



Análisis de la información sobre la enfermedad mental en los medios audiovisuales

José Antonio Navarro Moreno¹; Agustín Olmo López²

Recibido: 29 de septiembre de 2015 / Aceptado: 3 de marzo de 2016

Resumen. La imagen que se suele proyectar de los enfermos mentales se basa en el desconocimiento histórico de esta enfermedad y en la construcción social de un estereotipo que llega a convertirse en estigma. Los medios de comunicación han reproducido esta visión negativa, especialmente los géneros de ficción audiovisual, pero también los informativos. El dramatismo televisivo ante ciertos acontecimientos en los que se ven implicados enfermos mentales alimenta mensajes superficiales. Sin embargo, esto se está invirtiendo gracias a la concienciación de periodistas, los libros de estilo y recomendaciones, y, sobre todo, al papel proactivo de las asociaciones de enfermos y administraciones. Un análisis de un medio concreto, Canal Sur Televisión, sirve para establecer niveles de estereotipo y buscar las relaciones entre el promotor del acontecimiento y la noticia emitida.

Palabras clave: Salud mental; medios de comunicación; Canal Sur; televisión; gabinete de prensa.

[en] Analysis of Information about Mental Illness in Audiovisual Media

Abstract. The image that usually projects of the mentally ill is based on the historical ignorance of this illness and on the social construction of a stereotype comes to become a stigma. The media have reproduced this negative vision, especially the audiovisual fiction, but also the news. The dramatism used in television before some events in which are involved mentally ill feed s superficial messages. Nevertheless, this is changing thanks to the awareness of journalists, the books of style and recommendations, and specially to the proactive role of the associations of patients and administrations. An analysis of a channel, Canal Sur TV, serves to establish levels of stereotype and look for relationships between the event promoter and the broadcast news.

Keywords: Mental health; media; Canal Sur; Television; press office Journalism.

Sumario. 1. Introducción. 2. Hipótesis iniciales. 3. Metodología. 4. Resultados; 4.1. Noticias que reproducen el estereotipo negativo; 4.2. Noticias relacionadas con la enfermedad de manera indirecta, en términos negativos; 4.3. Noticias relacionadas con la enfermedad en términos generales, de manera neutra; 4.4. Noticias que ofrecen una imagen positiva de la enfermedad mental; 4.5. El campo semántico "loco". 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

¹ Universidad de Sevilla
E-mail: janava@us.es

² Universidad de Sevilla
E-mail: aolmo@us.es

Cómo citar: Navarro Moreno, José Antonio y Olmo López, Agustín (2016): “Análisis de la información sobre la enfermedad mental en los medios audiovisuales”, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22 (2), 847-860.

1. Introducción

Los enfermos mentales han cargado durante siglos con una imagen negativa como consecuencia del desconocimiento de la sociedad, la ausencia de tratamientos adecuados o la falta de recursos asistenciales. Esta imagen estereotipada de estos enfermos ha llegado casi a nuestros días, y en algunos casos se ha convertido en un “estigma” de difícil superación para los afectados. La sociedad y los medios de comunicación han reproducido durante décadas una falsa imagen de la enfermedad centrándose en elementos negativos. El estudio realiza un repaso por los principales códigos éticos de cadenas de televisión y de las asociaciones e instituciones que trabajan con los enfermos mentales para, a partir de ahí, analizar todas las informaciones emitidas por una cadena, en este caso la regional de televisión Canal Sur durante un año completo, el 2013. Para ello establece un amplio criterio de búsqueda sobre diferentes descriptores relacionados con la salud mental y se somete a las informaciones a un análisis del mensaje para intentar establecer diferentes niveles en la reproducción del estereotipo. De la investigación se desprenden algunos elementos negativos sobre la imagen de estos enfermos pero también se observa una clara actitud proactiva para erradicar estereotipos tanto del medio, los periodistas y las asociaciones de enfermos.

2. Hipótesis iniciales

La enfermedad mental es tan antigua como el ser humano pero su tratamiento adecuado apenas tiene sesenta años. La cultura popular ha identificado a estas personas siempre como: locos, lunáticos, enajenados, poseídos, peligrosos, etc. Estos valores se han interiorizado en la sociedad, a pesar del avance en los tratamientos, terapias y recursos sociales. La enfermedad mental, por tanto, está asociada a numerosas connotaciones negativas como consecuencia de la herencia social. La denominación de estas enfermedades por su terminología médica, esquizofrenia, trastorno bipolar, depresión, etc. resulta confusa para una parte de la población. Hasta hace pocas décadas, la sanidad no tenía una respuesta clara para los enfermos mentales y la sociedad solo respondía con recursos sociales de castigo o internamiento (hay que tener en cuenta que palabras como esquizofrenia apenas tienen un siglo de vida). Una realidad que refuerza una imagen negativa de los enfermos mentales que todavía son considerados para muchas personas como individuos inestables o peligrosos. Esta realidad, ha llevado a la construcción de una imagen negativa que todavía pervive en nuestros días.

Así, la percepción del enfermo mental por los receptores responde a valoraciones de imágenes históricas alejadas de la realidad del colectivo. Esta percepción está construida por la base del concepto de un estereotipo negativo. Entenderemos por estereotipo, siguiendo a Bueno y Garrido (2012: 100) una construcción de la realidad que se articula sobre procesos psicológicos

motivacionales, en los nos esforzamos por entender nuestro entorno, pero también elementos cognitivos, según los cuales hacemos categorías para entender la realidad, y aspectos sociales que condicionan las creencias y la conducta tenemos hacia cada grupo social.

El concepto de estereotipo, que toma la palabra de los moldes que construían los editores de las imprentas se analiza con profundidad a partir de la obra de Lippman en 1922, en la que analiza los “retratos en la mente” que tiene la sociedad norteamericana entorno, fundamentalmente, a las nacionalidades y las diferentes culturas. Para Lippmann el estereotipo era siempre un proceso de razonamiento defectuoso, aunque dejaba abierta la posibilidad del cambio a través del conocimiento aprendido:

“Las influencias más sutiles y dominantes son las que logran crear y mantener repertorios de estereotipos. Por una parte, oímos hablar del mundo antes de verlo y por otra imaginamos la mayor parte de las cosas antes de experimentarlas. Como resultado, todas esas ideas preconcebidas gobernarán casi por completo nuestro proceso integro de percepción, a menos que la educación, nos haga plenamente conciente de ello” (Lippmann, 2003: 88).

Los posicionamientos de Lippman han sido muy reflexionados desde la perspectiva de la psicología social y en la actualidad, como asegura Schneider (2005: 121), podríamos hablar de los estereotipos como un conjunto estructurado de creencias, compartidas dentro de una misma cultura, acerca de los atributos o características que poseen las personas en función de su pertenencia a un determinado grupo social.

Pero el estereotipo va más allá que un mero conjunto de creencias, juicios o percepciones sobre un grupo de personas. Cuando este conocimiento se impregna de valores afectivos, positivos o negativos, alcanza una dimensión que distorsiona claramente la realidad. Por lo general, a nivel popular, se ha identificado el estereotipo con elementos de valor negativo, pero en esos casos nos encontramos ante lo que denominamos “prejuicios”. El prejuicio implica un rechazo del otro y generalmente es consecuencia de una conceptualización errónea de la realidad unida a elementos afectivos negativos propios del desconocimiento. En alguna ocasión, este estereotipo negativo puede provocar conductas de discriminación.

Cuando esta realidad negativa, como asegura López, se perpetua en el tiempo y es interiorizada por todos se puede convertir una barrera infranqueable para los afectados, y podríamos incluso hablar de la existencia de un estigma.

“Bajo el término general ‘estigma’ hacemos referencia a un fenómeno social complejo que afecta, en las distintas sociedades conocidas, a diferentes grupos sociales, entre ellos a las personas con graves problemas de salud mental. En relación con estas personas, desde la perspectiva de la atención comunitaria, se ha identificado el estigma como el núcleo básico de distintas barreras sociales, que dificultan su vida en la comunidad más allá de los efectos propios de la enfermedad” (López, 2007: 793)

La historia de la enfermedad mental está cargada de prejuicios, como consecuencia del desconocimiento y del miedo hacía estos enfermos algo que ha provocado un sólida imagen espontánea negativa, que todavía pervive en nuestra

sociedad y que se puede encontrar en algunas informaciones de los medios de comunicación. Sin embargo, a pesar de este punto de partida, observamos como en las últimas décadas la mayoría de los códigos éticos de los informadores, la numerosas campañas institucionales y la actividad de las asociaciones de enfermos han conseguido tener una elevada presencia en el discurso mediático neutralizando gran parte de la imagen negativa.

Pero, para acercarnos a nuestra investigación es necesario entender el proceso de producción de la información y en especial la televisión, el gran medio audiovisual de masas y que se será el objeto de análisis del estudio. Son muchos los autores que han reflexionado sobre el concepto de producción de la noticia, desde diferentes parámetros y perspectivas, pero nos resulta más interesante para nuestra investigación el marco teórico definido por los investigadores que se han aproximado a los procesos de construcción y recepción de los mensajes.

Nos interesa analizar los factores organizativos, burocráticos que influyen en el proceso de producción de la noticias y cuyo resultado es la fabricación, la construcción de la noticia -*newsmaking*- cuyas exigencias organizativas, estructurales, técnicas y expresivas son elementos importantes para determinar la representación de la realidad que ofrecen los media. Ahí se establecen los criterios de noticiabilidad, como aquellos que determinan si un hecho es merecedor de convertirse en noticia o no. Ese proceso de selección que, a su vez, incluye tres fases, para Rodrigo (1989: 89) la selección, la jerarquización y la tematización de las noticias.

En este sentido, consideramos necesario comentar los posicionamientos de Mac Quail (1983: 23) sobre la capacidad de los medios para destacar o silenciar unos acontecimientos u otros y así crear el concepto de opinión pública, lo que se ha conocido como la Teoría de la Fijación de la Agenda. Como recoge al referirse a los media, “por el mero hecho de prestar atención a algunos temas e ignorar otros, tienen un efecto en la opinión pública. La gente tenderá a conocer aquellas cuestiones de las que se ocupan los medios de difusión y adoptará el orden de prioridades que se asigna a los diversos temas”. Resulta innegable, para Monzón (1987: 130), que los medios de comunicación van creando con sus mensajes, imágenes y estereotipos el marco de referencia formativo adecuado para completar el mapa cognitivo de las personas y responder así a las necesidades, curiosidades e interrogantes que plantea el día a día.

Son muchos los factores que influyen en el concepto de opinión pública, especialmente en una sociedad con un gran número de medios, donde han irrumpido con fuerza las redes sociales y existen un gran competencia de mensajes que llegan al ciudadano. Sin embargo, no podemos olvidar que los grandes medios de masas siguen ejerciendo una poderosa influencia en la población. No debemos olvidar que en España, la televisión continua siendo el medio preferido por la opinión pública para informarse, según estudios del Centros de Investigaciones Sociológicas, (2010: 43), con unos porcentajes que superan el 80%, si establecemos al menos 3 días por semana. Sólo un 4 % nunca acude a ella, mientras que de los demás medios hay como mínimo un 38,4 % que se declara no usuario.

Consideramos que los grandes medios de masas tienen un código icónico y un lenguaje propio, algo que les lleva a primar los valores de espectacularidad por

encima de la reflexión y el análisis. Como asegura Colombo (1976: 96), el lenguaje simbólico es reconocido pero no asimilado, y fomenta una comunicación vasta e imprecisa. En ocasiones, las televisiones, y muchas veces sus espacios informativos, han abusado de estos códigos específicos poniéndolos al servicio de la emoción. En el proceso de selección de la noticia han primado asuntos que se han dejado llevar por la espectacularidad del acontecimiento. Para Ramonet, (1998: 67) estos informativos confunden emoción con información sin profundizar en las causas, consecuencias o implicaciones que supone ese acontecimiento. Esta primacía de la imagen sobre el contenido se encuentra en la base de los estereotipos negativos que sobre la enfermedad mental construye la televisión, en parte, por la influencia del género de ficción sobre la información.

En este proceso de producción de la información debemos considerar lo que los teóricos han definido como el marco de la noticia, ese contexto de producción en el que se desarrolla. En este caso, los gabinetes de comunicación de administraciones y asociaciones de enfermos han tomado un papel activo, aprendiendo que un hecho noticioso sobre la enfermedad mental debería adaptarse a la forma de trabajar de los medios de comunicación, debería ser fácilmente identificable, “si un acontecimiento no se presenta fácilmente como noticia que pueda involucrarse con facilidad dentro de una forma narrativa conocida, ese acontecimiento es noticia blanda, (requiere más tiempo de investigación) o no es noticia. Es dejado de lado, por los límites inherentes al marco de la noticia”, asegura Tuchman (1978: 229). En la misma línea, para Ramírez (1995: 42) las fuentes deben adaptar sus mensaje a los medios para conseguir presencia informativa “para ganarse la atención de los gatekeeper, los gabinetes de comunicación deben adecuarse a los valores-noticia, estándar que circulan en el mercado: notoriedad del protagonista, adecuación, proximidad del hecho, impacto dramático, interés, novedad, grado de curiosidad, etc.”. Por lo tanto, si los mensajes se adaptan a los procesos de trabajo de los medios será más fácil tener presencia mediática y llegar a la opinión pública cambiando el estereotipo negativo.

En este sentido, la mayoría de las asociaciones de enfermos en Andalucía e instituciones que trabaja con los enfermos mentales cuenta con gabinetes de comunicación y estos mantienen unas estructuras permanentes y relaciones estables con los medios de comunicación. Observamos como estos colectivos se han sabido adaptar a las exigencias de sus entornos mediáticos ofreciendo información de interés para sus públicos, apostando por las nuevas herramientas de comunicación e incluso actuando con gran rapidez cuando se han producido noticias de sucesos que podrían ser objeto de noticias que reprodujeran el estereotipo negativo, es lo que hemos denominado como actitud proactiva de la fuente, que en algunos casos ha llegado a buscar periodista que asumieran la misma actitud.

3. Metodología

Con esta investigación se realiza un recorrido histórico por la imagen de enfermo mental, hasta llegar a la sociedad actual donde se reflexiona sobre los hábitos inadecuados y errores habituales de los medios de comunicación actuales que se dejan llevar fácilmente por la rutina incumpliendo, en ocasiones, sus propios

códigos éticos. El estudio delimita los sectores y géneros informativos en los que todavía pervive la imagen negativa del enfermo mental. Para establecer sus posicionamientos los autores analizan los principales guías de estilos de los medios así como las recomendaciones de colectivos profesionales, psicólogos y departamentos de la administración, especializados en salud mental.

Para acercarnos a la información que ofrecen los medios de comunicación partiremos del concepto clásico de noticia, como la entiende Martínez, (1983: 40) "como aquel hecho verdadero, inédito y actual, que se transmite a la opinión pública, a los receptores, una vez que ha sido recogido interpretado y valorado por los sujetos promotores de la información"

Sin duda, todos los "mass media" influyen en el concepto de opinión pública, pero hay uno, la televisión que reúne todas las características para que su influencia sea más poderosa que el resto, por el poder de seducción del elemento visual, el escaso esfuerzo para interpretar los mensajes y fragmentación del discurso en los espacios informativos. Por tanto, la televisión es un medio en el que toda la información se somete al condicionamiento de la imagen. El poder de lo visual prima, en la mayoría de los casos, sobre el contenido de la información. La importancia de la imagen le resta protagonismo a la argumentación de los contenidos, de tal manera que el espectador, se queda, por lo general, en la superficie sin llegar a profundizar en causas, consecuencias, alternativas, etc.

Los conceptos de verdadero, inédito o actual, llevan con demasiada frecuencia a la selección de noticias sobre sucesos provocados por enfermos mentales, acontecimientos reales de los que un periodista no puede abstraerse pero en los que se abusa de un lenguaje dramático, término como: desequilibrado, trastornado, perturbado o incluso loco, siguen apareciendo en la construcción de la noticia lejos de las recomendaciones de sus códigos deontológicos.

El libro de estilo de Canal Sur Televisión es claro en este sentido "Los problemas de salud mental no deben ocultarse, preferiblemente enmarcados en el área informativa de Sociedad, pero debemos eludir la orientación de una noticia hacia connotaciones negativas" (2004: 162). Tras realizar un recorrido general por errores habituales de los informadores en relación a este asunto establece una relación de ocho recomendaciones, muchas de ellas coincidentes con las propuestas de guías realizadas por asociaciones de enfermos, entre ellas, y por la importancia que tiene en la posterior muestra analizada destacaremos algunas:

"No usaremos términos ofensivos, inexactos y anticuados que perpetúen la ignorancia y conduzcan a la estigmatización", "Si conocemos el diagnóstico específico de un problema mental tenemos que usar el término adecuado y rechazar sustantivos que tienden a etiquetar o clasificar peyorativamente a las personas", "Evitar términos anticuados", "Referirse a los ingresos o estancias psiquiátricas como *ingreso* o *ingreso hospitalario*, y no en términos antiguos y negativos", "erradicar los titulares sensacionalistas y morbosos con el factor de la salud mental como elemento de alarma" (Libro de estilo de Canal Sur Televisión)

Otros libros de estilo de cadenas televisivas son menos exhaustivos, pero trabajan en la misma línea. Así la televisión autonómica catalana (2011) recomienda a sus periodistas, "Informamos sobre salud con la máxima exactitud,

con un lenguaje adecuado y preciso, y a partir de fuentes fidedignas"... "Nos referimos con un lenguaje respetuoso, que evite los estereotipos negativos y que no estigmatice. Tampoco hacemos asociaciones no fundamentadas entre enfermedades y comportamientos, especialmente en caso de trastorno mental"

Finalmente, Televisión Española (2010) realiza recomendaciones muy superficiales al tratar la enfermedad mental agrupándola con las discapacidades psíquicas, algo que se presta a confusión para muchos periodistas, "en el caso de discapacidades psíquicas, una forma de proteger los derechos de quienes las padecen consiste en nombrar la enfermedad y no describir con ella a quienes la padecen. Hay que hablar de personas con síndrome Down y nunca de subnormales, de enfermos de esquizofrenia y nunca de locos"

En nuestro país se han elaborado numerosas guías de estilo tanto por periodistas como asociaciones, especialmente centradas en los problemas de las personas con discapacidad desde una perspectiva general. En este sentido, podríamos destacar la obra de Fernández en la que realiza numerosas recomendaciones para el correcto uso del lenguajes en la discapacidad (2006: 40), o la conocida como Declaración de Salamanca (2004) en la que se apuesta por la normalización de los mensajes sobre personas con discapacidad. Igualmente, comprobamos que existe una gran diversidad de estudios, proyectos y congresos en los que se ha analizado la imagen que reflejan los medios de comunicación sobre la enfermedad mental. Gran parte de estos trabajos se ha realizado desde una perspectiva multidisciplinar ya que intervienen en ellos todos los sectores implicados en el proceso. En esta línea de trabajo conjunto entre administraciones, asociaciones y medios de comunicación encontramos numerosas iniciativas que se han puesto en marcha en los últimos veinte años y que han venido a reducir los estereotipos negativos que transmitían los medios de comunicación. Una las campañas más completa fue el proyecto europeo "open the doors" (2005) para combatir los estereotipos negativos de la esquizofrenia, en el proyecto se realizaron numerosas recomendaciones para familiares, asociaciones, medio de comunicación, empresas, etc., proponiendo actividades concretas para llegar a las audiencias. El proyecto fue desarrollado en nuestro país por la Federación de Agrupaciones de Familiares de Enfermos Mentales (FEAFES) que lo extendió a todas las comunidades, a través de diferentes guías (2002: 13)

En ocasiones, algunas de estas guías pueden resultar excesivamente exhaustivas, algo que se puede convertir en un inconveniente, al encontrar numerosos decálogos de recomendaciones, lo que supone un elevado esfuerzo de análisis para el informador. En este sentido, es importante destacar la publicación "Recomendaciones para una información no estigmatizante" (2005), publicada la Consejería para la Igualdad y Bienestar Social de la Junta de Andalucía en colaboración con las asociaciones de enfermos, un completo tríptico informativo que se repartió por todos los medios de comunicación de Andalucía y que ha servido de referencia en muchas redacciones. Pero el interés de las instituciones públicas ha ido más allá de las recomendaciones para periodistas, siguiendo algunas de las recomendaciones del proyecto "open the doors", y la administración andaluza ha demostrado un papel muy activo en la realización de campañas, actividades y establecimientos de acuerdos permanentes con medios de comunicación, en parte, gracias al trabajo realizado por la Fundación Andaluza

para la integración del Enfermo Mental (FAISEM), que cuenta con un departamento de comunicación con una elevada actividad. En este sentido es importante destacar la firma de un convenio estable de colaboración con la Empresa Pública de Radio y Televisión de Andalucía para la sensibilización social sobre las personas con trastorno mental grave, (2004), acuerdo que incluía la emisión de la campañas “1 de cada 4” (2007), una de las campañas de sensibilización más exitosas de los últimos años dirigida a todo tipo de públicos.

Es importante destacar el papel de las asociaciones de familiares de enfermos mentales como generadores de información para neutralizar los estereotipos. Es importante recordar que existe una quincena de asociaciones y muchas de ellas cuentan con gabinetes de comunicación o personas que asumen esas funciones, algo que ha influido directamente en la información que recogen los medios, si bien, está centrada en momentos puntuales, en torno al Día Mundial de la Salud Mental o cuando se necesita neutralizar alguna noticia negativa. Sin duda, lo más significativo de estos departamentos de comunicación ha sido tener la capacidad de introducirse en la agenda de producción de los medios como podremos ver en el estudio.

4. Resultados

Para poder analizar en profundidad la realidad de un medio de comunicación proponemos un modelo de estudio noticias seleccionando trece descriptores semánticos y buscando estos conceptos en los informativos de la emisora pública Canal Sur Televisión, durante todo el año 2013. Para ello, -gracias a la colaboración del servicio de documentación de la RTVA- se sometieron a búsqueda todas las noticias emitidas en los dos principales informativos de la cadena (Noticias 1 y Noticias 2) más una decena de programas, con un cómputo de noticias escrutadas que sobrepasaba las treinta mil. Para ello, el Thesaurus de búsqueda seleccionó aquellas noticias emitidas durante el año 2013 que contuvieran los siguientes términos, incluidas su raíz semántica: salud mental, enfermo mental, depresión, esquizofrenia, trastorno bipolar, desequilibrado, perturbado, psiquiatra, psiquiátrico, loco-locura, paranoico, manicomio.

En la búsqueda aparece un total de 120 documentos susceptibles de análisis, -entendiendo por documento la construcción de un relato informativo en alguno de sus formatos tradicionales como es la construcción del video informativo, las colas informativas del presentador o el reportaje en el caso de los programas informativos-. Tras un primer estudio se descartaron aquellas noticias consideradas como “ruido” (entre ellas el campo semántico “loco”) al poder desvirtuar los porcentajes y el objeto de la investigación, finalmente, los documentos susceptibles de analizar serían 97 noticias.

Tabla 1. Noticias emitidas por Canal Sur TV en 2013 relativas a la salud/enfermedad mental. Fuente: archivo Canal Sur TV. Elaboración propia

Categoría	Noticias emitidas	Acontecimientos
1. Negativa: Sucesos	20	13
2. Negatividad relativa	27	23
3. Neutras	21	16
4. Positivas	29	23
Total	97	75

Tras la selección de noticias se someten estas a un análisis de contenido estableciendo los siguientes criterios:

- de la temática, agrupándolas en función de la sección periodística (sucesos, nacional, política, deportes, etc.)
- Establecimiento de relación entre números de acontecimientos y noticias generadas
- Clasificación en función de su nivel de construcción del estereotipos y para ello seguimos las consideraciones de Rodrigo, para otros colectivo como las migraciones (2007), al establecer una clasificación de positivo, negativo o neutro en función de los valores que transmite. De esta forma se encontraron los siguientes datos que ordenamos en 4 grupos.

4.1. Noticias que reproducen el estereotipo negativo

En este grupo nos encontramos con veinte casos, prácticamente el 19% del total. Estas informaciones corresponden a trece acontecimientos informativos. Son noticias generalmente de sucesos violentos relacionados con agresiones, casi nunca se cita al protagonista como enfermo, se utilizan términos relacionados con violencia que infunde a reforzar estereotipo negativo.

Estos son algunos ejemplos:

- En el cantón suizo de Valais, un hombre mató ayer con un fusil... en 2005 estuvo internado en un psiquiátrico...
...recibió una llamada de alerta del hermano del detenido indicando que este pasaba por un estado depresivo y que había amenazado con matar a su novia...
- Tiroteo ante las puertas del palacio Chigi, según las primeras investigaciones, se trata de una persona desequilibrada...
- ...se defiende con el argumento de que fue víctima de un ataque transitorio de esquizofrenia...

4.2. Noticias relacionadas con la enfermedad de manera indirecta, en términos negativos

En este grupo encontramos 27 noticias generadas por 23 acontecimientos. Prácticamente, un 26% de las informaciones. Generalmente son sucesos en los que se intenta utilizar la enfermedad mental como una eximente. Frecuente en noticias judiciales o de violencia de género.

Estos son algunos ejemplos:

- ...los expertos que hicieron el estudio psiquiátrico de Bretón para demostrar que no éste no actuó loco ni desesperado...
- La mujer de Pilas, que está ingresada en prisión por congelar a dos bebés, no sufre ningún trastorno mental...
- ...Y ha seguido: estaba bajo los efectos del alcohol, la frustración y los nervios; estaba como loco de la ira...
- ...será sometida a un examen psiquiátrico a petición del fiscal. Rosario Porto ya ha sido sometida a un análisis toxicológico...

4.3. Noticias relacionadas con la enfermedad en términos generales, de manera neutra

En este caso encontramos 21 noticias de 15 acontecimientos. Son noticias relacionadas con estudios, comparencias políticas, legislación, etc. Son noticias generales sobre salud mental, generalmente relacionadas con el aumento de las depresiones por la crisis y otros trastornos de la conducta, atención, alimentación, etc.

Estos son algunos ejemplos:

- En los últimos diez años las tasas de suicidio han aumentado de forma drástica en nuestro país...
- En Zaragoza decenas de afectados por problemas hipotecarios. La primera causa de muerte violenta en España y uno de cada tres está relacionado con asuntos económicos. El pasado 12 de febrero un matrimonio se quitó la vida en Mallorca antes de ser desalojado...
- Informe sobre aumento y repercusiones de la crisis económica en el aumento de las enfermedades y patologías mentales...
- Los trastornos de atención y la hiperactividad afectan a casi uno de cada diez niños.

4.4. Noticias que ofrecen una imagen positiva de la enfermedad mental

Son 29 noticias de 23 acontecimientos. La mayoría de las noticias reflejan acontecimientos en positivo o de reivindicación generados por los colectivos de afectados. Las noticias en las que la fuente es la administración son insignificantes. Se observa un papel muy activo de las asociaciones de afectados, y tienen un claro mensaje persuasivo en defensa del enfermo mental.

Estos son algunos ejemplos:

- ...hablan familiares de enfermos mentales: "los enfermos mentales no son peligrosos"
- Los familiares y personas con enfermedades mentales van a presentar una demanda civil contra el Circo de los Horrores. Creen que la publicidad del espectáculo atenta contra la dignidad y el honor de este colectivo.
- Entidades y personas sensibilizadas con los enfermos mentales han constituido el Observatorio de Salud Mental de Andalucía.
- Menos del cinco por ciento de los actos violentos están cometidos por personas con enfermedad mental.
- A esta hora continúa la celebración en el Centro Cultural CajaSol del espectáculo "Hechizofrenia". Se trata de un...
- "Cientos de personas llegadas de toda Andalucía se han concentrado en los jardines del Parlamento de Andalucía para conmemorar el día mundial de la salud mental"

4.5. El campo semántico "loco"

Fuera de los anteriores cuatro grupos de análisis, por categorías del valor del estereotipo, hemos considerado importante la búsqueda del capo semántico "loco" dado el peso social y cultural que ha tenido en la construcción del estereotipo. En la primera selección de 120 registros que aportó la base de datos. En este caso aparecieron 25 noticias correspondientes a 18 acontecimientos. En la mayoría de los casos, son noticias donde el campo semántico "loco" aparece totalmente desligado de la enfermedad mental y en muy pocos casos podía tener connotaciones negativas. Podría haberse incluido en apartado de noticias neutras pero, la mayor parte de ellas se consideraron como "ruido", al haber perdido totalmente su identificación con el enfermo. En este caso la palabra loco se utiliza para dar nombre a elementos artísticos o culturales. No existe una connotación negativa, pero si se observa el rastro de herencia cultural de la enfermedad como es el de la identificación de la locura con un inusual estado de creatividad.

Estos son algunos ejemplos:

- ...y otros grupos menores como Mao-Mao, Máquina y Mirada Locos.
- Así lo confirman los llenos de La Galanía para esta tarde, con "Yo soy la Locura".
- Es un loco de las pajaritas. Un complemento que comenzó.
- No son imágenes de archivo, ni nos hemos vuelto locos. En plena primavera...
- Los locos años 20 han tomado esta noche la alfombra roja del Festival de Cannes...
- Baile de los Locos, una tradición cuyo origen se remonta al siglo XVIII.
- También la consejera de la Presidencia aplaude que se acabe con la locura del soberanismo que mantenía el president de la Generalitat.
- ... "¿Pueden sacar a esos locos de la Asamblea?"

5. Conclusiones

A pesar de la impresión inicial, los resultados son especialmente llamativos, la mayoría de las informaciones no se puede considerar que perjudique al colectivo, si

bien, es cierto, que las presencias negativas, casi el 20%, son muy impactantes a nivel social ya que reflejan noticias de sucesos de especial dramatismo protagonizados por enfermos mentales. Por otra parte, casi la mitad de las noticias aparecidas en la muestra tiene una negatividad escasa para los enfermos mentales o es simplemente neutra. Es especialmente significativo que, prácticamente, un 30% de las informaciones se puede considerar como noticias positivas en las que se defiende la imagen de normalidad de la enfermedad mental. En algunas de estas noticias, las asociaciones mantienen un papel muy activo en la corrección de informaciones negativas, algo que no ocurre con otras enfermedades. Además, en este bloque observamos el compromiso de algunos periodistas con el colectivo de enfermos mentales colaborando de forma activa en la emisión de mensajes positivos, unos mensajes que responden a estrategias fomentadas por las asociaciones de enfermos o por la administración.

Resulta importante, observar la relación entre acontecimientos que generan la información y el número de noticias que elabora el medio de comunicación. Así, podemos ver que las informaciones de sucesos dramáticos generan casi dos noticias por acontecimiento. Mientras que en el extremo opuesto, un acontecimiento positivo solo genera una información. Estos porcentajes, seguramente, entran dentro de la normalidad de lo que un periodista entiende como importancia de un hecho informativo que requiere que aparezca en dos ediciones. Pero, esta realidad lleva a las asociaciones de enfermos mentales a que tengan que ser especialmente activas tanto en cantidad como en la importancia de los mensajes que transmiten. Mención especial supone el término “loco”, que desde el principio de la búsqueda se descartó para la elaboración de estadísticas. A pesar de encontrarse en la base social del estereotipo, observamos que en el género información es intrascendente ya que se solo se identifica con valores de cultura, arte o música, tan solo en una ocasión aparece como descalificación, en un contexto de información política.

Finalmente, es importante, destacar que el papel de los gabinetes de comunicación de las asociaciones y entidades que defienden la normalización del enfermo mental es determinante ya que todas las noticias que consideramos positivas se han producido como consecuencia de una acción directa o evento generado por estos departamentos.

6. Referencias bibliográficas

- Bueno Moreno, M^a Reyes y Garrido Torres, Miguel Ángel (2012): “Relaciones Intergrupales: estereotipos, prejuicios y discriminación”, en Marín Sánchez, Manuel y Martínez Pecino, Roberto (coords.): *Introducción a la Psicología Social*. Madrid, Ed. Pirámide, 97-111.
- Centro de Investigaciones Sociológicas –CIS– (2010): *Barómetro de abril 2010*. http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=10362 [Consulta: 6 de junio de 2015]
- Colombo, Furio (1976): *Televisión: La realidad como espectáculo*. Barcelona, Gustavo Gili.
- Consejería de Salud, Educación, para la Igualdad y Bienestar Social (2007): *Campaña Sensibilización, “1 de cada cuatro*.

- <http://www.1decada4.es/volvamosapensar/eliminarestigma/avancesinst/andalucia/>. [Consulta: 11 de junio de 2015]
- Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (2011): *Libro de Estilo*. <http://www.ccma.cat/lilibredestil/> [Consulta: 12 de junio de 2015]
- Declaración de Salamanca (2004): *I Encuentro periodismo y discapacidad*. <http://sid.usal.es/idocs/F8/FDO7201/DeclaracionSalamancaPeriodismo.pdf> [Consulta: 21 de junio de 2015]
- FEAFES (2002): *La Esquizofrenia: Guía Práctica para los Medios de Comunicación*. Madrid., Ed. Ministerio de Sanidad y Consumo-FEAFES.
- Fernández Iglesias, José Luis (2006): *Guía de estilo sobre discapacidad para profesionales de los medios de comunicación*. Madrid, Real Patronato sobre discapacidad. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Junta de Andalucía (2005): *Las personas con trastornos mentales graves y los medios de comunicación. Recomendaciones para una información no estigmatizante*. Sevilla, Conserjería para la Igualdad y Bienestar Social.
- Junta de Andalucía (2004): *Convenio Marco de colaboración entre las Consejerías de Salud, Educación, Para la Igualdad y Bienestar Social, la Empresa Pública de Radio y Televisión Andaluza, la Fundación Pública Andaluza para la Integración Social de Personas con Enfermedad Mental (FAISEM), y la Federación Andaluza de Familiares de Personas con Enfermedad Mental (FEAFES), para la sensibilización social sobre las personas con trastorno mental grave*. Sevilla.
- Lippmann, Walter (2003, primera edición 1922): *La opinión Pública*. Madrid, Langre.
- López, Marcelino (2007): "Medios de comunicación, estigma y discriminación en salud mental. Elementos para una estrategia razonable". *L'Information Psychiatrique*, Vol. 10 (83), 793-799
- Martínez Albertos, José Luis (1983): *Curso general de redacción periodística*. Madrid, Mitre.
- McQuail, Denis (1983): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós.
- Monzón Arribas, Cándido (1987): *La opinión pública teoría conceptos y métodos*. Madrid, Tecnos.
- Ramírez, Txema (1995): *Gabinetes de Comunicación. Funciones, Disfunciones e incidencias*. Barcelona, Bosch.
- Ramonet, Ignacio (1998): *La Tiranía de la Comunicación*. Madrid, Debate.
- Rodrigo Alsina, Miguel (1989): *La construcción de la noticia*. Barcelona, Paidós.
- Rodrigo Alsina, Miguel (2005): *¿Pueden los periodistas no ser etnocéntricos?* <http://red.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/biblioteca/inter34>. [Consulta: 3 de julio de 2015]
- RTVA (2004): *Libro de estilo de Canal Sur*. Sevilla, Radiotelevisión de Andalucía.
- RTVE (2010): *Libro de estilo*. <http://manualdeestilo.rtve.es/> [Consulta: 26 de junio de 2015]
- Schneider, David J. (2005): *The psychology of stereotyping*. Nueva York (USA), The Guilford Press.
- Tuchman, Gaye (1983): *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona, G. Gili.
- World Psychiatric Association (2005): *The WPA global program to reduce stigma and discrimination because schizophrenia*. www.opentheodoors.com [Consulta: 5 de julio de 2015]

José Antonio Navarro Moreno es periodista y Profesor Asociado del Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

Agustín Olmo López es periodista y Profesor asociado del Departamento de Periodismo I de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.