

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, María (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)

Emotícono	Emoción/Función	Emotícono	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 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 autocritica 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.

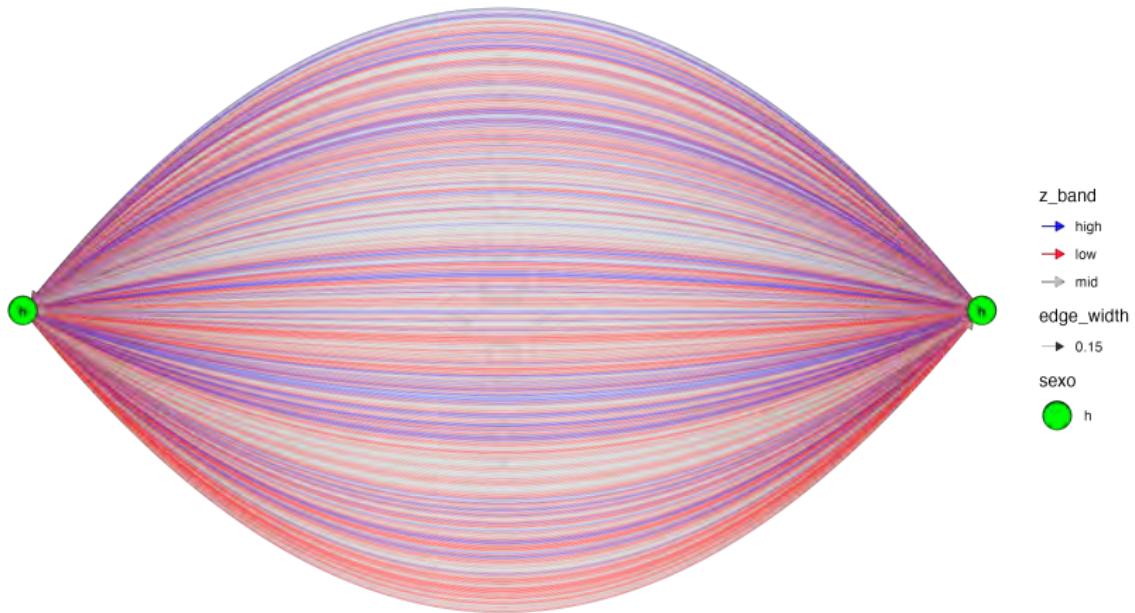
Mujer–Mujer (M–M) Calidez y colaboración. Palabras cargadas de afecto como **gracias, parte**, y otras que apuntan al autocuidado (**comida, ejercicio, tiempo**). Estilo suave y reflexivo, con énfasis en compartir y validar emociones. **Alta empatía**: los vínculos se fortalecen a través del reconocimiento 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.

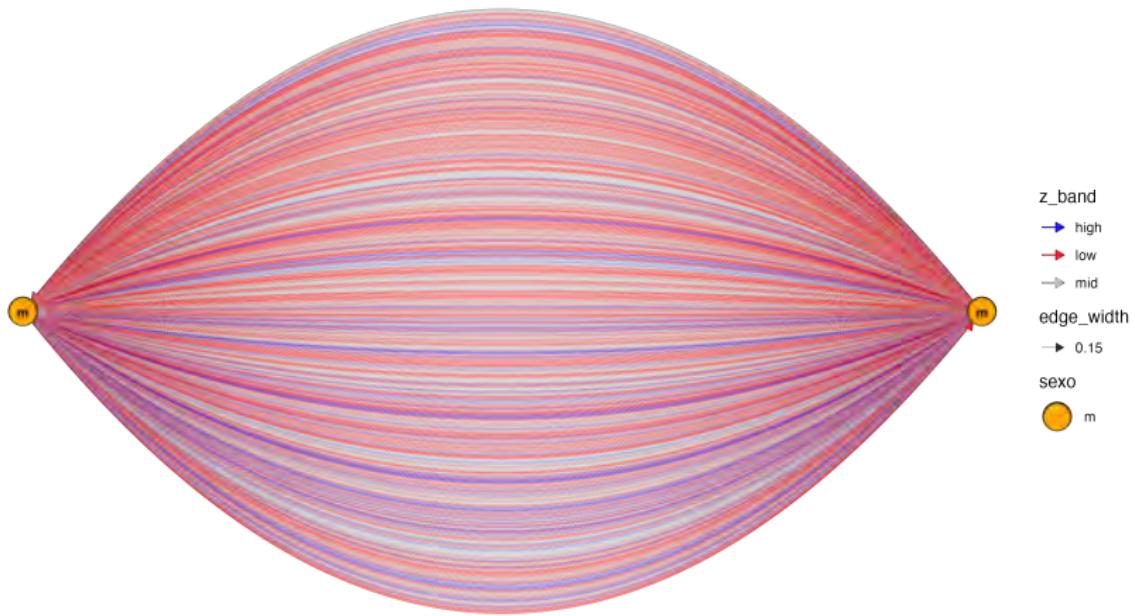
Patrones de red conversacional (H-H)

tipo: h-h



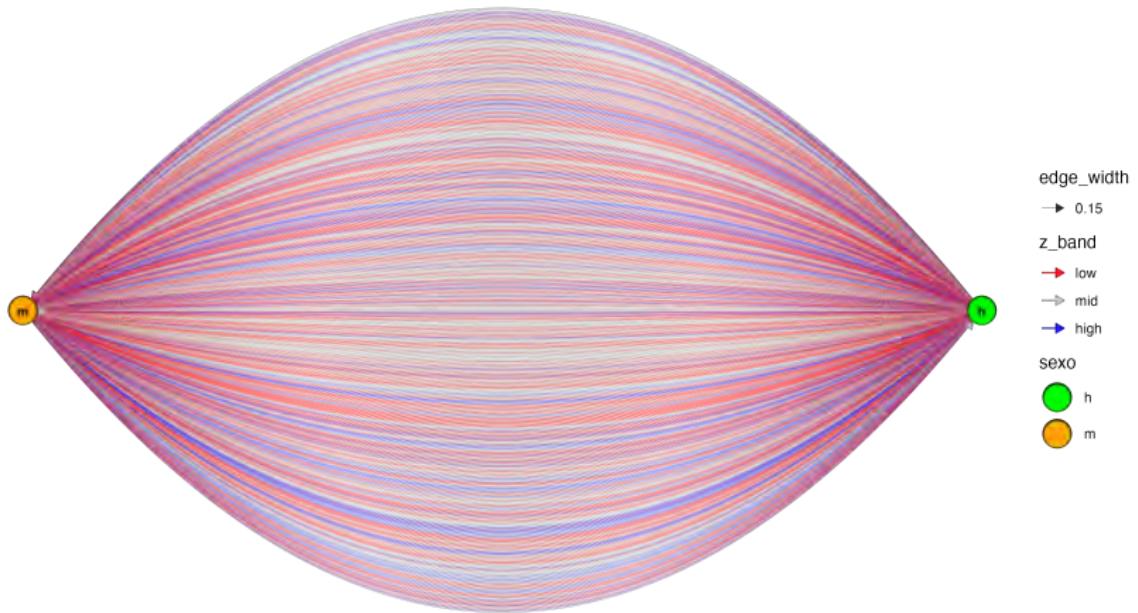
Patrones de red conversacional (M-M)

tipo: m-m



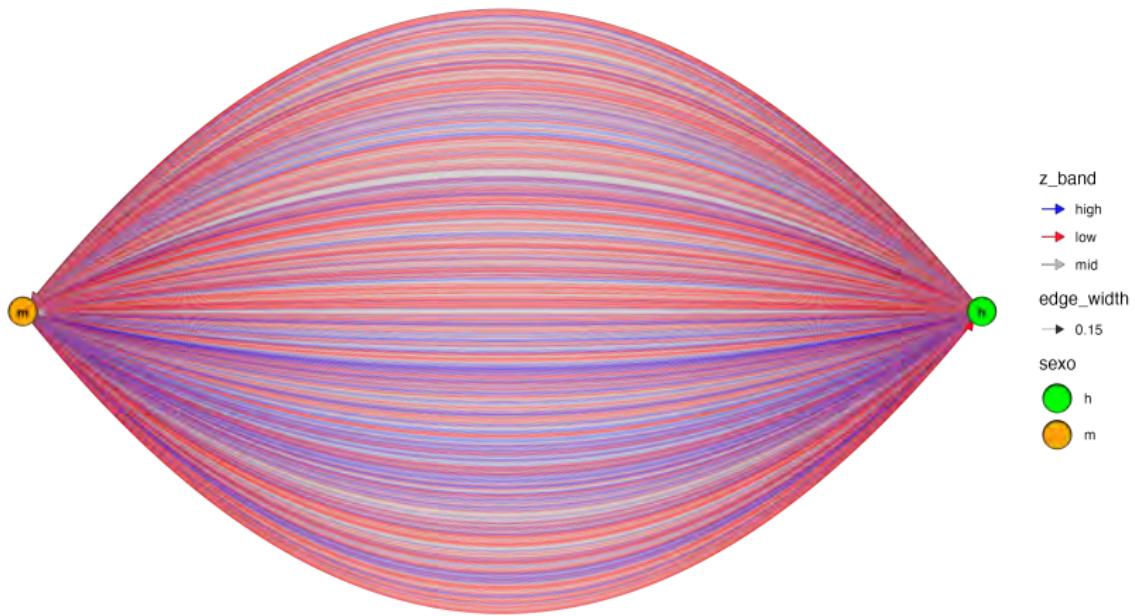
Patrones de red conversacional (H1-M)

tipo: h-m hombre primer hablante

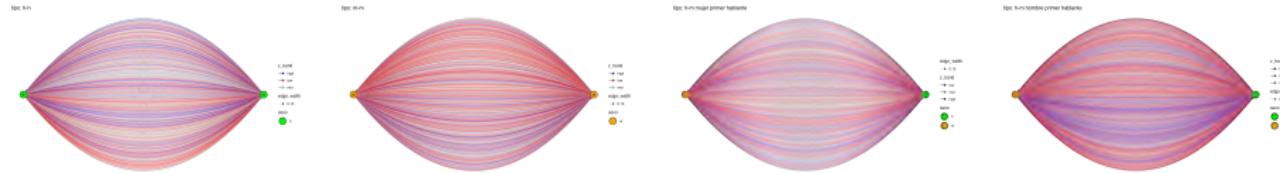


Patrones de red conversacional (M1-H)

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*