

## Comunicación y salud: La gestión de la crisis del Ébola a través de las redes sociales

### Communication and Health: The management of the Ebola Crisis Through Social Networks

Beatriz Guzmán do Nascimento<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual, Universidad Carlos III de Madrid, España

#### Resumen

El brote de Ébola de 2014 fue el mayor brote epidémico producido por este virus en su historia. La gestión de la comunicación relacionada con el brote trajo consigo una crisis con implicaciones para las autoridades sanitarias, políticas y mediáticas. Una situación que ha resaltado la importancia de una comunicación sanitaria eficiente en tiempos de crisis. Esta investigación realiza una revisión sobre veinte publicaciones científicas que han aparecido en los últimos años (2014 a 2017) y que hacen referencia al tratamiento de la crisis del Ébola a través de las redes sociales. Los resultados sugieren que la gestión de esta comunicación fue mínima y la divulgación, escasa. Las instituciones tampoco usaron adecuadamente las redes para ampliar información o resolver dudas de la ciudadanía.

Palabras clave: Ébola; Riesgo; Salud; Comunicación de crisis; Redes Sociales; Twitter.

#### Abstract

The Ebola 2014's outbreak was the largest outbreak of this virus in its history. The management of communication surrounding the outbreak resulted in a crisis with implications for health, political and media authorities. This situation highlighted the importance of an effective health communication in crisis times. Therefore, this investigation carried out a review of twenty scientific publications which have appeared in recent years (2014 to 2017) and which refer to the treatment of Ebola crisis through social networks. The results indicate that the management of this communication was minimal and the divulgation, quite limited. The institutions also did not use this networks to expand information or resolve citizens' doubts.

Key words: Ebola; Risk; Health; Crisis Communication; Social Networks; Twitter.

**CONTACTO:** Beatriz Guzmán do Nascimento  [beatrizguzmandonascimento@gmail.com](mailto:beatrizguzmandonascimento@gmail.com)

## Introducción

El brote de Ébola de 2014 fue el mayor brote epidémico producido por este virus en su historia (Laverack y Manoncourts, 2016). Para el 3 de noviembre de 2014, según la Organización Mundial de la Salud, se habían registrado 13.633 infecciones y 5.000 muertes en todo el mundo. No obstante, el número total de casos probables, confirmados y sospechosos ascendía en marzo de 2016 a 28.646, de los que 11.323 habían fallecido (OMS, 2016).

El virus atacó de forma particularmente severa a los países del África occidental como Guinea y se expandió a Liberia, Sierra Leona, Nigeria, Senegal, Estados Unidos y España, entre otros. Una situación que se convirtió en uno de los más grandes retos comunicativos de nuestra historia reciente (Baron, 2014).

Precisamente, la gestión de las crisis sanitarias conlleva una gran complejidad puesto que la comunicación sanitaria ya no es unidireccional, si no multidireccional. Es decir, los pacientes ya no se informan solo a través de los facultativos, sino también a través de los medios de comunicación, blogs, foros o redes sociales.

Hoy por hoy, se estima que existen más de 2.000 millones de personas que usan las redes sociales, lo que equivale a una de cada cuatro personas en el mundo (eMarketer, 2013). Según un estudio de IAB Spain (2017), el 86% los ciudadanos españoles utilizan las redes sociales, entre otras cuestiones, para para comentar la actualidad (en concreto un 29%).

Las redes sociales están ganando popularidad ya que permiten ponerse en contacto directo con profesionales o expertos (Giansante, 2015), también en materia sanitaria. Incluso pudiendo llegar a crear sus propias comunidades virtuales donde relacionarse con otras personas que están en su misma situación para conversar acerca de su enfermedad y compartir sus experiencias. Y es que las plataformas sociales forman parte de un sistema social y sea lo que sea que pase en este sistema, se verá reflejado en ellas (Elmedni, 2017).

Por tanto, uno de los principales desafíos en una emergencia sanitaria está en la percepción de la ciudadanía sobre la emergencia, a menudo condicionada por el "ruido" generado por estos nuevos medios participativos (Suau-Gomila et al, 2017).

No obstante, las redes han cambiado también la manera en la que las organizaciones sanitarias se comunicaron con el público. Los expertos consideran que internet es la mejor herramienta disponible para que los profesionales sanitarios puedan predecir el brote de una enfermedad mortal, como el Ébola (Ross, 2014). Asimismo,

las redes sociales son una herramienta muy útil para comunicarse con la sociedad, proporcionar información de manera rápida y crear y mantener relaciones con los ciudadanos.

Es crucial, por tanto, entender qué tipo de información sanitaria está disponible en la red ya que, mientras se divulga información precisa y contrastada, la desinformación y los rumores están igualmente presentes (Guidry et al, 2017). Por ello, el principal objetivo de este estudio es realizar una revisión en la literatura científica sobre la comunicación durante la crisis sanitaria del Ébola a través de las redes sociales para conocer cómo se usaron en la comunicación de información sobre el virus.

## Método

Para alcanzar el objetivo principal de esta investigación, nos hemos fijado en:

- La percepción social en las redes sociales durante la crisis del Ébola.
- El tipo de comunicación y gestión de la información sanitaria a través de las redes sociales durante la crisis del Ébola.

Este trabajo es un estudio descriptivo mediante una revisión de literatura de las publicaciones que han aparecido entre agosto de 2014 (primer caso de contagio por Ébola en los países desarrollados, en concreto a un español) y mayo de 2017. Se incluyen solo artículos relacionados con el estudio de la comunicación del Ébola a través de las redes sociales (revisiones, correspondencias, cartas a editores y otro tipo de publicaciones fueron excluidas). Las bases de datos que se han considerado han sido: Scopus, Medline Pubmed e International Bibliography of the Social Science (IBSS). En cuanto a la búsqueda en cada base de datos:

- Medline Pubmed e IBSS: el operador lógico Ébola/Ebola debía estar incluido en cualquier parte del texto. No obstante, los que le acompañaban (Twitter, social media/network o internet) debían aparecer, por lo menos, en el resumen.
- Scopus: los operadores lógicos debían estar en título, resumen y palabras clave.

De esta forma, se asegura que los resultados de la búsqueda están relacionados con ambos campos (Ébola y redes sociales). La búsqueda arrojó un total de 403 artículos de los cuales se han seleccionado 20 por cumplir con los criterios establecidos. Asimismo, algunos artículos (cuatro, concretamente) se repetían en las diferentes bases de datos.

**Tabla 1.** Criterios de búsqueda.

<b>Bases de datos</b>	Scopus, Medline Pubmed e International Bibliography of the Social Sciences (IBSS)
<b>Período</b>	Agosto 2014- mayo 2017
<b>Operadores lógicos</b>	Ebola AND Internet; Ebola AND Social media; Ebola AND Social network; Ebola AND Twitter; Ebola AND Redes sociales.
<b>Artículos</b>	403 artículos
<b>Artículos repetidos</b>	4 artículos repetidos  Elmedni, B. (2017). Fung, I., Fu, K., Chan, C., Chan, B., Cheung, C., Abraham, T. y Tse, Z. (2016). Househ, M. (2016). Odlum, M. y Yoon, S. (2015).
<b>Artículos elegidos</b>	19 en inglés y 1 en castellano  Basch, C., Basch, C., Ruggles, K. y Hammond, R. (2015). Dalrymple, K., Young R. y Tully, M. (2016). Elmedni, B. (2017). Fung, I., Fu, K., Chan, C., Chan, B., Cheung, C., Abraham, T. y Tse, Z. (2016). Guidry, J., Jin, Y., Orr, C., Messner, M, y Meganck, S. (2017). Hea-Jin, E., Kyung, Y., Kim, Y., Young, K, y Song, M. (2016). Househ, M. (2016). Jin, F., Wang, W. y Zhao, L. (2014). Lazard, A., Scheinfeld, E., Bernhardt, Jay., Wilcox, G. y Suran, M. (2015). Marcus, O. y Singer, M. (2017). Mondragon, N. (2016). Mondragon, N. y Gil de Montes, L. (2017). Nagpal, S., Karimianpour, A., Mukhija, D., Mohan, D. y Brateanu, A. (2015). Odlum, M. y Yoon, S. (2015). Pathak, R., Poudel, D., Karmacharya, P., Pathak, A., Aryal, M., Mahmood, M. y Donato, A. (2015). Rolison, J. y Hanoch, Y. (2015). Sastry, S. y Lovari, A. (2017). Seltzer, E., Jean, N., Kramer-Golinkoff, E., Asch, D. y Merchant, R. (2015). Strekalova, Y. (2017). Tran, T. y Lee, K. (2016).

Fuente: Elaboración propia

## Resultados

La inmediata divulgación de una noticia que llega en cuestión de segundos a cualquier rincón del mundo comporta cambios de actitud en los receptores (Sastry, 2017). En las redes sociales, el debate sobre cualquier riesgo nuevo se convierte en visible y familiar para el público. En consecuencia, estas se convierten en canales clave para aumentar la concienciación y el interés sobre temas saludables en la población.

El riesgo se convierte en familiar, además, porque las redes son el canal idóneo para contactar de forma directa, sencilla y rápida con periodistas y expertos en diferentes áreas relacionadas con la salud. De hecho, están jugando un papel cada vez mayor en la divulgación de información, llevando a muchos a verlas como una manera efectiva y esencial para la estrategia de comunicación en salud (Guidry et al., 2017).

Con respecto al tipo de comunicación, los estudios coinciden en que los mensajes educativos sobre el Ébola fueron mínimos y que la divulgación no fue adecuada. Las informaciones se centraban en los casos de personas contagiadas o la efectividad de los protocolos sanitarios dando poca cobertura al tratamiento del virus en sí (Househ, 2016; Basch et al., 2015; Mondragon y Gil de Montes, 2017; Dalrymple et al, 2016; Guidry et al, 2017; Strelakova, 2017; Odum, 2015; Seltzer et al, 2015). Además, las organizaciones sanitarias (como el Center of Diseases Control, la OMS o Médicos Sin Fronteras) realizaron una comunicación vertical en lugar de interactuar y buscar el feedback con los usuarios para resolver sus dudas y calmar la ansiedad social. Una mala gestión que ha quedado constatada con esta investigación y que podría haber ayudado a que la sociedad se cuestionara cada vez más si las instituciones mostraban un exceso de confianza para esconder las magnitudes de la epidemia (Dalrymple et al., 2016; y Guidry et al., 2017).

Debido a las limitaciones de algunas redes sociales como Twitter (Hea-Jin et al, 2016; Dalrymple et al, 2016), es difícil comunicar eficazmente temas médicos o científicos de cierta dificultad. Por tanto, es importante tener en cuenta el resto de los recursos que la red ofrece como los hipervínculos, las imágenes, infografías o los vídeos para ampliar información y que se utilizaron de manera muy escasa en la comunicación de la crisis del Ébola (Dalrymple et al, 2016, Guidry et al, 2017; Strelakova, 2017; Nagpal et al, 2015; Seltzer et al, 2015).

Como decimos, los nuevos medios sociales han provocado que la percepción del riesgo haya aumentado en las últimas décadas (Mondragon y Gil de Montes, 2017). Sin embargo, ha aumentado no tanto debido a los rumo-

res y la desinformación como a la actuación de las instituciones sanitarias y a los medios de comunicación. De hecho, el tema más comentado en Twitter fue la mala gestión y cobertura mediática del caso Teresa Romero (Mondragon, 2016). La percepción de la expansión de la epidemia evolucionó de tal manera que dejó de recaer en las personas infectadas (Teresa Romero); y pasó a las instituciones sanitarias, gobiernos y medios de comunicación.

Por tanto, las redes sociales juegan un doble papel: perpetuar la polarización sobre temas que polaricen a la sociedad (como ocurrió con la comunicación de la crisis del Ébola) o aumentar la aceptación de aquellos asuntos menos controvertidos o polémicos (Elmedni, 2017).

## Discusión y conclusiones

Los resultados de este estudio subrayan la mala gestión de la comunicación sanitaria que realizaron las diferentes instituciones implicadas (sanitarias, políticas y mediáticas) durante la crisis del Ébola tanto a nivel nacional como internacional. Por un lado, ponen en evidencia que la comunicación institucional fue mínima y con una escasez de divulgación científica. Por otro lado, los organismos oficiales implicados tampoco utilizaron correctamente las redes sociales para ampliar información (escaso uso de material multimedia), resolver cuestiones o relajar la ansiedad social. De igual manera, esta gestión a través de las redes provocó que la ciudadanía dejara de pensar que las personas infectadas habían actuado de manera errónea; para considerar que las que habían gestionado incorrectamente la epidemia habían sido instituciones, gobiernos y medios de comunicación.

Estudios previos también van en esta línea al afirmar que, aunque los medios cuentan con un amplio abanico de plataformas para el relato de acontecimientos, no se realizó una cobertura transmedia (el contenido de una plataforma se replicaba en el resto sin apenas adecuación al medio), sino que se desperdició las posibilidades que otorga la red para ampliar información (Costa-Sánchez et al., 2015). Asimismo, la conclusión de otros estudios es que la comunicación gubernamental en Twitter carece de inmediatez, humanización y proactividad (Díaz y Vázquez, 2015; Quesada, 2016) y se hace hincapié en la necesidad de revisar el modelo de gestión de la comunicación en estas situaciones (Nespereira-García, 2015).

La accesibilidad a internet hace que sea cada vez más utilizado para obtener información, consejos y servicios sobre salud; convirtiéndose en una necesidad para muchos pacientes y profesionales sanitarios y constituyendo un instrumento fundamental para la transmisión

del conocimiento en salud (Jiménez et al, 2007).

En épocas de crisis sanitarias, como la del Ébola, la comunicación en salud presenta grandes retos. Por un lado, los ciudadanos necesitan estar informados sobre una posible amenaza y sus implicaciones. Por otro, la reacción social ante un brote como el de 2014 sea, probablemente, el pánico y un aumento de la percepción del riesgo. Por tanto, la información no debe ni minimizarse ni exagerarse.

Pero, además, la manera en que una epidemia es relatada a través de las redes sociales tiene serias implicaciones en su percepción y evaluación social. A través de ellas, se difunde el conocimiento colectivo sobre el riesgo (atentados, desastres naturales o epidemias) de manera inmediata a todo el planeta (Gil, 2004). Analizar el contenido de redes sociales, como Twitter, puede ser productivo para estudiar cómo el público comparte información relacionada con la salud (McLaughlin et al., 2016) ya que analizar las redes proporciona información útil sobre sus miedos o temas más comentados y, por tanto, de mayor interés social (Lazard et al., 2015).

Por tanto, las fuentes sanitarias no deben solo dedicarse a destacar el nivel de preparación de sus equipos, sino que es importante que saquen partido a las redes sociales (Househ, 2016): 1. divulgando información precisa y detallada (con más recursos multimedia, por ejemplo), 2. desarrollando campañas en cooperación con los medios para que estas tengan su repercusión a través de las redes sociales y 3. aprovechando que las redes son plataformas dialógicas para atraer la atención del público (llamado a la participación de los usuarios a través de preguntas u otras estrategias comunicativas).

Este estudio es una primera incursión de un tema que se encuentra todavía en fase de investigación. Aun así, se debe conocer más sobre la relación entre las redes sociales, las instituciones sociales y los ciudadanos; no solo en la gestión de la crisis del Ébola, sino en cualquier crisis sanitaria.

Entre las fortalezas de este estudio se encuentra el extenso período de revisión bibliográfica considerado (2014 a 2017). Además, pone el foco en un tema muy reciente y que, hasta ese momento, no se planteó como es la utilización e influencia de las redes sociales en un caso de crisis sanitaria. Sin embargo, los resultados de este estudio también pueden extrapolarse a otras situaciones de crisis para mejorar la transmisión de información hacia la ciudadanía.

Como en todo trabajo, han ido surgiendo algunas dificultades y limitaciones, a medida que se realizaba, y que conviene destacar. En primer lugar, el tiempo ha

sido un elemento en contra para poder realizar un trabajo más exhaustivo. Se trata de un ámbito que necesita una dedicación exclusiva y no ha sido posible en este caso. Esta situación ha dificultado la profundización del tema en este sentido tal y como se había planificado. Es por ello por lo que se propone ampliar el número de bases de datos, de operadores lógicos y de artículos en futuras investigaciones. De igual manera, esta investigación podría enriquecerse si se analizan los tuits enviados por la sociedad, las organizaciones médicas y los políticos durante la crisis; así como un estudio exhaustivo de las noticias que los medios de referencia publicaron durante la época de la crisis del Ébola.

Teniendo todo esto en cuenta, investigaciones futuras también deberían estudiar cómo las redes sociales pueden ser mejor empleadas para transmitir la incertidumbre, pero también la confianza y competencia de las organizaciones sanitarias en épocas de crisis como la analizada. Entender cómo fue la estrategia comunicativa de las instituciones sanitarias durante la crisis del Ébola y cómo afectó a la percepción social, será clave para hacer frente a futuras epidemias de forma más eficaz, propulsando una comunicación sanitaria más eficiente.

#### Agradecimientos

A mi profesor Daniel Catalán por su tiempo, motivación, flexibilidad y comprensión.

## Referencias Bibliográficas

Baron, G. (10 de noviembre de 2014). 5 Lessons in crisis communication from the Ebola response: What we can learn from one of the biggest risk communication challenges in recent memory. Emergency Management. Recuperado de <http://www.govtech.com/em/emergency-blogs/disaster-zone/Ebola-communications-lessons.html>

Basch, C., Basch, C., Ruggles, K, y Hammond, R. (2015). Coverage of the ebola virus disease epidemic on Youtube. *Disaster Medicine and Public Health Preparedness*, 9 (5), 531-535. Recuperado de <https://www.cambridge.org/core/journals/disaster-medicine-and-public-health-preparedness/article/div-classtitlecoverage-of-the-ebola-virus-disease-epidemic-on-youtubediv/AFAFAD4484D875E40B693C2122B565B2>

Costa-Sánchez, C., López, X., y Rodríguez, A. (2015). Del periodismo transmedia al replicante. Cobertura informativa del contagio de ébola en España por Elpais.com. *El profesional de la información*, 24(3), 283-290. DOI: 10.3145/epi.2015.may.08

- Dalrymple, K., Young R., y Tully, M. (2016). "Facts, Not Fear": negotiating Uncertainty on social media During the 2014 Ebola Crisis. *Science Communication*, 38(4), 442-467. Recuperado de <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1075547016655546?journalCode=scxb>
- Díaz, E. y Vázquez, T. (2015). El uso de Twitter por parte del Gobierno español durante la crisis del ébola. *Miguel Hernández Communication Journal*, 6, 241-259. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5281778>
- Elmedni, B. (2017). Death of rationality: The social network's factor in policy response to Ebola. *International Journal of Public Administration*, 39(12), 917-926. DOI: 10.1080/01900692.2015.1057851
- eMarketer. (18 de junio de 2013). Social Networking Reaches Nearly One in Four Around the World. eMarketer. Recuperado de <https://www.emarketer.com/Article/Social-Networking-Reaches-Nearly-One-Four-Around-World/1009976>
- Fog, L. (2002). De las fuentes al público. *Interciencia*, 27(2), 84-87. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/339/33906509.pdf>
- Giansante, G. (2015). *La comunicación política online*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Guidry, J., Jin, Y., Orr, C., Messner, M., y Meganck, S. (2017). Ebola on Instagram and Twitter: how health organizations address the health crisis in their social media engagement. *Public Relations Review*, 43. DOI: 10.1016/j.pubrev.2017.04.009 (en prensa).
- Gil, E. (2004). *El miedo es el mensaje*. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Hea-Jin, E., Kyung, Y., Kim, Y., Young, K., y Song, M. (2016). Topic-based content and sentiment analysis of Ebola virus on Twitter and in the news. *Journal of Information Science*, 42(6), 763-781. DOI: 10.1177/0165551515608733
- Househ, M. (2016). Communicating Ebola through social media and electrónica news media outlets: a cross-sectional study. *Health Informatics Journal*, 22(3), 470-478. DOI: 10.1177/1460458214568037
- IAB Spain. (2017). Estudio anual de redes sociales. Recuperado de [http://iabspain.es/wp-content/uploads/iab\\_estudioderedessociales\\_2017\\_vreducida.pdf](http://iabspain.es/wp-content/uploads/iab_estudioderedessociales_2017_vreducida.pdf)
- Jiménez, J., García, F., Martín, J.L. y Bermúdez, C. (2007). Tendencias en el uso de Internet como fuente de información sobre salud. *UOC Papers*, 4, 44-50. Recuperado de <https://www.raco.cat/index.php/UOCPapers/article/viewFile/58175%26gathStatlcon%3Dtrue/68267>
- Laverack, G., y Manoncourt, E. (2016). Key experiences of Community engagement and social mobilization in the Ebola response. *Global Health Promotion*, 23(1), 79-82. DOI: 10.1177/1757975915606674
- Lazard, A., Scheinfeld, E., Bernhardt, Jay., Wilcox, G. y Suran, M. (2015). Detecting themes of public concern: A text mining analysis of the Centers of Disease and Prevention's Ebola live Twitter chat. *American Journal of Infection Control*, 43, 1109-1111. DOI: 10.1016/j.ajic.2015.05.025
- McLaughlin, L., Hou, J., Meng, J., Hu, C., An, Z., Park, M. y Nam, Y. (2016). Propagation and information about preexposure prophylaxis (PrEP) for HIV prevention through Twitter. *Health Communication*, 31, 998-1007. DOI: 10.1080/10410236.2015.1027033
- Mondragon, N. (2016). Redes sociales en tiempos de riesgo: analizando el ébola mediante Twitter. *Opción*, 32 (11), 740-756. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5866935>
- y Gil de Montes, L. (2017). Ebola in the public sphere: a comparison between mass media and social networks. *Science Communication*, 39(1), 101-124. DOI: 10.1177/1075547016688908
- Nagpal, S., Karimianpour, A., Mukhija, D., Mohan, D. y Brateanu, A. (2015). Youtube videos as a source of medical information during the Ebola hemorrhagic fever epidemic. *SpringerPlus*, 4, 457. DOI: 10.1186/s40064-015-1251-9. DOI: 10.1093/ofid/ofv133.1187
- Nespereira-García, J. (2015). La retórica como herramienta para la gestión y la comunicación del riesgo sanitario. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 6 (2), 222-233. Recuperado de <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/2941/1644>
- Odlum, M, y Yoon, S. (2015). What can we learn about the Ebola outbreak from tweets? *American Journal of Infection Control*, 43, 563-571. DOI: 10.1016/j.ajic.2015.02.023
- Quesada, V. (2014). Ébola y nuevas tecnologías. *Cadernos de Atención Primaria*, 20, 210-211.

Recuperado de [http://www.agamfec.com/wp/wp-content/uploads/2015/02/Vol20\\_n4\\_2.pdf](http://www.agamfec.com/wp/wp-content/uploads/2015/02/Vol20_n4_2.pdf)

Ross, P. (24 de septiembre de 2014). Ebola outbreak: how the internet is changing the way health officials predict deadly epidemics. *International Business Time*. Recuperado de <http://www.ibtimes.com/ebola-outbreak-how-internet-changing-way-health-officials-predict-deadly-epidemics-1694423>

Sastry, S. y Lovari, A. (2017). Communicating the ontological narrative of Ebola: An emerging disease in the time of “epidemic 2.0”. *Health Communication*, 32(3), 329-338. DOI: 10.1080/10410236.2016.1138380

Seltzer, E., Jean, N., Kramer-Golinkoff, E., Asch, D. y Merchant, R. (2015). The content of social media’s shared images about Ebola: a retrospective study. *Public Health*, 1273-1277. DOI: 10.1016/j.puhe.2015.07.025

Strekalova, Y. (2017). Health risk information engagement and amplification on social media: news about an emerging pandemic on Facebook. *Health Education & Behaviour*, 44(2), 332-339. DOI: 10.1177/1090198116660310

Suau-Gomila, G., Percastre-Mendizabal, S., Palà, G. y Pont, C. (2017). Análisis de la comunicación de emergencias en Twitter. El caso del Ébola en España. En: Sierra, J. y Liberal, S. *Uso y Aplicación de las Redes Sociales en el Mundo*. Audiovisual y Publicitario. (119-130). Madrid (España): McGrawhill Education.