aelst *et al.*, 2017).

**Figura 6. Fuentes de las noticias sobre salud mental con mayor involucramiento en Argentina, junio de 2021 a julio de 2022**



Fuente: elaboración propia.

Si bien el relevamiento de noticias con mayor nivel de involucramiento sobre la problemática arrojó un listado total de 88 medios digitales que produjeron y/o distribuyeron los contenidos que más rankearon en las redes, lo cierto es que los diez primeros aglutinaron el 57% del contenido más exitoso.

Si se analizan los medios digitales que proporcionaron la información, algunos hallazgos resultan interesantes. El primer puesto corresponde a *Infobae* (15,7%), un nativo digital que se ubica al tope de las lecturas en Argentina y entre los primeros puestos en Iberoamérica. Entre el segundo y el cuarto puesto se ubican tres portales que pertenecen al mismo me-

diático: *Clarín* (9,6%), *TN* (8,3%) y *La 100* (5,2%), diferentes plataformas de contenidos (diario, radio y TV por cable) del Grupo Clarín, mayor conglomerado multimédios de la Argentina (Becerra y Mastrini, 2017). A eso se suma el sexto puesto, ya que *La Voz* (3%) es el único medio del top 10 que tiene cabecera en una provincia del interior del país (Córdoba), aunque también depende de Clarín, a la vez que replica muchos de sus contenidos. De este modo, el conglomerado mediático con cabecera en Buenos Aires produjo y distribuyó el 26% del contenido más relevante socialmente sobre el asunto. En el quinto puesto se ubica *La Nación* (4,8%), segundo diario en importancia de Argentina. El caso de YouTube (3,5%) es paradigmático y abona la hipótesis de la concentración infocomunicacional. En esta plataforma se hallaron principalmente contenidos audiovisuales generados por *Infobae*, *Clarín* y *La Nación*, con lo que su presencia, lejos de constituir una fuente alternativa, ejemplifica una lógica de construcción y distribución de contenidos multiplataforma, pero fuertemente concentrada.

En síntesis, es posible advertir que los contenidos sobre el problema que más llamaron la atención de los lectores en redes fueron construidos por las principales empresas mediáticas del país en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), lo que abre la discusión sobre los sesgos informativos. Sobre todo, si se considera que la Argentina es el octavo país en territorio a nivel mundial, con una heterogeneidad étnica y problemáticas regionales que, aunque variadas y diversas, suelen quedar invisibilizadas por el prisma capitalino.

## Conclusiones

Este trabajo analizó la morfología de las informaciones sobre salud mental que mayor nivel de involucramiento generaron en las redes sociales en el público argentino entre julio de 2021 y junio de 2022. La decisión de trabajar con este asunto se desprende de que el problema se ubicó como uno de los emergentes más visibles en la agenda pública de la pandemia y la pospandemia (Furlong y Finnie, 2020). La investigación identificó algunas de las características formales y de contenido de las noticias sobre salud mental que más llaman la atención. En primer lugar, se detectó un uso inadecuado de algunos de los términos que identifican a los padecimientos. Este dato,

que sobre otro tema solo se trataría en el apartado metodológico para explicar los procedimientos de construcción del corpus, adquiere relevancia en este caso, ya que está desaconsejado el uso metafórico o irónico de conceptos como “locura” en contextos ajenos a la problemática de la salud. No obstante, se halló que alrededor de tres de cada diez de las noticias que incluyeron los términos del glosario que se construyó para la confección del universo formaban parte de las secciones de deportes o policiales y se asociaron con situaciones de descontrol y/o violencia, algo que está explícitamente desaconsejado en los decálogos de buenas prácticas periodísticas (Defensoría del Público, 2019; Inadi, 2011).

Este estudio descubrió que la pandemia se ubicó al tope de las informaciones sobre salud mental que más llamaron la atención. Es decir, que la relación entre salud mental y Covid-19 fue habitual en los medios y en las búsquedas. El dato, que tiene como base material el incremento de los padecimientos durante la pandemia y la pospandemia, da cuenta de una espiral de visibilidad mediática y consumo de información sobre el tema, asociada a una preexistente preocupación social que se expresó, por ejemplo, en el incremento de las ventas de psicofármacos. La relación entre pandemia y salud mental se construyó sobre los trastornos típicos de esta etapa, como el insomnio, la angustia, la ansiedad, el estrés y, sobre todo, los problemas de aprendizaje en niños, niñas y adolescentes. Las noticias que abordaron estas problemáticas se distinguieron de las restantes por presentar una mayor contextualización de los problemas, definiciones basadas en evidencias científicas y la inclusión de la voz de los expertos.

En cambio, en el resto de las noticias sobre los padecimientos por fuera de la pandemia se observa un fuerte sesgo de personalización (Bennett y Livingston, 2018) que atenta contra una adecuada contextualización de los temas. Como se dijo, la mayoría de las noticias se basó en padecimientos de personas famosas. Esta farandulización de la salud mental tuvo como ingrediente central altos niveles de encuadre de interés humano (Semetko y Valkenburg, 2000), el cual tiende a restringir la historia a una anécdota centrada en la relevancia de sus protagonistas e infringe muchas veces estándares de cuidado de la identidad y privacidad de las personas.

No obstante, el seguimiento de los casos con mayor relevancia para los públicos permitió apreciar que, si bien entre estas piezas informativas primó la descontextualización y personalización, en ocasiones dieron lugar a coberturas más profundas sobre los padecimientos. Por lo tanto, aparece una paradoja, factible de ser investigada a futuro, que es que un tratamiento informativo banal basado en el interés humano puede, por la importancia de los protagonistas involucrados, poner en agenda un problema de salud que luego es cubierto con mayor profundidad por los medios.

Finalmente, un elemento central emergió, por su ausencia, como un tema de reflexión. En la gran mayoría de las noticias el Estado como actor y la política pública como vía de resolución del conflicto estuvieron ausentes. El hallazgo no hace más que ratificar la existencia de una concepción de la salud mental que la instituye como un asunto privado en sus orígenes y que, por lo tanto, depende del individuo en su resolución. La falta de un abordaje integral del problema, los tabúes, la desinformación e insuficiencia de perspectivas que la inscriban social y colectivamente resultan indicativos de una forma de tratamiento mediático y consumo social que están generalmente desacoplados de una propuesta de solución integral que trascienda a las acciones y búsquedas individuales.

Los resultados aquí presentados constituyen un análisis del estado de la conversación social sobre salud mental que mayor nivel de involucramiento alcanzó en redes sociales entre 2021 y 2022 en la Argentina. Si bien los datos resultan indicativos de las preocupaciones públicas y de los procesos de construcción de información sobre el asunto, no se debe soslayar que el alcance del estudio es limitado, pues no analiza ni la agenda mediática digital completa ni la conversación social en toda su dimensión. La complejidad del objeto y su amplitud invitan a nuevas investigaciones longitudinales y comparadas entre países, ya que el incremento de los trastornos de salud mental en la pandemia y pospandemia es un fenómeno que trascendió fronteras (Furlong y Finnie, 2020b; Gao *et al.*, 2020; Shutzman y Gershy, 2023) y se extiende en el tiempo. Tal situación invita a proseguir con el desarrollo de investigaciones sobre información y salud mental en el entorno digital, ya que, como problema que emergió con fuerza luego de

la pandemia, usualmente fue construido discursivamente en los márgenes de lo decible, asociado a tabúes, prejuicios y resistencias que, con el correr del tiempo, seguramente mutarán y harán visibles nuevos aspectos que aún hoy permanecen ocultos.

## Referencias

- American Psychiatric Association (2014). *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales DSM-5*.
- Aranda, L. (2022). Locura y muerte en la autopista: pusieron piedras en la ruta, asaltaron a una familia y una de las víctimas mató a un ladrón. *Clarín*, Policiales, 14 de abril.
- Ardévol-Abreu, A., Gil de Zúñiga, H. y McCombs, M. E. (2020). Orígenes y desarrollo de la teoría de la agenda *setting* en comunicación. Tendencias en España (2014-2019). *El Profesional de la Información*, 29(4),1-23. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.14>
- Aruguete, N. y Calvo, E. (2018). Time to #protest: Selective exposure, cascading activation, and framing in social media. *Journal of Communication*, 68(3), 480-502. <https://doi.org/10.1093/joc/jqy007>
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2017). *La concentración infocomunicacional en América Latina (200-2015)*. Observacom. <https://doi.org/10.1192/bjp.111.479.1009-a>
- Bennett, W. L. y Iyengar, S. (2008). A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication. *Journal of Communication*, 58(4), 707-731. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x>
- Bennett, W. L. y Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>

- Boczkowski, P. (2022). *Abundancia. La experiencia de vivir en un mundo pleno de información*. Universidad Nacional de General San Martín.
- Boczkowski, P. y Mitchelstein, E. (2022). *El entorno digital. Breve manual para entender cómo vivimos, aprendemos, trabajamos y pasamos el tiempo libre hoy*. Siglo XXI.
- Calvo, E. (2015). *Anatomía política de Twitter en Argentina. Tuiteando #Nisman*. Capital Intelectual.
- Calvo, E. y Ventura, T. (2021). Will i Get Covid-19? Partisanship, social media frames, and perceptions of health risk in Brazil. *Latin American Politics and Society*, 63(1), 1-26. <https://doi.org/10.1017/lap.2020.30>
- COFA - Confederación Farmacéutica Argentina (2022). Evolución de las dispensas de psicofármacos durante el primer semestre de 2022. Observatorio de Salud, Medicamentos y Sociedad, 11 de marzo.
- Defensoría del Público (2019). Guía para el tratamiento mediático responsable de la salud mental. <https://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2016/08/Gui%CC%81a-Salud-mental-web-2019.pdf>
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.
- Furlong, Y. y Finnie, T. (2020). Culture counts: The diverse effects of culture and society on mental health amidst Covid-19 outbreak in Australia. *Irish Journal of Psychological Medicine*, 37(3), 237-242. <https://doi.org/10.1017/ipm.2020.37>
- Fürst, S. (2020). In the service of good journalism and audience interests? How audience metrics affect news quality. *Media and Communication*, 8(3), 270-280. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3228>

- Gao, J., Zheng, P., Jia, Y., Chen, H., Mao, Y., Chen, S., ... y Dai, J. (2020). Mental health problems and social media exposure during Covid-19 outbreak. *PLOS ONE*, 15(4). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0231924>
- Inadi - Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (2011). Informe técnico del observatorio de la discriminación en medios de comunicación. [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/disc\\_en\\_medios\\_y\\_redes.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/disc_en_medios_y_redes.pdf)
- Ipsos (2019). *Global attitudes to mental health*.
- Lopezosa, C., Codina, L. y Gonzalo-Penela, C. (2019). SEO *off page* y construcción de enlaces: estrategias generales y transmisión de autoridad en cibermedios. *El Profesional de la Información*, 28(1), 1-13. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.07>
- McCombs, M. (2010). Extending our theoretical maps: Psychology of agenda-setting. *Central European Journal of Communication*, 2, 197-206.
- Mheidly, N. y Fares, J. (2020). Leveraging media and health communication strategies to overcome the Covid-19 infodemic. *Journal of Public Health Policy*, 41(4), 410-420. <https://doi.org/10.1057/s41271-020-00247-w>
- Minsal - Ministerio de Saludo de Argentina (2021). *Plan Nacional de Salud Mental 2021-2025*. [https://www.mpdneuquen.gob.ar/images/plan\\_nacional\\_de\\_salud\\_mental\\_2021\\_2025.pdf](https://www.mpdneuquen.gob.ar/images/plan_nacional_de_salud_mental_2021_2025.pdf)
- Mitchelstein, E., Leiva, S., Giuliano, C. y Boczkowski, P. J. (2018). La política da que hablar: “Engagement” en redes sociales de sitios de noticias. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 23, 157-173. <https://doi.org/10.5209/CIYC.60913>
- Mitchelstein, E., Matassi, M. y Boczkowski, P. J. (2020). Minimal effects, maximum panic: Social media and democracy in La

tin America. *Social Media and Society*, 6(4), 1-11. <https://doi.org/10.1177/2056305120984452>

Muñiz, C. y Corduneanu, V. I. (2020). La comunicación política en tiempos de pandemia: El impacto del Covid-19. *Más Poder Local*, 41, 44-47. <https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/issue/view/1>

OPS - Organización Panamericana de la Salud (2020). Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra la Covid-19. [https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52053/Factsheet-Infodemic\\_spa.pdf](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52053/Factsheet-Infodemic_spa.pdf)

OPS - Organización Panamericana de la Salud (2022). Informe mundial sobre salud mental: Transformar la salud mental para todos. IRIS PAHO. <https://doi.org/10.37774/9789275327715>

Pearman, O., Boykoff, M., Osborne-Gowey, J., Aoyagi, M., Ballantyne, A. G., Chandler, P., ... y Ytterstad, A. (2021). Covid-19 media coverage decreasing despite deepening crisis. *The Lancet Planetary Health*, 5(1), e6-e7. [https://doi.org/10.1016/S2542-5196\(20\)30303-X](https://doi.org/10.1016/S2542-5196(20)30303-X)

Perfil (2021). Locura total en el vestuario: Los jugadores de la Selección celebraron su clasificación al Mundial. 442, Temas del Día, 17 de noviembre.

Ramírez Leyva, F. M., Terrón Blanco, J. L. y Castañeda, R. C. (2021). Noticias y *frames* de salud en la televisión en México. Enfoque sobre contenidos y perspectiva de género. *Comunicación y Sociedad*, 18, 1-20. <https://doi.org/10.32870/cys.v2021.7819>

Retegui, L. (2020). Métricas y cuantificación del rendimiento individual de los periodistas Un estudio en el interior de una sala de redacción. *Austral Comunicación*, 9(1), 45-67. <https://doi.org/10.26422/aucom.2020.0901.ret>

- Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., Erviti, M., López-Pan, F., ... y Erviti, M. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. *El Profesional de la Información*, 29(3), 1-15. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- Sánchez-Sabate, R., Zunino, E., Badilla-Briones, Y., Celis, N. C. y Caro, D. (2021). Chilean digital press coverage of the relation between diet and mental health. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(2273), 1-18. <https://doi.org/10.3390/ijerph18052273>
- Semetko, H. A. y Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Shutzman, B. y Gershy, N. (2023). Children's excessive digital media use, mental health problems and the protective role of parenting during Covid-19. *Computers in Human Behavior*, 139. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107559>
- Stolkiner, A. y Ardila Gómez, S. (2012). Conceptualizando la salud mental en las prácticas: consideraciones desde el pensamiento de la medicina social/salud colectiva latinoamericanas. *Vertex*, 23(10), 1-30.
- Unicef (2021). *Estado mundial de la infancia 2021. En mi mente. Promover, proteger y cuidar la salud mental de la infancia* (vol. 2).
- Uzcátegui, J. L. (2022). Salud mental colectiva, la Covid y el mundo pospandemia. *Fronteras*, 18, 46-57.
- Van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., de Vreese, C., Matthes, J., ... y Stanyer, J. (2017). Political communication in a high-choice media environment: A challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3-27. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1288551>

- Zúñiga, V. M. (2018). Repercussion of the death of Fidel Castro in Santiago de Cuba. Appearance and evolution of the event in the political and media agendas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(1), 797-816. <https://doi.org/10.5209/ESMP.59980>
- Zunino, E. (2021). Digital media and Covid-19: Overinformation, polarization and misinformation. *Universitas*, 34, 133-153. <https://doi.org/10.17163/uni.n34.2021.06>
- Zunino, E. (2023). Cuatro tesis sobre la relación entre información y democracia en la convergencia digital. En Schonfeld, L. y Ramos, A. (eds.), *Democracia en red. Internet, sociedad y política en la Argentina* (pp. 63-72). NIC Argentina.
- Zunino, E., Kessler, G. y Vommaro, G. (2022). Consumo de información en redes sociales en tiempos de pandemia: evidencias del caso argentino. *Inmediaciones de la Comunicación*, 17(1), 129-161. <https://doi.org/10.18861/ic.2022.17.1.3231>