Hombres y mujeres en el discurso digital: perfiles prosódicos en la interacción sobre salud mental en YouTube

Adrián Cabedo | Carolina Figueras

Universitat de València | Universitat de Barcelona

Créditos

Proyecto de investigación (PID2023-148371NB-C42). Estudio de los condicionantes sociales del español actual en el centro y norte de España: NUEVAS IDENTIDADES, NUEVOS RETOS, NUEVAS SOLUCIONES (ECOS-C/N)

https://ecoscn.org/

Universitat de València

Email: adrian.cabedo@uv.es

Copyright y derechos:

Presentación al Congreso ARDIS 2025 por Adrián Cabedo Nebot | Carolina Figueras is licensed under CC BY 4.0

Introducción

- YouTube e Instagram son plataformas crecientes para la **recopilación de información**, incluida la salud mental (Sherman et al. 2022).
- Entorno de información **complejo**, con información errónea junto con contenido autorizado (Oliphant 2013).
- Participación de mujeres en YouTube es **menor que la de los hombres**, tanto como audiencia como produciendo y divulgando contenido (Cambronero-Saiz, Segarra-Saavedra, y Cristófol-Rodríguez 2021) Esta diferencia se incrementa en disciplinas **STEM** (ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas).
- Durante la pandemia de COVID-19, los **problemas de salud mental aumentaron**, lo que llevó a que los *influencers* de salud mental ganaran relevancia (Koinig 2022).

Sobre el tratamiento de la enfermedad mental en las redes sociales (I)

- Las redes sociales pueden ser un método de comunicación poderoso para **aumentar la conciencia** sobre la salud mental y **normalizar** las enfermedades psiquiátricas (Sherman et al. 2022).
- Las celebridades o *influencers* pueden **educar** al público (Calhoun y Gold 2020; Koinig 2022).
- Los *influencers* de salud mental abordan temas como la depresión y la ansiedad, mostrando **empatía y comprensión** (Koinig 2022).
- Incluir **revelaciones íntimas y vulnerabilidad** forma parte de una estrategia comunicativa de autenticidad (Lind y Wickström 2024); puede generar un sentido de **esperanza y compasión** (Muzii et al. 2023).

Sobre el tratamiento de la enfermedad mental en las redes sociales (II)

- Muchos terapeutas **no siguen de forma sistemática** las guías éticas actuales (White y Hanley 2023).
- La exposición pública en redes puede **difuminar los límites** entre lo profesional y lo personal (White y Hanley 2023).
- Su discurso tiende a alinearse con la **psicología positiva**, promoviendo la responsabilidad individual (Lind y Wickström 2024; Koinig 2022). A menudo se integra con contenido **comercial** (Lind y Wickström 2024).
- La calidad de información sobre salud mental en YouTube suele ser **baja, poco confiable y mal evaluada** (Muzii et al. 2023; Oliphant 2013; Sherman et al. 2022).
- La **ausencia de revisión científica** en plataformas como YouTube fomenta la **desinformación** (Oliphant 2013).

Diferencia comunicativa entre hombres y mujeres (II)

- Con **menos suscriptores y visualizaciones**, los canales de divulgación científica liderados por mujeres muestran un **mayor número de interacciones** (likes, dislikes, comentarios); mayor *engagement* comportamental, que podría reflejar una **mayor conexión emocional y cognitiva** con la audiencia (Cambronero-Saiz, Segarra-Saavedra, y Cristófol-Rodríguez 2021).
- Los vídeos de mujeres generan más conversación, lo que puede estar vinculado a su estilo más **afectivo, narrativo o íntimo** (Lind y Wickström 2024).
- Este tipo de contenido puede resultar **más efectivo** para despertar interés científico entre públicos jóvenes.
- Se ha sugerido que las diferencias pueden tener **raíces sociológicas**; lenguaje más **reflexivo y experiencial**, en contraste con el tono más **informativo y directo** usado por hombres.

Claves sobre diferencias en el habla de mujeres y hombres

- Las **creencias lingüísticas** influyen en cómo se perciben los sexolectos (M. Ángeles. Calero Fernández 2007; Plug et al. 2021).
- Género, más que el sexo biológico, determina usos y estrategias comunicativas (Kiesling 2024).Las diferencias no son extremas pero sí visibles en el léxico, la forma de conversar y los temas (Plug et al. 2021).
- Mujeres suelen mostrar más **conciencia sobre normas lingüísticas** de género (M. Á. Calero Fernández 2013).
- Rasgos atribuidos al habla femenina: **tono melódico, uso de diminutivos, cooperación y temas personales** (M. Ángeles. Calero Fernández 2007).
- Hombres: **más interrupciones, temas públicos, control de la conversación** (Mulac et al. 1988).

Claves sobre diferencias fónicas entre géneros

- Las diferencias fónicas entre hombres y mujeres **no son extremas en las lenguas occidentales**, pero existen. En algunas culturas amerindias, son más marcadas e incluyen formas gramaticales diferentes (M. Ángeles. Calero Fernández 2007).
- El habla femenina tiende a sonar **más melódica, refinada o conservadora**, y a veces con una entonación que no marca cierre (M. Ángeles. Calero Fernández 2007).
- En Bogotá, se ha visto que las voces femeninas tienen valores más altos en frecuencia fundamental, duración e intensidad (Muñetón Ayala y Dorta Luis 2021).
- La frecuencia fundamental **(F0) es más alta en mujeres, por diferencias biológicas** (Poyatos 1993).

Objetivos de este análisis

- **Objetivo:** Analizar el discurso de *influencers* del sector fitness sobre cuestiones de salud mental en YouTube, con un interés especial en la prosodia y el *engagement* emocional.

Advertencia

Este es un estudio exploratorio

Corpus

- 24 videos de Youtube: 8 (hombre-hombre), 8 (hombre-mujer), 8 (mujer-mujer).
- Transcritos con WhisperX y alineados con Montreal Forced Aligner.
- Procesados con Oralstats v.1.6 (Cabedo 2025)
- Duración total: 884.87 minutos. (14.75 horas).
- Número de grupos entonativos: 32458.
- Número de palabras: 208940.

Muestra visual del material recogido







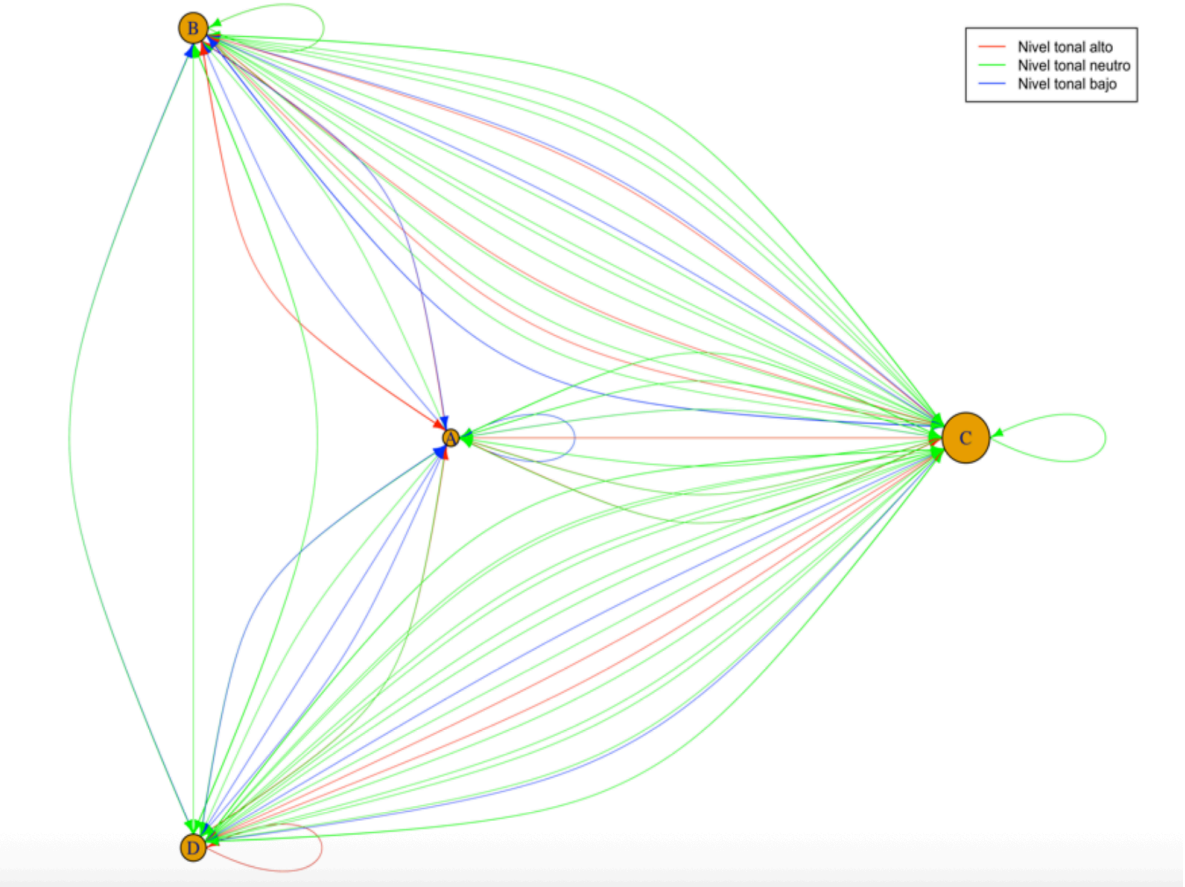


Metodología

- Análisis por tipo mediante nubes de palabras e información prosódica.
- Análisis de patrones de red conversacional mediante el paquete `igraph` y `ggraph` en R. Sobre todo, en secuencias de intercambio discursivo.

Ejemplo de webchart

Aplicado previamente en Estellés Arguedas, Maria (2023). Visualizando el conflicto discursivo a través de la expresión fónica... *Normas*, v. 13, 224-247. doi:http://dx.doi.org/10.7203/Normas.v13i1.27986.



Ejemplos: códigos de visualización (tomados de Cabedo y Ruano 2024)

Emoticono	Emoción/Función	Emoticono	Emoción/Función
😊	Alegría, calidez	😢	Tristeza, decaimiento
😮	Sorpresa, asombro	😨	Miedo, ansiedad
😠	Enfado, tensión	😐	Neutro, base
😒	Desprecio, desaprobación	😑	Indiferencia, apatía
🎻	Rango tonal amplio	🎺	Rango tonal reducido
🐢	Habla lenta	🚀	Habla rápida
📢	Intensidad alta	🔈	Intensidad baja
⬆️	Inflexión ascendente	⬇️	Inflexión descendente
🕰️	Unidad larga		

Ejemplos M-M

😐 spk01_m: para atrás y dice como wow
😐 spk00_m: mundo exacto y yo creo que esa es uno de los motivos
😐 spk00_m: porque en ese momento
😐 spk00_m: hacemos lo que hacemos ahorita
😠 spk01_m: hablas 📣
😐 spk00_m: creo que
👉 😐 spk01_m: exacto como que hay una razón detrás no es que se nos ocurrió ay yo quiero ser fitness influencer no hay una razón ⏰
😊 spk00_m: creo que tú me dijiste esto un día y me pareció súper lindo y es cuando yo hago contenido lo hago pensando en esa manuela 🎻 ⏰
😢 spk01_m: del pasado
😐 spk01_m: siempre es real y yo
😐 spk00_m: siempre pienso en mi prima
😐 spk00_m: ella se llama valentina y es chiquita
😐 spk00_m: tiene la misma edad

(podcast16, 1780.84s, podcast)

Ejemplos H-H

😐 spk01_h: y anímicamente le daña mucho o sea que una persona no te digo ya en el trabajo sino en plan ⏰
😊 spk01_h: tú no trates bien a un compañero de ⬇️
😐 spk01_h: aquí del colegio mayor
😐 spk01_h: pues posiblemente esa persona se sienta mal y poco a poco anímicamente vaya estando más bajo más bajo hasta que ⏰
😲 spk01_h: la autoestima la tenga por los suelos por cómo se 💉
😊 spk01_h: el cómo te comportes con los demás ⬆️
👉 😐 spk01_h: va a ser una siembra de lo que vas a recibir después tú 🎻
😠 spk00_h: ya me ha dejado hasta sin preguntas
😠 spk00_h: esto ha sido
😨 spk00_h: la entrevista quiero darle
😐 spk00_h: que ya ves tú
😐 spk01_h: está en ⬆️
😠 spk00_h: otro nivel

(podcast11, 1884.78s, podcast)

Ejemplos H-M

😐 spk01_h: qué te pasa
😐 spk00_m: que no
😢 spk00_m: te tiene que pasar nada 🎻
😊 spk01_h: ayer me decía un seguidor me ponía y si tú eres tan inteligente cómo es que tienes que ir al psicólogo ⏰
😐 spk01_h: y lo voy al psicólogo porque soy inteligente
😨 spk00_m: necesito 🚀
👉 😠 spk00_m: herramientas 🦕
😐 spk00_m: para gestionar mi mundo 🎻
😐 spk01_h: claro y es lo que hemos
😊 spk01_h: dicho antes de la autocrítica no si no eres capaz de ver que tienes unas limitaciones clarísimas nunca las mejorarás no ⏰
😢 spk01_m: porque son los demás para la mayoría de la gente es el resto del mundo y entonces es imposible que cambien cómo van a cambiar y para el cerebro es muy cómodo ⏰
😐 spk00_h: no te encanta esa frase de yo soy así
😐 spk01_h: porque yo bueno
😠 spk01_m: Alaska hizo mucho daño con el yo soy así y así moriré yo 🎻 ⬇️

(podcast20, 4347.90s, podcast)

Wordcloud



Tamaño de la palabra: frecuencia de aparición. Color de la palabra: rojo (superior a la media de rango tonal), azul (inferior a la media de rango tonal)

Análisis de las palabras y su entonación

Hombre–Hombre (H–H) Metas visibles relacionadas con el cuerpo y el rendimiento físico. Palabras como **entrenamiento**, **culturismo** y **gimnasio**, estilo más técnico y racional. La **empatía es baja**: rara vez aparecen términos afectivos o referencias a emociones. **Temas frecuentes:** salud física, estructura, rendimiento, autosuperación. **Palabras únicas:** *culturismo*, *entrenamiento*, *redes*. Tono alto.

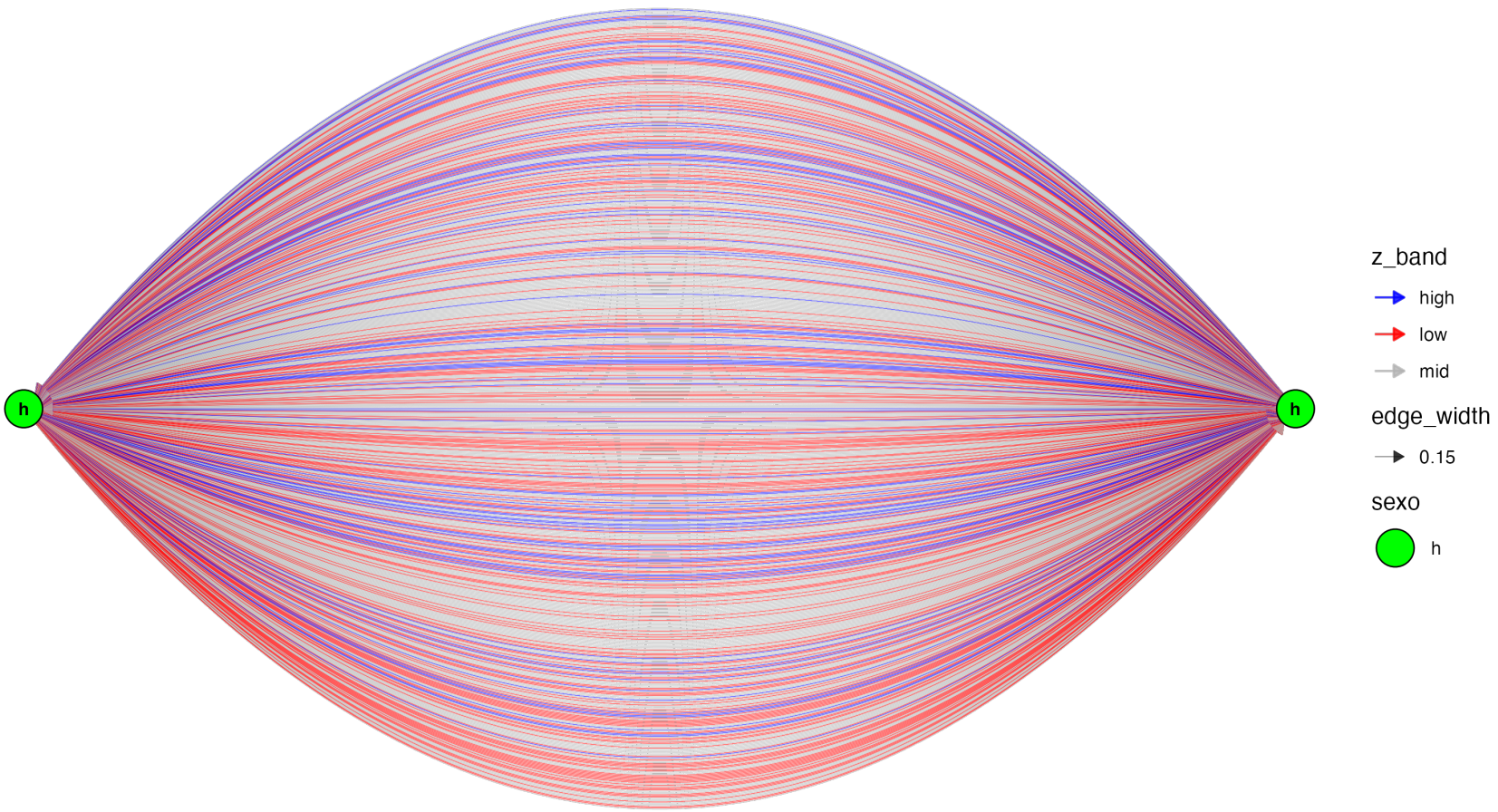
Hombre–Mujer (H–M) Equilibra lo emocional con lo práctico. Palabras relacionadas con el cuerpo (**peso**, **cuerpo**, **dieta**) como con lo íntimo (**pareja**, **problemas**, **vida**). Cierta apertura emocional. Estilo más neutro y reflexivo. **Empatía media**: hay espacio para compartir temas personales. **Ejemplos únicos:** *pareja*, *plan*, *cuenta*, *peso*. Tono medio alto.

Mujer–Mujer (M–M) Calidez y colaboración. Palabras cargadas de afecto como **gracias**, **parte**, y otras que apuntan al autocuidado (**comida**, **ejercicio**, **tiempo**). Estilo suave y reflexivo, con énfasis en compartir y validar emociones. **Alta empatía**: los vínculos se fortalecen a través del reconocimiento mutuo y el interés genuino. **Temas frecuentes:** cuidado corporal, nutrición, emociones, validación. **Ejemplos únicos:** *gracias*, *fitness*, *deporte*, *ejercicio*. Tono bajo.

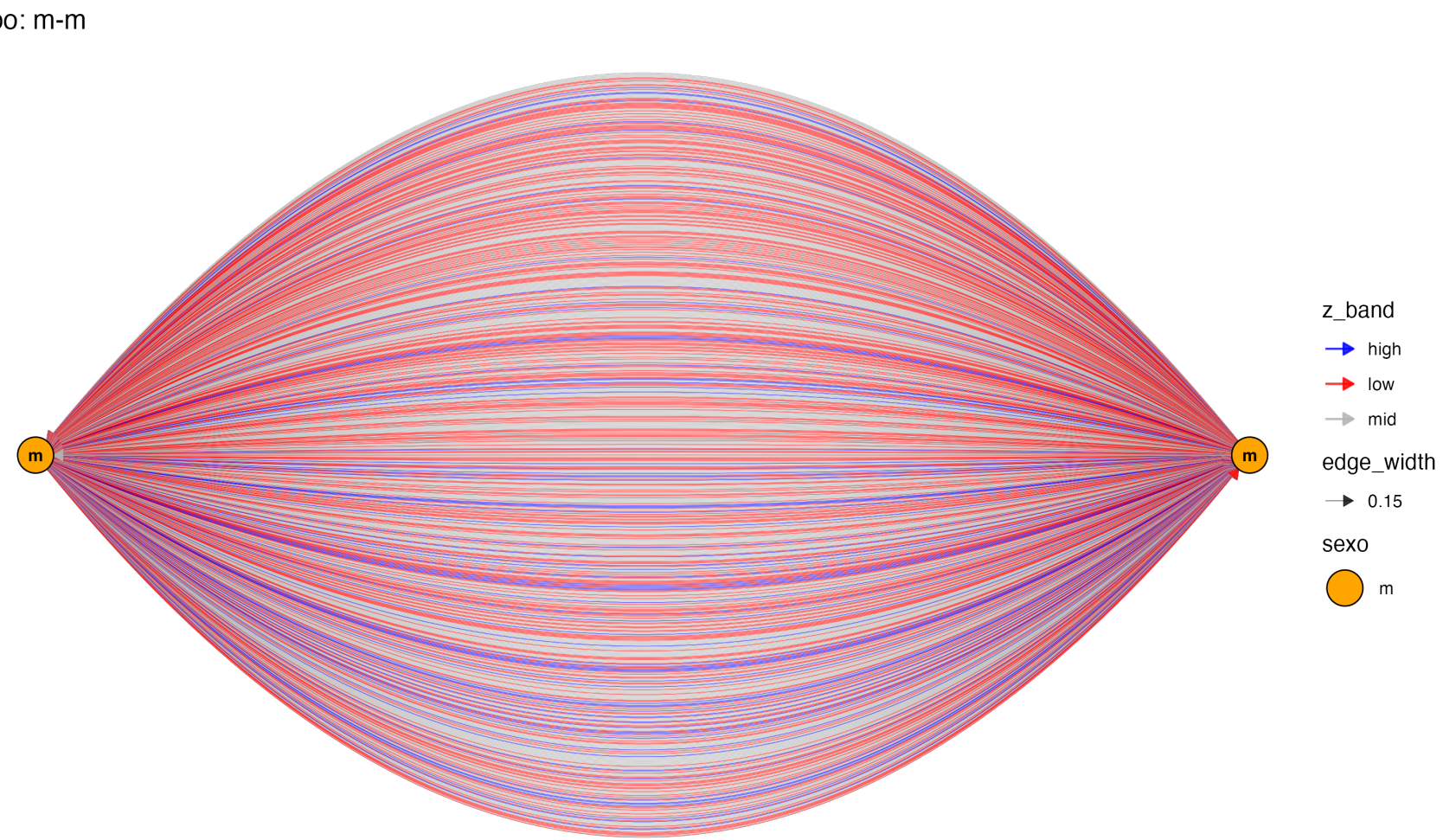
Patrones de red conversacional

- Observar el rango tonal del último grupo entonativo previo a cambio de hablante; observar zona de transición y qué hace cada hablante.

Patrones de red conversacional (H-H)

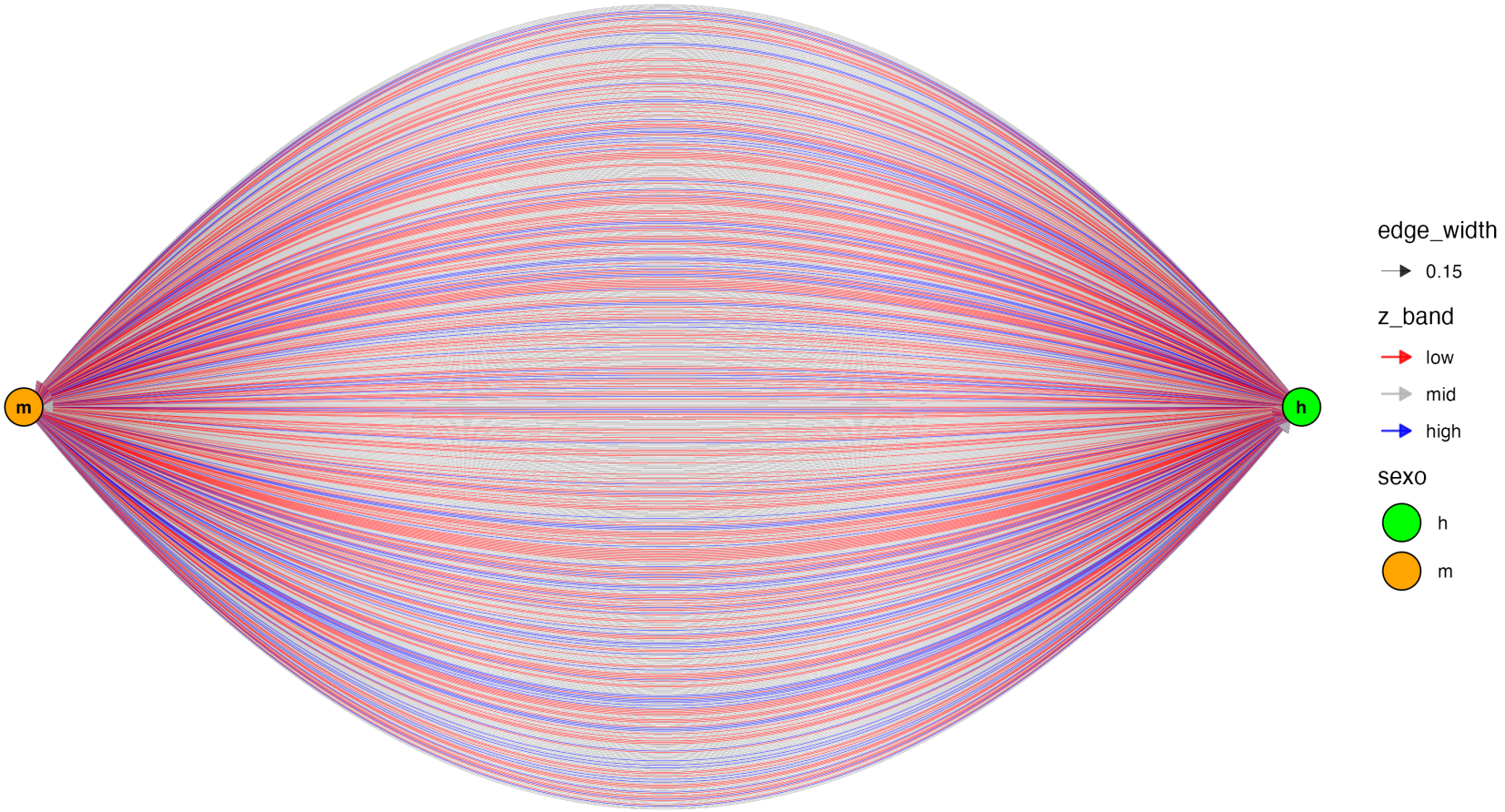


Patrones de red conversacional (M-M)



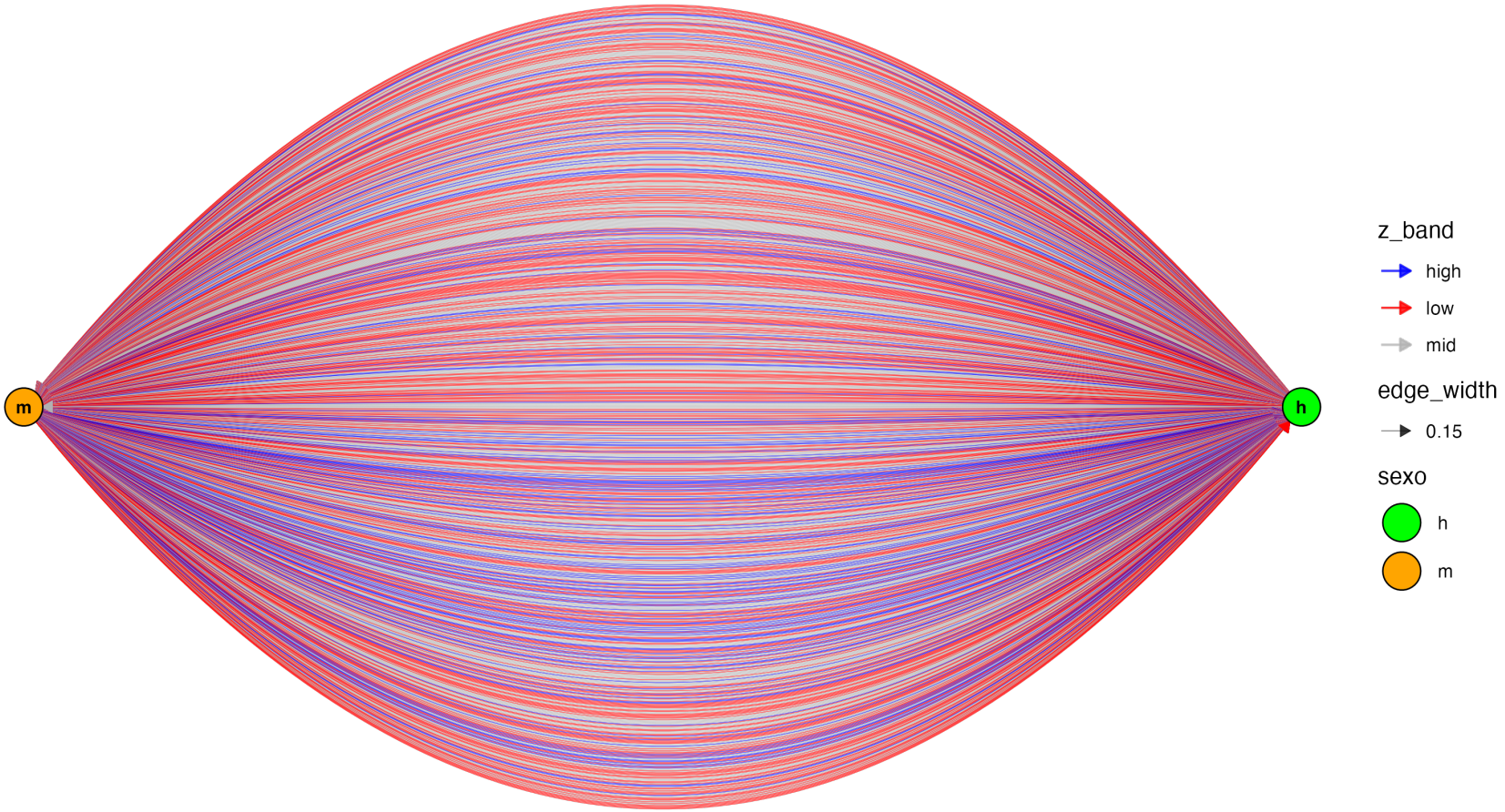
Patrones de red conversacional (H1-M)

tipo: h-m hombre primer hablante

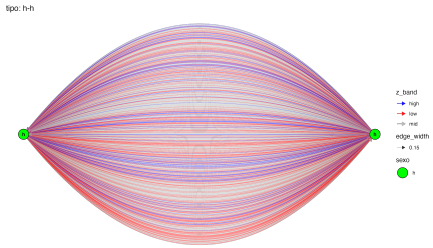


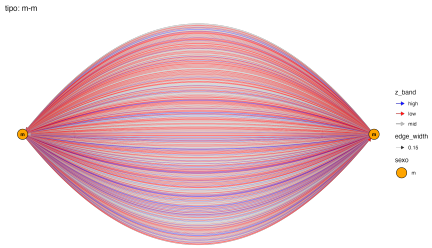
Patrones de red conversacional (M1-H)

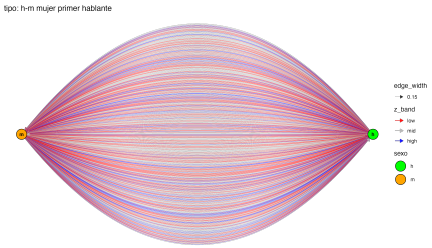
tipo: h-m mujer primer hablante

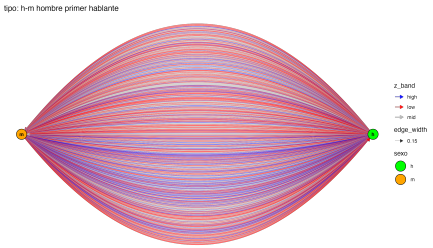


Patrones juntos









Resumen

- **H-H (hombre-hombre):**
  - Los hombres tienden a combinar zonas de transición.
  - Algunas se dan en tono elevado, otras en tono bajo.
- **M-M (mujer-mujer):**
  - Las mujeres suelen esperar a que el tono sea bajo antes de iniciar una transición.
- **H-M (hombre-mujer, hombre inicia):**
  - Cuando el hombre habla primero, las transiciones se asemejan a las de interacciones entre hombres.
  - Aun así, la mujer mantiene su patrón de esperar tonos bajos.
  - El hombre parece adaptarse y respeta más ese patrón tonal.
- **M-H (mujer-hombre, mujer inicia):**
  - El hombre tiende a tomar la palabra cuando la mujer alcanza tonos altos.
  - En contraste, la mujer mantiene la espera hasta percibir tonos bajos antes de intervenir.

Aspectos en los que conviene incidir

Advertencia

- Estudio piloto con un corpus reducido.
- Los datos a veces presentan alucinaciones (asignación errónea de hablante) o errores de transcripción.
- Deben analizarse pormenorizadamente los podcasts uno a uno.
- Homogeneizar la variedad de español recogida (peninsular vs americana).
- Debe aplicarse estadística inferenal para determinar si las diferencias son significativas.
- Falta de revisión para observar interrupciones o coconstrucciones conversacionales.
- Posibles variables ocultas: rol de los participantes (quién lleva el liderazgo conversacional), charla online o presencial, edad de los participantes, expectativas del video por parte de los creadores...

Bibliografía (I)

- Calhoun, Amanda J., y Jessica A. Gold. 2020. «"I Feel Like I Know Them": The Positive Effect of Celebrity Self-Disclosure of Mental Illness». Academic Psychiatry 44(2):237-41. doi: 10.1007/s40596-020-01200-5.
- Cambronero-Saiz, Belén, Jesús Segarra-Saavedra, y Carmen Cristófol-Rodríguez. 2021. «Análisis desde la perspectiva de género del engagement de los principales youtubers de divulgación científica=Analysis of the engagement of the main popular science youtubers from a gender perspective». Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia (16):511-25. doi: 10.18002/cg.v0i16.6914.
- Koinig, Isabell. 2022. «Picturing Mental Health on Instagram: Insights from a Quantitative Study Using Different Content Formats». International Journal of Environmental Research and Public Health 19(3):1608. doi: 10.3390/ijerph19031608.
- Lind, Judith, y Anette Wickström. 2024. «Representations of Mental Health and Mental Health Problems in Content Published by Female Social Media Influencers». International Journal of Cultural Studies 27(2):217-33. doi: 10.1177/13678779231210583.

Bibliografía (II)

- Merayo, Noemi, Alba Ayuso-Lanchares, y Clara González-Sanguino. 2024. «Machine Learning and Natural Language Processing to Assess the Emotional Impact of Influencers' Mental Health Content on Instagram». PeerJ Computer Science 10:e2251. doi: 10.7717/peerj-cs.2251.
- Mickles, Maria S., y Andrea M. Weare. 2020. «Trying to Save the Game(r): Understanding the Self-Disclosure of YouTube Subscribers Surrounding Mental Health in Video-Game Vlog Comments». Southern Communication Journal 85(4):231-43. doi: 10.1080/1041794x.2020.1798494.
- Muzii, Benedetta et al. 2023. «Mental Health of Prostate Cancer Patients: Content Review on YouTubeTM». International Journal of Environmental Research and Public Health 20(6):4721. doi: 10.3390/ijerph20064721.
- Oliphant, Tami. 2013. «User Engagement with Mental Health Videos on YouTube». Journal of the Canadian Health Libraries Association / Journal de l'Association des bibliothèques de la santé du Canada 34(3):153. doi: 10.5596/c13-057.
- Sherman, Eden, Jan Mohlman, Corey H. Basch, Joesph Fera, y Emma Barry. 2022. «A Review of You Tube Content to Assess US Mental Health During the Covid-19 Pandemic». Journal of Community Health