

# CONCIENCIACIÓN DE LA SALUD MENTAL EN LOS JÓVENES A TRAVÉS DE LA ANIMACIÓN: SU REPRESENTACIÓN EN *WHAT'S UP WITH EVERYONE?*

RAISING YOUNG PEOPLE'S AWARENESS OF MENTAL HEALTH THROUGH ANIMATION: ITS REPRESENTATION IN *WHAT'S UP WITH EVERYONE?*

## RESUMEN

La comunicación de los trastornos mentales en la población juvenil es un reto que se presenta a las instituciones públicas y privadas debido al gran alcance que los trastornos mentales tienen entre la población juvenil (Costas-Pérez et al., 2023). Esta comunicación debe ir encaminada a concienciar a la sociedad, pero también debe servir para luchar contra estereotipos que se han enquistado en ella (López et al., 2008). El escenario actual nos plantea determinar cuáles son las herramientas necesarias para difundir mensajes conciliadores a los más jóvenes. En este estadio, nos planteamos si la animación, debido a su proceso creativo, puede posicionarse como el soporte adecuado para conseguir los dos objetivos marcados: concienciar para desestigmatizar. Siguiendo la teoría de González-Pacanowski y Medina-Aguerrebere (2009); Okan et al., (2016) y Vivas (2021) que aseguran que los recursos visuales y gráficos pueden mejorar la comprensión de este tipo de información al simplificar mensajes complejos, realizaremos un estudio de los cortometrajes de animación *What's Up With Everyone?* (Aardman, 2021), con el objetivo de determinar cómo se construye el discurso narrativo y cómo los elementos audiovisuales son clave para conseguir comprender y empatizar con las personas que sufren de trastornos mentales. El análisis de estos cinco cortometrajes de animación nos permite afirmar que la animación logra, gracias a la creatividad y a la creación de universos imaginarios, conectar con la audiencia mediante la empatía, un requisito básico para despertar conciencias.

## ABSTRACT

The communication of mental disorders in the youth population is a challenge for public and private institutions due to the great scope that mental disorders have among the youth population (Costas-Pérez et al., 2023). This communication should be aimed at raising awareness in society, but it should also serve to fight against stigmas that have become entrenched in society (López et al., 2008). The current scenario poses the question of what tools are needed to disseminate conciliatory messages to young people. At this stage, we ask ourselves whether animation, due to its creative process, can be positioned as the appropriate medium to achieve the two objectives set: to raise awareness in order to destigmatize. Following the theory of González-Pacanowski & Medina-Aguerrebere (2009); Okan et al., (2016) and Vivas (2021) who claim that visual and graphic resources can improve the understanding of this type of information by simplifying complex messages, we will carry out a study of the animated short films *What's Up With Everyone?* (Aardman, 2021) with the aim of determining how the narrative discourse is constructed and how the audiovisual elements are key to achieving understanding by empathizing with mental disorders. This study allows us to affirm that animation manages, thanks to creativity and the creation of imaginary universes, to connect with the audience through empathy, a basic requirement to raise awareness.



# ROSER SERRA-FLORENSA

Universitat Abat Oliba CEU

# JUAN PABLO SANZ-GARCÍA

Universitat Abat Oliba CEU

# YAGO LAVANDEIRA- AMENEDO

Universitat Abat Oliba CEU



## **PALABRAS CLAVE:**

Salud mental, trastornos mentales,  
narrativa, animación, empatía.

## **KEY WORDS:**

Mental health, mental disorders,  
narrative, animation, empathy.

## **DOI:**

<https://doi.org/10.4995/caa.2024.21005>

## Biografías

Roser Serra-Florensa, Máster en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías por la Universitat Abat Oliba CEU, es responsable de contenido en la UAO CEU y profesora colaboradora del área de Comunicación de la misma. Doctoranda por CEINDO, su campo de investigación se centra en el propósito de marca y en sus correspondientes estrategias de comunicación y de marketing.

Juan Pablo Sanz-García, licenciado en Periodismo e Historia y graduado en Derecho, es responsable del Servicio de Prensa de la Universitat Abat Oliba CEU y profesor asociado en la Facultad de Derecho y Empresa de esta misma universidad. Doctorando del programa de Derecho y Economía de la CEU Escuela Internacional de Doctorado (CEINDO), centra sus investigaciones en la incidencia de la lógica de las plataformas digitales en las libertades comunicativas.

Yago Lavandeira-Amenedo, Máster en aplicaciones Multimedia por la Universitat Oberta de Catalunya, es responsable multimedia-online en la Universitat Abat Oliba CEU y profesor colaborador de las áreas de Comunicación y de Empresa y Economía en la misma. Profesor asociado del área de Ingeniería Informática, multimedia y telecomunicación de la Universitat Oberta de Catalunya. Doctorando por CEINDO, su campo de investigación se centra en la realidad aumentada como un sistema de comunicación e interacción en personas con demencia o deterioro cognitivo.

## Introducción

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define la salud mental como “un estado de bienestar en el cual cada individuo desarrolla su potencial, puede afrontar las tensiones de la vida, puede trabajar de forma productiva y fructífera y puede aportar algo a su comunidad” (2003). Una condición que, en muchas ocasiones, se ve frustrada debido a que, aproximadamente una de cada ocho personas en el mundo tiene un trastorno mental (OMS, 2022).

El panorama actual nos sitúa frente a un incremento de la prevalencia de los trastornos mentales en la sociedad contemporánea en general y en la población juvenil en particular. Una situación que los autores Costas-Pérez et al. (2023) definen como una pandemia paralela, después de la vivida por la Covid-19.

Afrontar los desafíos inherentes a las condiciones de salud mental no se pre-

senta como una tarea sencilla, pero a este reto hay que sumarle que las personas que sufren de trastornos mentales tienen que lidiar con la estigmatización de estos mismos, provocada por el temor, la ignorancia y la intolerancia de la sociedad. Frente a esta estigmatización, los organismos públicos y las empresas tienen el deber de concienciar a la sociedad sobre esta problemática para evitar generar estereotipos que dañan la percepción de los trastornos mentales (Rüsch et al., 2006).

En este estudio, nos centraremos en analizar cómo la animación puede promover mensajes para concienciar sobre los trastornos mentales a los jóvenes, evitando así caer en los estereotipos que se han ido repitiendo. Así pues, veremos si la animación es un buen recurso para, por un lado, llegar a los jóvenes y, por otro lado, es un buen medio para combatir los prejuicios sobre los trastornos mentales.

# 01

## Trastornos mentales: estigmas, prejuicios y estereotipos

Lidiar con un trastorno mental no es fácil, además de los signos y síntomas propios de la enfermedad, el estigma asociado a la salud mental representa una carga abrumadora para los individuos afectados y para quienes los rodean (Yin et al., 2020). Desde los primeros planteamientos de

Goffman (1963), el estigma se ha entendido como la imposición de una identidad que conlleva características socialmente desvalorizadas, lo que menoscaba la dignidad de la persona y dificulta su plena integración en la sociedad (Aretio, 2009). Este estereotipo se traduce en

prejuicios, estereotipos y actitudes discriminatorias, en gran medida debido a la falta de conocimiento de la sociedad. La existencia de clichés se convierte entonces en una barrera relevante para la atención y la integración social de las personas afectadas por los problemas de salud mental (Mora, 2017).

Este último es un atributo que deprecia a una persona, transformándola de una entidad completa y convencional a una persona marcada o contaminada. La estigmatización se manifiesta cuando una persona es etiquetada en una categoría social que implica o se percibe que posee alguna característica que la distingue del resto, disminuyendo su valía ante los demás.

En el terreno de los trastornos mentales, estas ideas preconcebidas se sustentan en concepciones arraigadas en el sistema de creencias, las cuales son perpetradas por actitudes sociales caracterizadas por el temor, la ignorancia y la intolerancia. Esta dinámica conlleva a que el encuentro con un individuo afectado por un trastorno mental genera una distorsión en la relación social, como consecuencia de los procesos cognitivos del individuo involucrado (Overton y Medina, 2008).

De acuerdo con López et al. (2008), el estigma social asociado a los problemas de salud mental conlleva una serie de ramificaciones en diversos aspectos de la vida, algunas de las cuales se asemejan a las experimentadas por otros grupos esta clase de encasillamiento, mientras que otras son más específicas de este grupo particular (Schmitt y Branscombe, 2002).

Los autores Rüschi, Angermeyer y Corrigan (2006) inciden en los rasgos cognitivos y conductuales centrales del estigma de los trastornos mentales: los estereotipos (las estructuras de conocimiento cognitivas), el prejuicio (la consecuencia cognitiva y emocional de los estereotipos)

y la discriminación (la consecuencia conductual del prejuicio).

Según la RAE, el estereotipo viene definido por la "imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad, con carácter inmutable". Los estereotipos son representaciones mentales comúnmente aceptadas por miembros de una comunidad social específica. Dichos procesos contribuyen a arraigar aquellas desigualdades derivadas de la explotación y de la dominación y, por lo general, además de expresar su concreción en la negación y/o limitación de derechos y/ o de política pública, acuden al orden simbólico para legitimar su acción (Overton y Medina, 2008).

A estos estereotipos les siguen los prejuicios que no se limitan a ser simplemente una declaración de opinión o creencia; más bien, son una actitud que implica sentimientos como desprecio, disgusto o rechazo total. Se refieren a cualquier conjunto de actitudes o comportamientos que resultan en la restricción o denegación de la igualdad en el trato hacia ciertos individuos o grupos dentro de la sociedad. En otras palabras, implican la manifestación de opiniones o actitudes negativas basadas en estereotipos, que conducen a la discriminación o marginación de personas debido a su pertenencia a ciertas categorías sociales (Allport, 1954).

Frente a este rechazo provocado por la perpetuación de los estereotipos, y en línea con Corrigan, Byrne (2005) asegura que los individuos con trastornos de salud mental enfrentan repercusiones tanto internas (como el ocultamiento, la disminución de la autoestima y la vergüenza) como externas, las cuales se manifiestan en forma de discriminación.

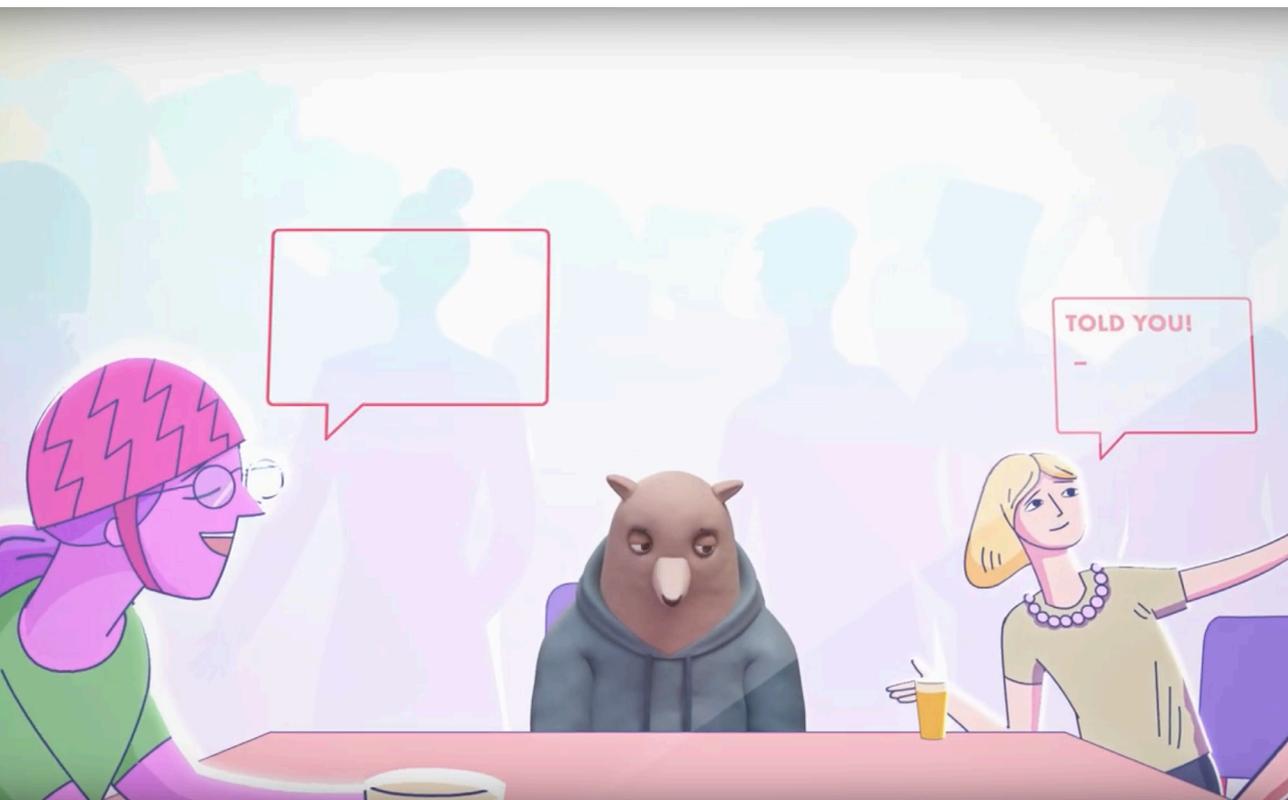
Los trastornos mentales, como hemos visto, son clasificados con una etiqueta peyorativa, generan prejuicios ligados a los estereotipos creados artificialmente

por una sociedad que no pretende entender las diferencias que los seres humanos tenemos entre nosotros. Los prejuicios y discriminaciones son elementos que han provocado que los enfermos de trastornos mentales puedan tender al aislamiento, la invisibilidad y el silencio, al no sentirse integrados en la sociedad, quedando afectadas sus oportunidades vitales, las cuales se ven reducidas considerablemente (Sanjuan, 2011).

El cambio del prejuicio social y de las actitudes sociales es un proceso difícil donde se encuentra una gran resistencia

al cambio (López et al., 2008). Según estos autores, es necesario para producir un cambio real un proceso que aúne información, comunicación e interacción social con las personas a las que se encasilla y un cambio en las estructuras mentales que mantienen la estigmatización.

En este artículo, nos centramos en la parte de la comunicación y, más en detalle, en los soportes de animación como canales para difundir contenido que contribuya a desestigmatizar los trastornos mentales.



**Fig. 1.** Frame de la animación *Isolation y Loneliness: What's Up With Everyone?* Fuente: Youtube *What's Up With Everyone?* (2021)

## 02

### Animación para la concienciación

La información relacionada con la salud suele presentar desafíos inherentes debido a su naturaleza especializada y el uso de una terminología muy técnica. Además, esta información está dirigida a una audiencia diversa, con diferentes niveles de comprensión y habilidades (Okan, 2014). Este autor ya identificaba esta complejidad en sus estudios, por lo tanto, es crucial desarrollar estrategias de comunicación que sean adaptables y comprensibles para todos los miembros de la sociedad, porque como hemos anteriormente, es fundamental que las instituciones públicas se hagan cargo de su compromiso social en educar e informar a la población desde la responsabilidad y rigor profesional (Loiti-Rodríguez y Suárez-Villegas, 2022).

Estas estrategias de comunicación, como veremos en el estudio de caso más adelante, van de la mano de las denominadas TIC, las Tecnologías de la Información y la Comunicación que han revolucionado la manera en que nos comunicamos y han desempeñado un papel fundamental en la construcción de una esfera pública más informada y participativa.

Este impacto se extiende al campo de la animación, donde las TIC han permitido a los creadores difundir mensajes relevantes para la sociedad de manera innovadora y efectiva (Toledo, 2022). Gracias al avance en el *software* de animación y la accesibilidad de herramientas digitales de producción, los animadores pueden abordar temas complejos de forma visualmente atractiva y accesible para audiencias de todas las edades.

Desde cortometrajes hasta largometrajes animados, la animación se ha convertido en un poderoso medio para transmitir mensajes sobre diversidad, inclusión, justicia social y salud mental, entre otros temas importantes. La combinación de narrativas creativas y técnicas visuales cautivadoras permite a los creadores alcanzar a una amplia audiencia y generar un impacto duradero en la conciencia colectiva. Además, la distribución en plataformas digitales ha ampliado el alcance de estas producciones, permitiendo que lleguen a audiencias globales, fomentando discusiones significativas sobre cuestiones relevantes para la sociedad contemporánea (Bruna y del Pilar, 2022).

La animación se presenta como una buena opción comunicativa debido a que los recursos animados y multimedia son más eficaces frente a las imágenes estáticas o mensajes orales (Castaño, 2024)

En el entorno actual *transmedia*, donde las interacciones entre las instituciones y la sociedad se han visto influenciadas por los nuevos patrones de consumo de información, se reconoce cada vez más la importancia de recurrir a herramientas como animaciones para relatar acontecimientos de manera más atractiva y cautivadora, con el fin de captar y retener la atención del público (Costa, 2014). En consecuencia, resulta relevante que las instituciones adapten sus estrategias de comunicación a las necesidades informativas de la sociedad actual, incorporando formatos innovadores como la animación.

La animación proporciona posibilidades narrativas, estéticas y técnicas nuevas que permiten a los profesionales explorar más formas narrativas (Wells, 2007). Según este autor, las posibilidades que ofrece la animación sitúan a esta última como una herramienta idónea para generar mensajes novedosos y diferenciadores.

La concienciación de los trastornos mentales en los jóvenes se plantea como un reto importante en el que la animación puede tener un papel destacado gracias al beneficio comunicativo que representa porque cualquier cosa imaginable es alcanzable, es el arte de lo que parecía imposible (Wells, 2007). Por ello, actualmente, la animación se emplea como un recurso educativo valioso, especialmente evidente en los programas dirigidos a niños y jóvenes, ya que posibilitan la transmisión de conocimientos y valores de manera divertida y atractiva. Esto contribuye a mejorar la eficacia y la asimilación de los conceptos mediante la participación en debates y discusiones.

La comprensión de los trastornos mentales (González-Pacanoski y Medina-Aguerrebere, 2009; Okan et al., 2016; Vivas, 2021) se ve facilitada por la simplificación y la transformación de mensajes complejos en contenidos que combinan iconos, símbolos y textos cortos, lo que los hace más fáciles de entender. Además, varios estudios han demostrado la eficacia comunicativa de los recursos animados y multimedia en comparación con las imágenes estáticas o los mensajes verbales (Anibueze et al., 2022; Ikechukwu-Ilo-muanya et al., 2022; Apuke et al., 2022).

La identificación con los personajes constituye un concepto central para comprender y explicar los procesos y efectos de las obras de ficción asociadas al entretenimiento mediático (Vorderer, 2001). Según este autor, hay dos tipos de enfoques a la hora de identificarnos con los

personajes: el enfoque analítico y el enfoque implicado.

El enfoque analítico implica una disposición caracterizada por cierto distanciamiento respecto al relato narrativo, lo que impide al espectador identificarse profundamente con los personajes y la trama, instando, en su lugar, a hacerle reflexionar sobre la manera en que se presenta la obra. Esta modalidad, de naturaleza objetiva, presupone una aproximación al texto como una manifestación artística, estimula la generación de interpretaciones intelectuales centradas, por ejemplo, en los recursos formales empleados por el autor.

En contraste, el enfoque implicado, también conocido como interno, que suele manifestarse de forma predeterminada, implica una inmersión en el relato desde una perspectiva experiencial, lo que conlleva que el sujeto se sumerge en la historia y se conecte con los personajes, dio lugar a una respuesta emocional que deriva de su inmersión en el mundo representado por el texto (Vorderer, 1993), dio lugar a empatía.

Igartua y Muñiz (2008) defienden que una manera de generar empatía es la identificación y la capacidad para generar modelos que abarcan cogniciones, emociones y conductas. Éstas destacan como algunas de las principales formas mediante las cuales la audiencia responde a los estímulos presentados. Además, la imitación, entendida como el proceso de aprendizaje por observación, constituye otro mecanismo fundamental en la interacción entre el público y los estímulos mediáticos.

Empatía emocional: implica sentir lo que los personajes sienten, ya sea compartiendo sus emociones o preocupándose por su destino, lo que genera una conexión afectiva y puede evocar emociones como la compasión y el suspense.

La empatía cognitiva: significa comprender y adoptar la perspectiva de los protagonistas, permitiendo al espectador imaginar sus pensamientos y anticipar las consecuencias de sus acciones en la narrativa.

La experiencia de volverse el personaje implica una pérdida de autoconciencia, donde el individuo se siente como si fuera uno de los personajes, difuminando la línea entre sí mismo y la narrativa. Este proceso implica un reemplazo temporal de la propia identidad por la del personaje, afectando tanto emocional como cognitivamente. Identificarse con un personaje implica temporalmente adoptar su identidad en términos de metas y sentimientos.

La atracción hacia los personajes se relaciona con su valoración positiva, percepción de similitud y deseo de ser como ellos. Esto implica evaluar su atractivo, similitudes con el espectador y el deseo de adoptar sus características. La identificación con personajes positivamente valorados, exitosos y gratificantes durante la visualización de series o películas de entretenimiento refuerza el deseo de ser como ellos.

Este análisis nos permite definir una tabla a partir de los diferentes autores para determinar si un contenido de animación permite generar empatía sobre un tema en concreto. En el caso que tratamos, veremos si los contenidos del proyecto *What's Up With Everyone?* cumplen con los



**Fig. 2.** Frame de la animación *Perfectionism: What's Up With Everyone?* Fuente: Youtube *What's Up With Everyone?* (2021)

requisitos para poder empatizar con los jóvenes sobre los trastornos mentales tratados mediante la animación.

Sin perjuicio de todo lo apuntado sobre el efecto de normalización y concienciación que irradia la representación de los problemas y trastornos de salud mental en todo tipo de narrativas audiovisuales, no hay que dejar de señalar que esta mayor presencia de los problemas de salud mental tiene un reverso problemático. El incremento de la visibilidad puede contribuir a apuntalar estereotipos cuando se presentan los problemas y trastornos de forma poco rigurosa o se sobrepondera la cuestión de la salud mental en la construcción del personaje, haciendo que la persona aparezca eclipsada por

el problema que padece (Vidal-Mestre y Freire-Sánchez, 2020). El cine contemporáneo ofrece un ejemplo de práctica susceptible de afianzar clichés. Si bien es reconocible en muchas películas actuales una mayor complejidad en la expresión de los problemas de salud mental en los personajes, también se aprecia que los héroes suelen asociarse a unos determinados trastornos y los villanos a otros. La repetición de este patrón en la construcción de los personajes coadyuva a la estigmatización de los trastornos y problemas que repetidamente aparecen manifestados en los villanos (Vidal-Mestre et al, 2024).



**Fig. 3.** Frame de la animación *Competitiveness - What's Up With Everyone?* Fuente: Youtube *What's Up With Everyone?* (2021)

# 03

## Metodología

En primer lugar, para la elaboración de este texto se ha realizado una revisión bibliográfica sobre la literatura que aborda el estudio de la problemática de la salud mental ligada a los estereotipos que conllevan a la discriminación de quienes la padecen. Una vez entendida la problemática de proyectar sobre los trastornos mentales todo un conjunto de valores negativos reduccionistas, hemos realizado un repaso de la literatura existente sobre el potencial que tiene la animación como fuente de información y medio de comunicación para la no estigmatización.

En una segunda fase, realizaremos un análisis de contenido de los 5 cortometrajes de animación que forman parte de la campaña *What's Up With Everyone?* Esta campaña, ideada por la University of Nottingham y Aardman Animations, Ltd, nació en 2021 como proyecto para mejorar los conocimientos sobre salud mental, reducir la estigmatización y abrir el debate sobre estos temas.

El análisis de contenido se entiende como un método de estudio y análisis de comunicación de forma sistemática, objetiva y cuantitativa, con la finalidad de medir determinadas variables (Wimmer y Dominick, 1996). Para este análisis, se considerarán ciertas directrices propuestas por Wimmer y Dominick que proponen una plantilla de codificación de personajes que utilizaremos para definir los perfiles de los cinco protagonistas de los cortometrajes de animación. Para registrar las categorías principales, se elaborará una tabla que facilite la captura de los diversos elementos, siguiendo el modelo de plantilla propuesto por los mismos autores. Tam-

bién se crean algunas variables nuevas que se adecúen a las necesidades y objetivos planteados en nuestra investigación.

Nombre del programa
Número de personajes
Nombre o descripción del personaje
Papel
1. Principal
2. Secundario
3. Otro (individual)
4. Otro (colectivo)
Especie
1. Humano
2. Animal
3. Monstruo/Fantasma
4. Robot
5. Objeto animado
6. Indeterminado
7. Otro
Sexo
1. Masculino
2. Femenino
3. Indeterminado
4. Mixto (colectivo)

**Tabla 1.** Modelo de plantilla de codificación. Fuente: Wimmer y Dominick, 1996, p. 182

El análisis cualitativo tomará como referente esta tabla con alguna modificación para poder analizar los personajes, las situaciones cotidianas representadas, los entornos en los que se desarrolla la acción, así como los trastornos mentales que padecen. Este análisis de contenido no puede valerse sin analizar cómo son

descritos e ilustrados los trastornos mentales mediante la animación y cómo, la audiencia puede verse involucrada en el relato. De este modo, los resultados obtenidos del análisis mediante la adaptación de la tabla de Wimmer y Dominick serán validados o confrontados con los trabajos de Wells (2007) en relación al poder de la ani-

mación como una herramienta de comunicación, de Basil (1996) estudioso sobre la conexión entre personajes y audiencia. Asimismo, es importante determinar si el contenido planteado permite generar empatía sobre un tema en concreto (Igartua y Muñiz, 2008).

Nombre del programa	Nombre del personaje principal	Número de personajes secundarios	Especie del personaje principal	Especie de los personajes secundarios	Sexo	Trastorno detectado
<i>1. Isolation y Loneliness: What's Up With Everyone?</i>	Merve	5	Animal	Humano	Masculino	Aislamiento y soledad
<i>2. Perfectionism: What's Up With Everyone?</i>	Charlie	0	Animal	-	Masculino	Perfeccionista
<i>3. Competitiveness: What's Up With Everyone?</i>	Tai	1	Animal	Humano	Femenino	Competitivo
<i>4. Independence: What's Up With Everyone?</i>	Ashley	0	Animal	-	Femenino	Desconfianza en uno mismo
<i>5. Social Media: What's Up With Everyone</i>	Alex	1	Animal	-	Femenino	Ansiedad por las redes sociales

**Tabla 2.** Hoja de códigos descriptivos de los personajes. Fuente: Elaboración propia a partir de la adaptación de la tabla propuesta por Wimmer y Dominick, 1996, p. 182

# 04

## Estudio de caso:

El proyecto *What's Up With Everyone?* es una iniciativa innovadora centrada en la utilización de la animación como herramienta para abordar y educar sobre los trastornos mentales. Este proyecto<sup>1</sup> tiene como objetivo principal promover una comprensión de los problemas de salud mental por parte de la población juvenil a través de una presentación accesible y atractiva.

Esta serie de cortometrajes de animación presenta a cinco personajes con trastornos mentales asociados a la soledad, el perfeccionismo, la competitividad, la

independencia y las redes sociales, cinco de los problemas más comunes que afectan negativamente a los jóvenes, según la investigación de la campaña.

*What's Up With Everyone?* se distingue por su enfoque creativo y didáctico en la representación de los trastornos mentales, utilizando recursos visuales animados para transmitir información relevante de manera efectiva. A través de una combinación de narrativa, diseño de personajes y elementos visuales dinámicos, el proyecto busca involucrar a su audiencia de una manera única y memorable.

Nombre del programa	Nombre del personaje principal	Sexo	Edad	Trastorno detectado	Acción
1. <i>Isolation y Loneliness: What's Up With Everyone?</i>	Merve	Masculino	Joven (sin especificar)	Aislamiento y soledad	Tomando algo en un bar
2. <i>Perfectionism: What's Up With Everyone?</i>	Charlie	Masculino	Joven (sin especificar)	Perfeccionista	En casa estudiando
3. <i>Competitiveness: What's Up With Everyone?</i>	Tai	Femenino	Joven (sin especificar)	Competitivo	En el gimnasio
4. <i>Independence: What's Up With Everyone?</i>	Ashley	Femenino	Joven (sin especificar)	Desconfianza en uno mismo	Comprando en una tienda

5. <i>Social Media: What's Up With Everyone</i>	Alex	Femenino	Joven (sin especificar)	Ansiedad por las redes sociales	En el jardín de su casa
---	------	----------	-------------------------	---------------------------------	-------------------------

**Tabla 3.** Plantilla de codificación con las variables asociadas al trastorno representado. Fuente: elaboración propia a partir de los autores Navarro-Pardo et al. (2012)

El análisis general derivado de la tabla anterior presenta algunas similitudes en los cinco cortos analizados. Y es que el personaje principal se ve siempre representado por un animal, por lo contrario, los personajes secundarios, cuando los hay, son representados por humanos.

La representación de personajes principales como animales en narrativas que abordan trastornos mentales es un recurso literario y simbólico que ha sido ampliamente discutido en la literatura contemporánea. Esta técnica permite explorar y comunicar de manera más accesible y empática los complejos y a menudo estigmatizados aspectos de la salud mental. Uno de los principales argumentos para esta elección estilística radica en el poder del simbolismo. Los animales pueden utilizarse como metáforas que representan rasgos de los roles que las personas desempeñan en sus vidas y, al hacerlo, permiten un distanciamiento estético (Case, 2014). Esto hace que sea más fácil y seguro para las personas abrazar aspectos de sí mismas de los que podrían no ser conscientes (Case, 2014). Por lo tanto, el uso de animales permite a los autores y artistas crear una distancia simbólica entre el lector y el tema, facilitando una conexión emocional más profunda sin enfrentar directamente los prejuicios asociados con los trastornos mentales.

En este sentido, Werness (2004) en su *Encyclopedia of Animal Symbolism in Art* señala que hay dos tipos de simbolismo animal. Para el autor existe el antropomorfismo,

que es la proyección de cualidades humanas en los animales, y el zoomorfismo, que imagina a los humanos como animales. Este último, como vemos en *What's Up With Everyone?*, justifica la representación del protagonista en forma animal debido a que aunque los animales no pueden hablar son los sentimientos del ser humano hacia los animales los que crean experiencias poderosas y simbólicas con ellos (Werness 2004:19), permitiendo así que la audiencia empatice con el protagonista y que el mensaje se traslade de una manera más efectiva.

La elección del sexo de los protagonistas también es un detalle para analizar. Existe una correlación significativa entre el tipo de trastorno y la edad y el género: a medida que aumenta la edad, disminuyen los trastornos de conducta y eliminación (Baeyens et al. 2005), mientras que incrementan los trastornos del estado de ánimo y de alimentación (Fernández et al. 2000). En cuanto al género, López-Soler et al. (2009) señalan que los varones de 6 a 12 años presentan porcentajes más altos de indicadores psicopatológicos externalizantes en comparación con las niñas.

El estudio publicado por Navarro-Pardo et al. (2012) que lleva por título "Desarrollo infantil y adolescente: trastornos mentales más frecuentes en función de la edad y el género", los autores argumentan que, en cuanto al género, se observa que en los chicos predominan el TDAH (84%) y los trastornos de conducta (74,3%). En las chicas, en cambio, son más comunes

los trastornos de la conducta alimentaria (78,9%), los trastornos del estado de ánimo (64,3%), los trastornos del control de impulsos (61,7%) y los trastornos de ansiedad (51,1%).

Para profundizar en el estudio de contenido, es necesario entonces analizar cómo los trastornos están representados en los cortos de *What's Up With Everyone?* Por ello, elaboramos una tabla estableciendo de este modo las variables asociadas al trastorno detectado como son la edad, el sexo y la acción representada para ilustrar el trastorno representado.

Siguiendo con el análisis general de los cortos estudiados, es destacable que los trastornos mencionados en la tabla anterior se ven representados en situaciones de cotidianidad como son estudiando en casa, comprando en una tienda o incluso disfrutando de un rato en el jardín. Esta manera de presentar el trastorno demuestra que no hace falta vivir situaciones extremas o mostrar capítulos angustiosos para presentar un trastorno. Poniendo énfasis en que cualquiera es susceptible de sufrir un trastorno mental.

La elección del género también responde a la representación del trastorno asociado a un personaje u otro. Como hemos visto en el estudio Navarro-Pardo et al. (2012), las chicas presentan más trastornos ligados a la ansiedad, razón por la cual el personaje principal que muestra signos de ansiedad es femenino en el corto *Social Media: What's Up With Everyone* o, por lo contrario, el personaje que muestra un trastorno de conducta al ser demasiado perfeccionista es masculino como observamos en el corto *Perfectionism: What's Up With Everyone?*

#### 4.1 Aislamiento y soledad

En esta animación, Merve es un personaje encarnado en un oso que explica lo

solo que se siente, aunque esté rodeado de personas. Cuenta que cuando sale de casa, se siente muy solo y solamente tiene ganas de volver a su hogar a jugar a los videojuegos. Mientras va relatando sus sentimientos, vemos cómo sus compañeros, esta vez humanos, charlan y pasan un rato agradable. En este momento, Merve, asegura que le gustaría saber “cómo ser una persona”. Asegura que le gustaría tener un manual de juegos para “ser persona”. De pronto, Merve pierde la partida y se hunde mentalmente la oscuridad. Una oscuridad de la que es rescatado por una compañera de la mesa que le ofrece una bebida y participa animadamente de la conversión. Gracias a esta acción, el protagonista sale de su angustiada soledad y empieza a sonreír.

En el plano de la imagen, se aprecia que la soledad es representada por colores oscuros, en cambio, cuyo Merve es “rescatado” por su compañera, aparecen corazones rosas y su mundo se vuelve mucho más claro y alegre.

El lenguaje y el tono también se adaptan según avanza la animación. Partimos de un tono triste y con mensajes negativos tales como “a veces me siento muy solo” (min: 0:05), hasta llegar a un entorno ruidoso donde el personaje se muestra angustioso (min: 0:18) y llegamos al final donde el personaje sale de su agujero negro para formar parte de la conversación con sus compañeros.

Este momento de resurgimiento personal va acompañado de un mensaje que apela a la empatía del espectador y se produce cuyo protagonista dice “tal vez ellos también conocen este sentimiento”. Esta frase apela a la comprensión del espectador y también lo implica dentro del relato, al preguntarse si la gente que aparenta normalidad también a veces se siente sola y angustiada.

Merve es representado por un animal de género masculino, respondiendo así al estudio de Navarro-Pardo et al. (2012) que señala que los trastornos de conducta se ven más representados en chicos que en chicas.

## 4.2 Perfeccionista

En la animación *Perfectionism: What's Up With Everyone?*, Charlie también es caracterizado por un animal que sufre un episodio de angustia debido a que es demasiado perfeccionista consigo mismo. Su desesperación va ligada a su poca autoestima, que se expresa mediante la frustración, manifestada en frases con frases como: “todos mis sueños son basura” o “soy un fracasado” (min: 0:12). Estos sentimientos hacen que el personaje se vaya introduciendo, poco a poco, en “el cubo de la vergüenza” (min: 0:21), que lo introduce en un mundo negro y nauseabundo. Hasta que recibe un mensaje que pone: “no eres perfecto, y así está bien”, recordando que, aunque las cosas no salgan a la primera, eso no significa que sea un fracasado. Este relato pone de manifiesto que recibir mensajes de apoyo de nuestro entorno es importante para generar confianza en los que están sufriendo episodios de angustias asociados a trastornos mentales. Por ello, como decía Vargas (2004), la concienciación ayuda al buen funcionamiento familiar.

En cuanto a la imagen, se comprueba que la angustia en esta animación también es representada por colores oscuros, o por elementos más agresivos. Por ejemplo, cuyo el personaje empieza a mostrar su agobio y su frustración, aparecen volcanes en erupción (min: 0:06),

En relación con el tono y los mensajes empleados, partimos de un tono agobiante, con palabras negativas, tales como fracaso, basura. El personaje se muestra sombrío y con mala cara. Cuando recibe el

mensaje de ánimo (min: 0:34), el personaje empieza a sonreír. Llegamos al final de la animación con un mensaje en letra capital y en negrita que afirma: “No necesitas ser perfecto” (min: 0:49), apelando así al espectador. Esta animación tiene dos propósitos: generar empatía con las personas que son demasiadas exigentes y que viven episodios de ansiedad y apelar a la audiencia, demostró que un estado de angustia nos puede pasar a todos, pero que frente al miedo y a las inseguridades no hay que rendirse porque nadie es perfecto.

## 4.3 Competitividad

La animación *Competitiveness: What's Up With Everyone?* Nos presenta a Tai, un personaje femenino, representado por un animal que presenta un carácter 100% competitivo.

Al principio de este relato contemplamos a Tai muy optimista, asegurando que es muy buena entrenando hasta que mira a la corredora de al lado, una persona humana, y empieza a sentirse insegura, debido a que la chica de al lado “parece una máquina” (min: 0:17) y que ella es “pésima corriendo” (min: 0:21). Esta comparativa hace que Tai se rinda. Al caerse de la cinta de correr, en la animación aparecen mensajes que la animan a ponerse de pie y seguir entrenando. Estos mensajes rezan: “Recuerda, nadie es perfecto. Recuerda, estás corriendo para ti” (min: 0:42). Termina la animación con Tai diciendo “tal vez las dos somos muy buenas corredoras”, dando entender que en este mundo no tenemos que competir los unos con los otros.

Respecto a la imagen, observamos que la desesperación se materializa en el aspecto físico del personaje protagonista. Pasa de tener mucha energía a aparecer con el rímel corrido, con sudores en la frente, bajando los brazos y con nubes negras. Por el contrario, la persona que tiene

a su lado es representada con destellos de luz y con una forma física envidiable.

Llegamos al final de la animación con un mensaje en negrita que afirma: “¿En competición con quién?” (min: 00:49), apelando así al espectador. Esta frase tiene una intención muy clara: hacer participe al espectador consiguiendo de esta manera que la audiencia sienta empatía con el personaje principal y también le involucre dentro de la narrativa ya que, puede ser, algún que otro espectador se haya sentido de esta forma.

#### 4.4 Desconfianza en uno mismo

La animación *Independence - What's Up With Everyone?* Nos presenta a Ashley, un personaje femenino, representado por un animal, que encarna los temores y la desconfianza hacia uno mismo. El relato muestra a Ashley en unos grandes almacenes donde tiene que comprar productos eléctricos. Su falta de conocimiento sobre estos asuntos provoca en ella un ataque de ansiedad que la sumerge en un bucle de angustia donde es incapaz de pensar y de actuar.

A medida que avanza el relato, se nos muestra cómo el personaje entra en un bucle de desesperación hasta que decide pedir ayuda a un amigo. Siguiendo la línea marcada por el carácter del protagonista, vemos que a Ashley le incomoda mostrarse vulnerable y, antes de realizar la pregunta, le dice a su amigo “Alex, no digas a nadie que te estoy preguntando esto...” (min: 0:41). A esta escena, le sigue el texto: “todo puede ser abrumador, sé más confiado”. Un mensaje que intenta

mostrar que, en cualquier situación, por muy pequeña que sea, todos nos podemos sentir superados.

En cuanto a la imagen, distinguimos que la desesperación se muestra con gestos bruscos del personaje, por sus expresiones faciales y por entrar en un tornado de productos que hacen que el personaje protagonista entre en un círculo de angustia. Una vez formulada la pregunta, aparecen los mensajes que incitan a los usuarios a tomar nota y entender que frente a una situación de estrés, es mejor parar y preguntar, en lugar de querer solucionarlo todo por sí solo.

#### 4.5 Ansiedad por las redes sociales

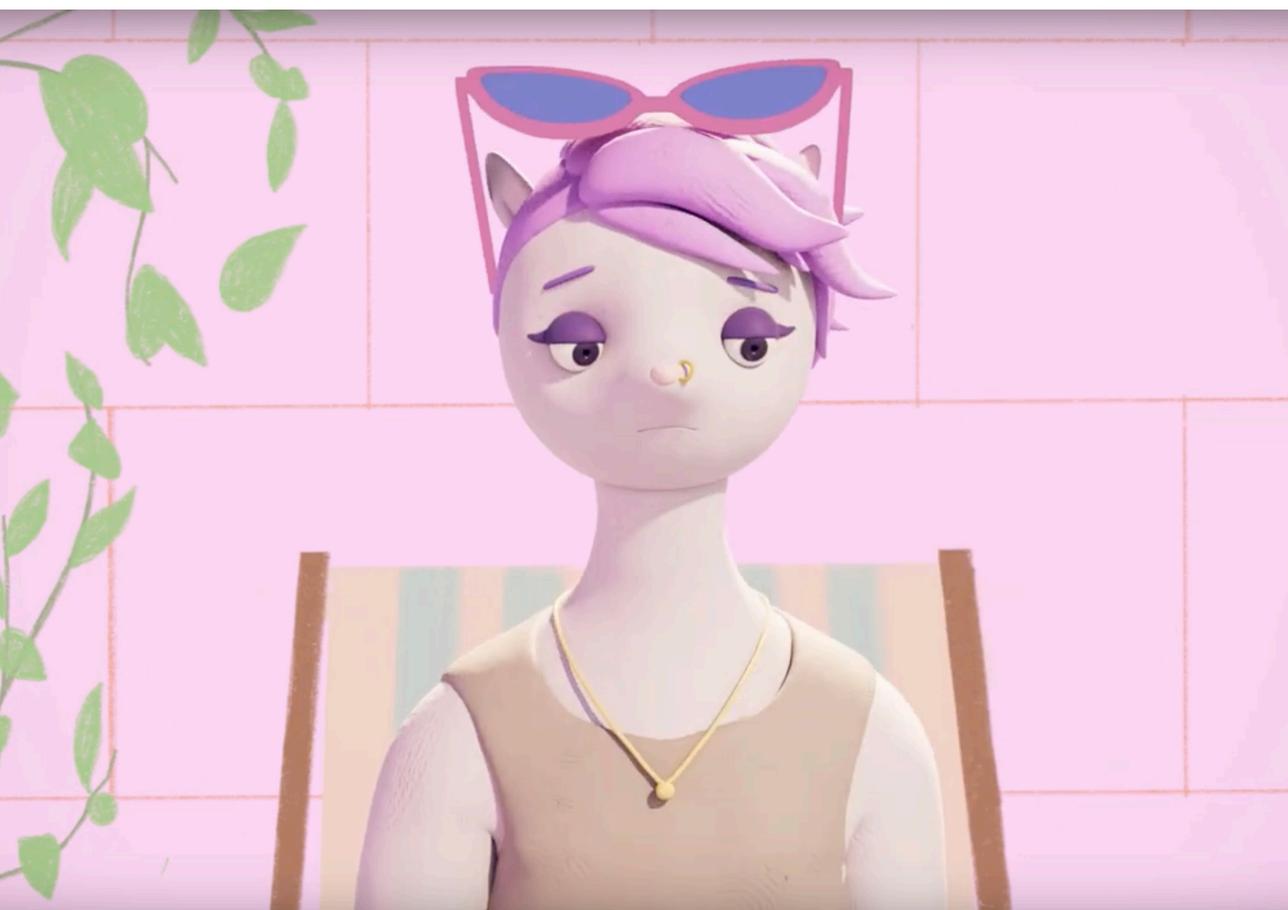
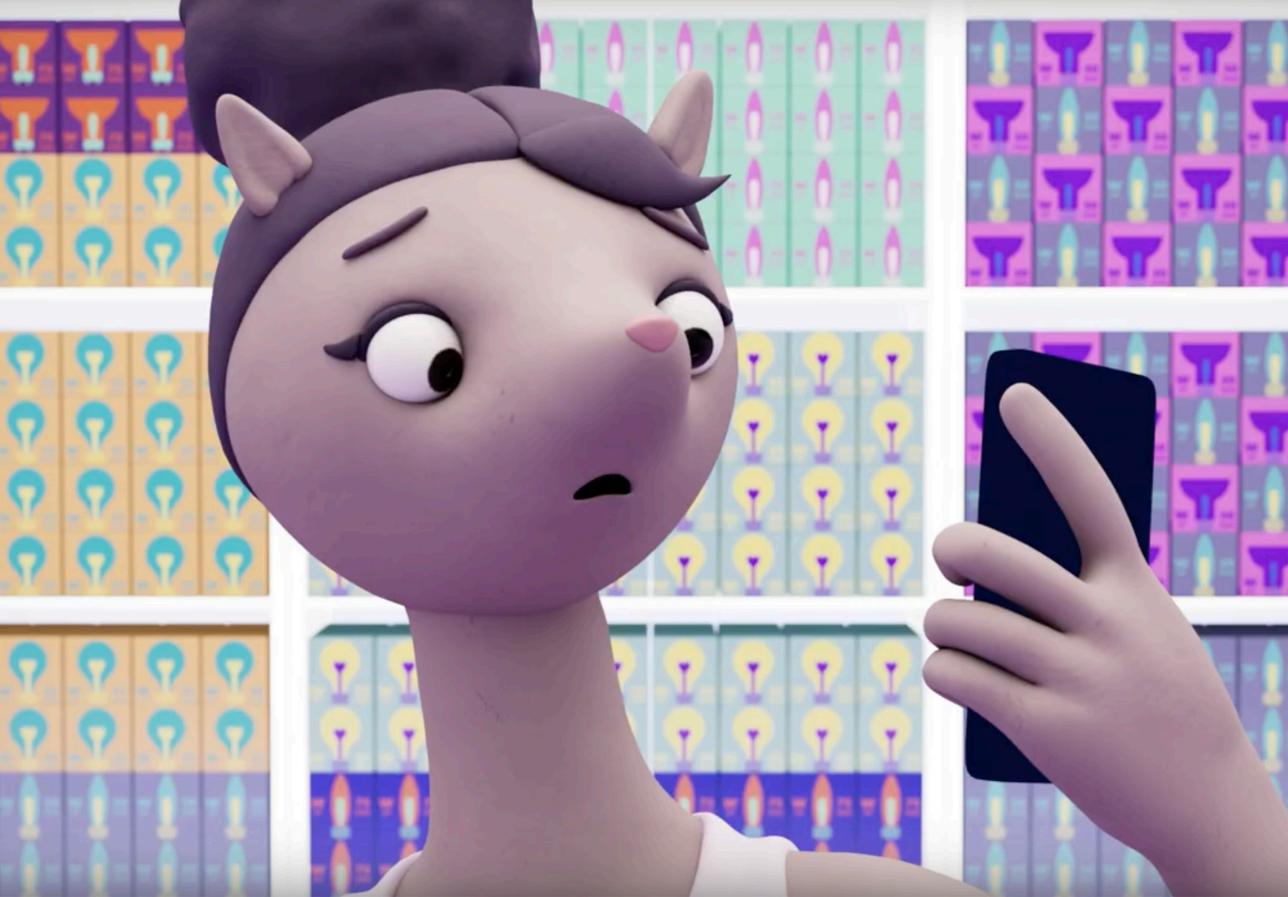
Esta pieza animada cierra la campaña de *What's Up With Everyone?*. En este relato, Alex, es también es un personaje representado por un animal, que personifica la ansiedad que provocan las redes sociales en los jóvenes.

En esta animación, se nos muestra a Alex en su jardín, mirando sus redes sociales, y empieza el discurso diciendo “A todo el mundo le gusta Daisy” (min: 0:05) pero asegura que le da igual. Mientras se va autoconvenciendo de que no le importa, vemos que las raíces de su jardín van creciendo y van convirtiendo este espacio luminoso y lleno de vida en un lugar oscuro y temeroso. Mientras se pregunta ¿quién querría mirar esto, o a mí? (0:23), la pantalla se funde a negro y aparece un mensaje que dice: “espera un momento”.

Tras este toque de atención, la protagonista empieza a salir de la sombra y su jardín vuelve a florecer. Esta imagen va

**Fig. 4.** Frame de la animación *Independence - What's Up With Everyone?* Fuente: Youtube *What's Up With Everyone?* (2021)

**Fig. 5.** Frame de la animación *Social Media: What's Up With Everyone* Fuente: Youtube *What's Up With Everyone?* (2021)



acompañada por un discurso mucho más positivo, en el que la protagonista asegura que va a dejar de mirar a los demás y se va a centrar en sí misma: “me voy a centrar en mí” (min: 0:33). Esta pieza termina con el mensaje “gústate a ti mismo primero”. Un mensaje claro que anima al espectador a centrarse en sí mismo y no compararse con los demás, y menos en redes sociales.

El personaje principal es representado por un animal de género femenino, respondiendo así al estudio de Navarro-Pardo et al. (2012) que señala que los trastornos de ansiedad se ven más representados en chicas (51,1%).

Las cinco piezas analizadas anteriormente tienen como propósito concienciar a los jóvenes sobre la importancia de entender los trastornos mentales y poder empatizar con las personas que los sufren. Como hemos comentado anteriormente, este análisis de contenido se confronta con los elementos considerados por diferentes autores como generadores de empatía y de comprensión de los trastornos

mentales. También, veremos si estos relatos animados cumplen con los requisitos marcados para que una animación sea una poderosa fuente de comunicación para generar mensajes que ayuden a la comprensión de los trastornos mentales comunes y conseguir empatizar con las personas que lo sufren. Para responder a lo planteado anteriormente, diseñamos una tabla que plasma los elementos detectados dentro de la revisión bibliográfica en relación con los estigmas asociados a los trastornos mentales y el uso de animación como un canal de comunicación para generar empatía entre el personaje y la audiencia.

La tabla anterior nos permite ver si en los cortometrajes de animación de *What's Up With Everyone?* están presentes los elementos que nos ayudan a definir si una pieza de animación cumple con los requisitos para generar empatía con su audiencia y, por lo tanto, valorar si esta pieza logra concienciar a los jóvenes sobre la importancia de la salud mental.

	<i>Isolation y Loneliness: What's Up With Everyone?</i>	<i>Perfectionism: What's Up With Everyone?</i>	<i>Competitiveness : What's Up With Everyone?</i>	<i>Independence - What's Up With Everyone?</i>	<i>Social Media: What's Up With Everyone</i>
Proceso creativo (Wells, 2007)	X	X	X	X	X
Narrativa audiovisual (Wells, 2007)	X	X	X	X	X
Conexión con los personajes (Basil, 1996)	X	X	X	X	X
Empatía para generar la interacción entre el público y los estímulos mediáticos (Igartua y Muñiz, 2008)	X	X	X	X	X

**Tabla 4.** Resumen de la presencia de elementos de la animación y de la empatía en las animaciones de *What's Up With Everyone?*

## Conclusiones

Cerramos este análisis de *What's Up With Everyone?* y la representación de los trastornos mentales a través de la animación con algunas reflexiones a modo de conclusión.

Es importante destacar que, según el estudio de caso realizado de los cortometrajes de animación *What's Up With Everyone?*, estos cinco relatos narrativos cumplen con los requisitos que hemos detectado en la revisión bibliográfica para determinar si son idóneos en pro de concienciar a los jóvenes sobre trastornos mentales. Estos elementos que observamos que se repiten en cada una de las piezas pasan por generar empatía con el personaje protagonista, por describir una situación mediante una narrativa clara y lograr una conexión entre el personaje de ficción y el espectador. Según lo detectado en cada pieza, vemos que esta conexión se materializa gracias al discurso del propio protagonista, además de la aparición de mensajes directamente dirigidos a los espectadores como son: "no eres perfecto, no pasa nada" (*Perfectionism: What's Up With Everyone?* Min: 0:36), "recuerda para quién corres" (*Competitiveness: What's Up With Everyone?* Min: 0:41) o "ten más confianza" (*Independence: What's Up With Everyone?* Min: 0:46).

Las personas que sufren de trastornos mentales se enfrentan a diario a prejuicios que provocan que se aislen de la sociedad. Como hemos visto, la animación permite concienciar a los jóvenes sobre esta problemática, consiguiendo así evitar que se sigan arraigando estereotipos. Esta campaña que hemos analizado forma parte de un proyecto para promover la concienciación de los trastornos mentales en la población juvenil, pero es necesario dar un paso más e intentar conseguir que

grandes proyectos sean diseñados para generar más empatía con este colectivo sabiendo que los medios digitales y las redes sociales tienen una tendencia a infiltrarse en las estructuras simbólicas de la sociedad y en la vida diaria de los niños y adolescentes. (Belloni, 2007). La información y el correcto tratamiento que se hace de esta es esencial (Cot, 2003), por lo tanto, es necesario difundir información apropiada, que elimine el estigma social hacia personas afectadas para facilitar su interacción social (Muñoz et al., 2011).

El trabajo realizado en este artículo podría ser complementado con una investigación centrada en el papel de la animación para la concienciación sobre la realidad de la salud mental en edades más tempranas. Asimismo, queda también pendiente aplicar similar enfoque y metodología al papel que la IA puede desempeñar en la generación de contenidos audiovisuales específicamente creados para contribuir a la desestigmatización de los problemas de la salud mental en la población juvenil.

## Referencias Bibliográficas

- ALLPORT, Gordon, WILLARD, Kenneth Clark y PETTIGREW, Thomas. *The Nature of Prejudice*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1954.
- ANIBUEZE, A. U., UGWUANYI, J. C., IKWUEMESI, C. K., ONUORA, C., UGWUOKE, J. C., APUKE, O. D. y GEVER, V. C. "Impact of counseling visual multimedia on use of family planning methods among displaced Nigerian families." *Health Promotion International*, (2022).
- ARETIO, A. *Una mirada social al estigma de la enfermedad mental*. Cuadernos de Trabajo Social, 23 (2010): 289-300.
- BAEYENS, D, ROEYERS, H, VANDE WALLE, J y HOEBEKE, P. "Behavioural Problems and Attention-Deficit Hyperactivity Disorder in Children with Enuresis: A Literature Review." *European Journal of Pediatrics* 164 (2005): 665-672.
- BARON, R.A. y BYRNE, D. "Prejuicios: causas, efectos y formas de contrarrestarlos", *Psicología Social*. Madrid, Pearson Educación, 2005.
- BASIL, Michael D. "Identification as a Mediator of Celebrity Effects." *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 40, no. 4 (1996): 478-495.
- BELLONI, Maria Luiza. "Infância, Mídias E Educação: Revisitando O Conceito De Socialização." *Perspectiva* 25, no. 1 (2007): 57-82.
- BRUNA, Samuel Negredo, y MARTÍNEZ-COSTA, María del Pilar. "Capítulo 2. Tipos De Medios Nativos Digitales: Plataformas, Alcance Geográfico, Lenguas Y Grupos Empresariales." *Espejo De Monografías De Comunicación Social* no. 7 (2022): 35-54.
- CASE, Caroline. *Imagining Animals: Art, Psychotherapy and Primitive States of Mind*. London: Routledge, 2014.
- CASTAÑO, María Fernanda. *Implementación De Estrategias Interactivas De Comunicación Para El Incremento De La Participación De Los Usuarios del Periódico Digital Institucional Del Ciat*. 2024.
- COSTA, Caio Túlio. "Um Modelo De Negócio Para O Jornalismo Digital." *Revista De Jornalismo ESPM* 9 (2014): 51-115.
- COSTAS-PÉREZ, Elena; María, SÁNCHEZ-VIDAL, Pere TABERNER; Judit VALL CASTELLÓ,"La Pandemia Paralela: Salud Mental Y Suicidio En La Infancia Y La Adolescencia." *Actas del IX Congreso de la Red Española de Comunicación Social* (2023): 53-61.
- COT, Olga C. *El Estigma De La Enfermedad Mental En Los Medios De Comunicación*. Madrid: Psiquiatría Editores, 2003.
- FERNÁNDEZ, Máximo, ALÁEZ, Rosario MARTÍNEZ-ARIAS, y Carlos RODRÍGUEZ-SUTIL. "Prevalencia De Trastornos Psicológicos En Niños Y Adolescentes, Su Relación Con La Edad Y El Género." *Psicothema* (2000): 525-532.
- GOFFMAN, Erving. *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1963.
- GONZÁLEZ-PACANOWSKI, Toni y Pablo MEDINA-AGUERREBERE. "Comunicación Online En El Sector Salud. Valor De La Infografía." *Profesional De La Información/Information Professional* 18, no. 4 (2009): 413-420.

- IGARTUA, Juan José y Carlos MUÑIZ. *Identificación Con Los Personajes Y Disfrute Ante Largometrajes De Ficción. Una Investigación Empírica*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2008.
- LOITI-RODRÍGUEZ, Sara. y Juan Carlos SUÁREZ-VILLEGAS. "Redes para la investigación y transferencia de conocimiento en comunicación: el caso de INTRACOM." *Ámbitos. Revista Internacional De Comunicación*, 57, (2022): 11-30.
- LÓPEZ, Marcelino, Margarita LAVIANA, Luis FERNÁNDEZ, Andrés LÓPEZ, Andrés, Ana María RODRÍGUEZ y Almudena APARICIO. "La Lucha Contra El Estigma Y La Discriminación En Salud Mental: Una Estrategia Compleja Basada En La Información Disponible." *Revista De La Asociación Española De Neuropsiquiatría* 28, no. 1 (2008): 48-83.
- LÓPEZ-SOLER, Concepción, Maravillas CASTRO-SAÉZ, María Vicenta ALCÁNTARA-LÓPEZ, María Visitación FERNÁNDEZ-FERNÁNDEZ y José Antonio LÓPEZ-PINA. "Prevalencia Y Características De Los Síntomas Externalizantes En La Infancia. Diferencias De Género." *Psicothema* 21, no. 3 (2009): 353-358.
- MORA, Martín. *La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici*. *Athena digital* (2002).
- MUÑOZ, Manuel, Eloísa PÉREZ-SANTOS, María CRESPO, Ana Isabel GUILLÉN, y Sara IZQUIERDO. "La Enfermedad Mental En Los Medios De Comunicación: Un Estudio Empírico En Prensa Escrita, Radio Y Televisión." *Clínica Y Salud* 22, no. 2 (2011): 157-173.
- NAVARRO-PARDO, Esperanza, Juan Carlos MELÉNDEZ-MORAL, Alicia SALES y María Dolores SANCEMI. "Desarrollo Infantil Y Adolescente: Trastornos Mentales Más Frecuentes En Función De La Edad Y El Género." *Psicothema* 24, no. 3 (2012): 377-383.
- OKA, Yasmina, Mirta GALESIC y Rocío GARCÍA-RETAMERO. "How People with Low and High Graph Literacy Process Health Graphs: Evidence from Eye tracking." *Journal of Behavioral Decision Making* 29, no. 2-3 (2016): 271-294.
- OKAN, Yasmina. "Cómo mejorar la comprensión y comunicación de información sobre riesgos médicos y de salud". Universidad de Granada (2014).
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD. <https://www.who.int/>. Retrieved 18/03/2024, from <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-disorders>
- OVERTON, Stacy L. y Sondra L. MEDINA. *The Stigma of Mental Illness*. New York: Springer, 2008.
- RÜSCH, Nicolas, Matthias C. ANGERMEYER, y Patrick W. CORRIGAN, "El Estigma De La Enfermedad Mental: Conceptos, Consecuencias E Iniciativas Para Reducirlo." *European Psychiatry (Ed. Española)* 13, no. 4 (2006): 165-176.
- SANJUAN, Alejandro Magallares. "El Estigma De Los Trastornos Mentales: Discriminación Y Exclusión Social." *Quaderns De Psicologia. International Journal of Psychology* 13, no. 2 (2011): 7-17.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. <https://www.rae.es/>. Retrieved 2/03/2024, from <https://dle.rae.es/estereotipo>
- SCHMITT, Michael T., y Nyla R. BRANSCOMBE. "The Meaning and Consequences of Perceived Discrimination in Disadvantaged and Privileged Social Groups." *European Review of Social Psychology* 12, no. 1 (2022): 167-199.

- YING, Shi, Yanping SHAO, LI, Huanhuan, WANG, Shouqi, YING, Jie, ZHANG, Meiling, LI, YUAN, Zhuangjie Xing y SUN, Jiao. "Correlates of Affiliate Stigma among Family Caregivers of People with Mental Illness: A Systematic Review and Meta analysis." *Journal of Psychiatric and Mental Health Nursing* 26, no. 1-2 (2019): 49-61.
- TOLEDO, Marco Antonio. *La Animación Como Medio De Expresión*. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2033.
- VARGAS, Horacio. "Tipo De Familia Y Ansiedad Y Depresión." *Revista Médica Herediana* 25, no. 2 (2014): 57-59.
- VIDAL-MESTRE, Montserrat, Alfonso FREIRE-SÁNCHEZ y Yago LAVANDEIRA-AMENEDO. "Antihéroes que sufren trauma por estrés postraumático y villanos con trastorno de personalidad narcisista: el cisma de los problemas de salud mental en el cine." *Revista De Medicina y Cine* 20, no. 1 (2024): 73-85.
- VIDAL-MESTRE, Montserrat y Alfonso FREIRE-SÁNCHEZ. "Antihéroes y asperger: el delicado equilibrio entre normalizar y banalizar." *The Conversation*, 12 de noviembre de 2020. <https://theconversation.com/antiheroes-y-asperger-el-delicado-equilibrio-entre-normalizar-y-banalizar-149068>.
- VIVAS, Rafael. *Visual Thinking Works: Cómo Lograr Lo Que Te Propongas Con Dibujos*. Barcelona: Lunweg Editores, 2021.
- VORDERER, Peter. "It's all Entertainment—sure. but what Exactly is Entertainment? Communication Research, Media Psychology, and the Explanation of Entertainment Experiences." *Poetics* 29, no. 4-5 (2001): 247-261. *What's Up with Everyone?* Aardman (2021) 10/01/2024. Disponible en <https://whatsupwitheveryone.com/>.
- WELLS, Paul. *Understanding Animation*. Routledge, 2013.
- WERNESSE, Hope B. *The Continuum Encyclopedia of Animal Symbolism in Art*. London: A&C Black, 2004.
- WIMMER, Roger D, Joseph R. DOMINICK, y José L. DADER. *La Investigación Científica De Los Medios De Comunicación: Una Introducción a Sus Métodos*. Bosch, 1996.
- YIN, Min., Zheng LI. & Chenxi ZHOU. *Experience of stigma among family members of people with severe mental illness: A qualitative systematic review*. *International Journal of Mental Health Nursing*, 2020

© Del texto: Roser Serra-Florensa, Juan Pablo Sanz-García y Yago Lavandeira-Amenedo  
© De las imágenes: Ardmand 2021

## Notas

---

<sup>1</sup> <https://www.whatsupwitheveryone.com/>