**Hablemos (bien) de ansiedad**

MÁS INFORMACIÓN

·       ¿Es necesario atar o sedar a la fuerza?

·       Psiquiatría, sí, pero ¿cómo?

Ya no se dice “estar mal de los nervios”, suena anticuado y simplista. Sabemos que unos 260 millones de personas tienen diagnosticada ansiedad en el mundo, según datos de la OMS, y 300 millones depresión, la principal causa mundial de discapacidad. El número de enfermos por depresión creció un 18% entre 2005 y 2015, según la misma organización. Más allá del debate acalorado sobre si las condiciones de vida actuales provocan más depresión o simplemente es que la detectamos mejor que en el pasado, lo cierto es que el léxico relacionado con trastornos mentales ha entrado de lleno en nuestras vidas. Con más o menos tino nos referimos a ataques de ansiedad, pero también usamos con ligereza frases como “depresión posvacacional” (para decir que estamos tristes de volver a la rutina después del verano). Esto no significa, ni mucho menos, que las enfermedades mentales estén normalizadas. La salud mental sigue siendo objeto de prejuicios, tan intensos que hay quien, como el psicólogo especializado Stephen Hinshaw, los compara con los que en otras épocas sufrían los enfermos de lepra.

“El estigma social, familiar o laboral es más fuerte que cualquier síntoma de nuestro trastorno”, afirma tajante Daniel Ferrer Teruel, de la asociación ActivaMent. El tabú, señala, es transversal, afecta a todas las capas sociales y lo heredamos de generación en generación. Por eso los activistas de esta causa aún pelean contra la discriminación laboral y social y contra medidas como las correas en hospitales o la medicación forzosa, que consideran violaciones de derechos humanos.

La cultura refuerza estos clichés heredados. Un análisis de 20.000 diálogos de programas de televisión de 2010 concluyó que retrataban a las personas con enfermedades mentales como “temibles, causantes de vergüenza y castigadas”, y un 70% de las veces, como violentos, uno de los estigmas más persistentes y dañinos. Los expertos repiten una y otra vez que solo en torno al 3% de la población, da igual cuál sea su estado mental, presenta conductas agresivas. Pero el dato queda eclipsado por noticias que destacan los cuadros clínicos de asesinos o agresores. Preferimos una mala explicación —una que nos diferencie y nos separe de los locos, que nos diga que estamos a salvo— a ninguna.

Pero en medio de este panorama surge una luz: el estigma general sobre salud mental parece empezar a aligerarse. Alejandro Guillén, director de comunicación de la Confederación Salud Mental España (que agrupa a 300 organizaciones y 47.000 socios), tiene claro que está mejorando la percepción colectiva, que en los últimos años se están abriendo conversaciones que hace poco parecían imposibles. Él y otros expertos reconocen, eso sí, que se ha avanzado mucho más en la aceptación social de la depresión y la ansiedad que en el resto de problemas mentales. Puede que esto sea porque son dos de los trastornos más comunes y se perciben como más fáciles de superar. “Pero es un cambio importantísimo. El proceso de mejoría o de recuperación puede empezar, precisamente, al contar lo que a uno le ocurre, porque el silencio agrava los problemas”, señala Guillén.

Portada de la revista 'Anxy' sobre la ira.

No faltan quienes hoy han encontrado fórmulas para hablar más y mejor sobre salud mental. Cuando uno mira la revista Anxy, con sus portadas de colores vivos y títulos como ‘Rabia’ o ‘Masculinidad’, espera reportajes de diseño o música. Sin embargo, lo que se encuentra es una publicación nacida para hablar sobre ansiedad, depresión y traumas, sobre “nuestros mundos interiores, los que a menudo rechazamos compartir, las luchas internas, los miedos que nos hacen creer que el resto del mundo es normal y nosotros no”. Indhira Rojas (República Dominicana, 1983) lanzó esta revista bimensual en 2016 desde Silicon Valley, recaudando fondos (unos 60.000 dólares) a través de Internet, motivada por su propia terapia con dibujos y collages. Descubrió que la mayoría de lo que se publicaba sobre salud mental tenía un ángulo puramente médico, con una estética y un diseño poco atractivos. Rojas decidió introducir una visión más artística y abrir la conversación porque, opina, la manera formal en que algo es presentado tiene la capacidad de motivarnos y un potencial expresivo del que carecen las palabras. Un envoltorio feo convierte el asunto, ya complicado de por sí, directamente en “no apetecible”. El rechazo se ve multiplicado.

Una visión parecida inspira a Jara Pérez, que hace un tipo de terapia que ella denomina “acompañamiento psicológico por videoconferencia”. Su web y redes sociales, llenas de chistes, fotogramas de películas e imágenes conceptuales, podrían ser las de una milenial cualquiera. Pero Pérez apuesta por esta estética por un motivo claro: quiere acercarse a un público joven que aprecia el lenguaje visual compartido (los memes) y la ironía como herramienta para compartir experiencias dolorosas.

Frente a generaciones previas, los jóvenes hoy tienen más referentes e información sobre salud mental y, en buena medida, la desmitifican. Están expuestos a debates sobre el acoso escolar o las autolesiones y ven a famosos —Justin Bieber, Lady Gaga, Demi Lovato; en España, Iniesta o el youtuber El Rubius— hablar sobre adicciones, ansiedad o depresión. Pero el silencio aún pesa sobre la bipolaridad, y aún más sobre trastornos como la esquizofrenia. Guillén, de la Confederación Salud Mental, destaca el inmenso impacto que tiene contar con rostros populares en las campañas de concienciación, pero reconoce que cuesta que den la cara. “Lo que muchos famosos hacen cuando cuentan, por ejemplo, que sufren de ansiedad, es ligar sus problemas a la presión que soportan en el trabajo”.

En las redes este tipo de confesiones proliferan entre personajes conocidos y no tanto. ¿Qué resulta más auténtico que una dosis de vulnerabilidad en medio de un montón de gente que parece tener vidas mejores que la tuya? Las marcas también toman nota . “Nos estamos dando cuenta de que la salud es mucho más amplia de lo que pensábamos antes”, señala Nieves Noha, analista de tendencias de la consultoría Exito. Ella detecta cinco etapas de concienciación en los últimos años: primero nos centramos en la salud corporal; luego empezamos a prestar atención a la salud mental y emocional, y ahora empezamos a mirar hacia la relacional (relaciones tóxicas, etcétera) e incluso la ambiental (cuál es el efecto de la arquitectura o el diseño). Por eso hay quien aprovecha la vulnerabilidad como herramienta de marketing. Un ejemplo reciente: Ken­dall Jenner, modelo y miembro del clan Kar­dashian, creó gran expectación al anunciar que lanzaría un mensaje “valiente” y “auténtico”, algo que sonaba a confesión íntima (¿hablaría de sus inseguridades?, ¿tiene Kendall los mismos problemas que el resto de humanos?). Resultó que iba a publicitar una crema antiacné.

Las redes son armas de doble filo con efectos poco saludables, pero no hay que olvidar que también permiten encontrar conexiones, hacer que nos sintamos menos solos en el mundo. De hecho, una parte del humor de mileniales y generación Z gira en torno a la depresión y la ansiedad. Una especie de nuevo movimiento dadaísta de memes salteados con autoconciencia, consecuencias de la recesión económica y la pérdida de referentes. Y la sensación de que es mejor reírnos de este vacío existencial que seguir callados.