

# Redes sociales en tiempos de riesgo: Analizando el ébola mediante twitter

*Nahia Idoiaga Mondragon*

*Universidad del País Vasco (UPV/EHU) España*

*nahia.idoiaga@ehu.es*

## Resumen

Se estudia la comunicación de riesgo del ébola 2014-2015 en Twitter, haciendo hincapié en analizar la credibilidad y confianza en los medios de comunicación. Para ello se analizaron 28.760 tweets de España sobre el ébola y se realizó una encuesta a 294 personas sobre los hábitos para informarse en crisis sanitarias. Los resultados resaltaron una transformación de las representaciones sociales creadas por la comunicación de crisis de las nuevas redes sociales, subrayando la falta de confianza en los medios de comunicación. Se discuten las implicaciones sociales de los resultados y la importancia de la comunicación en futuras crisis sanitarias.

**Palabras clave:** Comunicación de riesgo; Ébola; Redes Sociales; Twitter; Mass Media.

## Social Networks in Times of Risk: Analyzing Ebola through Twitter

### Abstract

Risk communication in Twitter during the ebola 2014-2015 is studied, focusing on analyzing the credibility and trust in the media. For that 28,760 tweets of Spain about ebola were analyzed and a survey about information habits in health crises to 294 people was carried out. The results highlighted a transformation of social representations created by

the crisis communication of the new social networks, underlining the lack of trust in the media. The social implications of the results and the importance of communication in future health crises are discussed.

**Keywords:** Risk communication; Ebola; Social Networks; Twitter; Mass Media.

## **INTRODUCCIÓN Y FUNDAMENTOS TEÓRICOS**

En las últimas décadas una serie de enfermedades infecciosas emergentes se han dado con relativa frecuencia a nivel global, son especialmente temidas porque se expanden rápidamente y presentan una amenaza física (en algunos casos) pero sobre todo simbólica para los ciudadanos. Este tipo de epidemias suelen tener una cobertura extrema por parte de los medios tradicionales, incluso en países donde no ha habido infectados (Wallis and Nerlich, 2005). Además debemos tener en cuenta que en la comunicación de riesgo creada alrededor de las epidemias hay también un nuevo factor de impacto contemporáneo: las redes sociales cuya influencia en este tema fue inicialmente detectada hace algún tiempo (Hethcote & Yorke 1984; Wallinga et al., 1999) pero que ha ido cobrando creciente importancia (Keeling & Eames 2005; Scanzfeld, Scanzfeld y Larson, 2010). Esta ponencia analiza la comunicación de riesgo creada alrededor de la epidemia del ébola del 2014-2015 y el papel de los medios de comunicación (tanto tradicionales como las nuevas redes sociales) en su imagen colectiva.

### **1.1. ¿Qué es el ébola?**

El ébola es una enfermedad infecciosa viral aguda que produce fiebre hemorrágica. Se descubrió por primera vez en el año 1976, cuando se presentaron varios casos de fiebre hemorrágica en Zaire y Sudán. Se caracteriza por una alta tasa de mortalidad, que oscila entre el 50% y el 95% de los afectados ya que de momento no hay ni vacuna ni tratamiento para el mismo. Los brotes de ébola se han producido principalmente en África central y occidental, cerca de la selva tropical.

### **1.2. El brote actual del ébola**

La epidemia actual de ébola (2014-2015) es el mayor brote epidémico producido por este virus. Originado en diciembre de 2013 en Guinea, se extendió posteriormente a Liberia, Sierra Leona, Nigeria, Sene-

gal, Estados Unidos, España, Malí y Reino Unido. Para el 3 de noviembre de 2014, según la Organización Mundial de la Salud (OMS), se habían registrado 13.633 infecciones y 5.000 muertes en todo el mundo a causa de este brote, la mayoría de los cuales ocurrieron en los países del África Occidental.

### **1.3. La imagen colectiva de las epidemias en los medios tradicionales**

Desde mediados de los años 80 las enfermedades infecciosas han formado parte de las agendas mediáticas y políticas y en consecuencia han ido ocupando espacio en el imaginario colectivo aumentando el discurso del riesgo de forma contundente (Washer, 2010). Desde el enfoque teórico de las “Representaciones Sociales” se defiende que más allá de un conocimiento científico sobre las enfermedades la gente entiende y comparte ideas comunes mediante las representaciones sociales (Moscovici, 1984).

La representación social de una crisis en particular está determinada por los acontecimientos históricos y los símbolos contemporáneos que sirven para familiarizar una nueva amenaza y así hacerla más descifrable. En este proceso la comunicación y sobre todo los medios de comunicación son un factor clave para hacer frente a la amenaza (Wagner & Hayes, 2005).

Con esta base teórica Joffe (Joffe & Haarhoff, 2002) analizó cómo la prensa británica y sus lectores entendían la pandemia del ébola de 1995 en Zaire (ahora República Democrática del Congo). Su trabajo reveló que había una imagen común tanto en la prensa como en los lectores en el que el ébola se representaba como africano, asociado con prácticas africanas y que poco tenía que ver con los británicos. Además, esta investigación también concluyó que la audiencia en general no sentía que el Ébola fuera peor que otras enfermedades conocidas y que muchos lectores lo representaban como si fuera ciencia a ficción, sintiéndose así desvinculados de la amenaza. Por último, percibían que occidente, gracias sobre todo a su sistema médico, era impermeable al ébola que se extendía por África por las características estructurales y usos y costumbres de sus países que amplifican la propagación de enfermedades. Aun así cabe destacar que esta investigación no fue llevada a cabo en el “momento caliente” de la crisis del ébola sino unos años después por lo que las respuestas estarían en consonancia con el sentido de la contención que podrían seguir (Joffe, 2011).

El problema empieza cuando la gente como “nosotros” comienza a ser afectada por las nuevas epidemias. En estos casos, sin la posibilidad de culpar a “los otros”, como fue el caso de los africanos con el ébola, el gobierno, los agricultores, incluso los medios de comunicación pueden ser culpados, no sólo por el surgir de la nueva amenaza para la salud humana, sino por empeorar la situación a través de la corrupción y la mala gestión informativa del problema facilitando la propagación de la enfermedad (Washer, 2006).

Desde un punto de vista muy parecido, y basándose en esa idea de actores colectivos que rodean a una epidemia, Wagner-Egge y colaboradores (2011) analizaron la gripe porcina del 2009 buscando representaciones de héroes, víctimas y villanos sobre la misma. Concluyeron que los héroes de esa epidemia fueron los expertos (físicos, investigadores, etc.) a los que se les atribuía sobre todo credibilidad. Las autoridades sanitarias y políticas tuvieron una valoración positiva al principio, pero luego fueron percibidas como inefectivas. Los villanos de esta crisis sanitaria fueron por un lado los medios de comunicación tradicionales, acusados de hacer un uso interesado del miedo o incluso peor de ser marionetas de poderes malignos de más alto nivel y por otro lado las empresas privadas como la industria farmacéutica. Por último, como víctimas de esta gripe se percibieron los países pobres y menos desarrollados, aunque no del todo inocentes porque en parte fueron acusados de falta de higiene o disciplina. Estos autores concluyeron que las características presentadas por los diferentes colectivos pueden servir para construir una representación simbólica que permita a la sociedad dar sentido (Wagner et al., 2002) a las piezas discordantes y en conflicto que surgen en el contexto de una epidemia sanitaria.

#### **1.4. Las redes sociales y las epidemias sanitarias: Twitter como una nueva perspectiva**

Twitter es un servicio de redes sociales y micro-blogging gratuito que permite a sus millones de usuarios enviar y leer mensajes. El servicio cuenta con más de 500 millones de usuarios registrados y procesa más de 17 millones de tweets por minuto. Mediante Twitter muchos eventos y noticias recientes han sido documentados en tiempo real (Signorini, Segre y Polgreen, 2011). Por ello con el incremento exponencial de su popularidad, Twitter se está convirtiendo en un espacio ideal para el intercambio tanto informal como formal de la información sobre salud, así

como para la difusión de las crisis sanitarias (Scanfeld, Scanfeld y Larson, 2010).

Sin embargo, la explosión de la popularidad de las nuevas redes sociales como medios de comunicación ha planteado también debates sobre la calidad de la información que manejan. Varios estudios investigaron este tema centrándose en la pandemia de gripe porcina del 2009-2010, la primera epidemia mundial desde la creación de Twitter en 2006. Estas investigaciones se encontraron que Twitter fue utilizado principalmente para difundir información de fuentes clásicas consideradas creíbles (como sitios web de los periódicos o medios de comunicación tradicionales) (Chew y Eysebanch, 2010). Por lo tanto, los picos de actividad de Twitter coincidieron con las los picos de cobertura sobre la gripe en los medios tradicionales.

Por lo tanto, aunque buena parte de la información publicada en Twitter proviene de fuentes clásicas, Twitter también se considera un espacio abierto para la transformación de la información, la búsqueda de pensamientos disonantes, etc. Por ello, y debido a su condición interactiva, genera sobre toso mensajes directivos hacia el público, en la forma de órdenes, peticiones, solicitudes o sugerencias (Searle, 1969). En cierto modo, el estilo de comunicación de los medios de comunicación ha cambiado con la incursión de las redes sociales. El objetivo general de comunicación social de estas redes es más dialógico, interactivo y rápido (Kent, Taylor, y Blanco, 2003; Schultz y Wehmeier, 2010; White & Raman, 1999) que la de los medios tradicionales, y por ello suponen una nueva perspectiva, sobre todo en tiempos donde los medios de comunicación están siendo muy criticados por su cobertura de las crisis sanitarias. Aun así, las diferencias entre la comunicación de los medios tradicionales y de las nuevas redes sociales y la credibilidad de ambos todavía no se ha estudiado en profundidad (Schultz, Utz y Goritz, 2011).

### **1.5. Objetivos e hipótesis**

El objetivo principal de esta investigación es estudiar la imagen mediática de la crisis sanitaria del ébola 2014-2015. Se quiere hacer especial hincapié en analizar la credibilidad y confianza en los medios de comunicación tradicionales a través de su difusión en las redes sociales. También se analizarán las representaciones sociales creadas por la comunicación de crisis en las nuevas redes sociales y sus implicaciones.

Como primera hipótesis, se espera que la imagen mediática del ébola todavía ligada a África pero ayudada por la difusión mediática global de la epidemia se empiece a representar como una crisis global.

Además, también se espera que el discurso de redes sociales (Twitter), gracias a su naturaleza interactiva, cree una comunicación directiva y crítica. Entre las ideas críticas destacarán los procesos de falta de credibilidad hacia gobiernos y medios de comunicación tradicionales. Se tenderá a culpabilizarlos por la mala gestión informativa en las crisis sanitarias.

Por último se espera que los hábitos de consumo y opinión sobre los medios de comunicación realcen esta falta de confianza en los medios tradicionales para informar verazmente sobre las crisis sanitarias. Pero también revelarán que la credibilidad en las nuevas redes sociales no es mucho mayor, ya que se nutren en gran parte de las fuentes tradicionales y sus picos de cobertura de información suelen ser concordantes.

## **2. METODOLOGÍA**

La recogida de datos se dividió en dos partes. Por una parte se analizó el contenido sobre el ébola en Twitter y luego se llevó a cabo un cuestionario que analizó los hábitos de las personas para informarse en crisis sanitarias.

### **2.1. Análisis de Twitter**

Para proceder al análisis de la imagen del ébola en Twitter, en pleno momento caliente de la crisis, se llevó a cabo un análisis de contenido mediante el software Alceste (Reinert, 1983, 1990). En total se analizaron 28.760 tweets escritos en España sobre el ébola desde el 1 de agosto hasta el 15 de Noviembre del 2014.

Para el análisis de contenido se optó por el software Alceste con el fin de evitar los problemas de fiabilidad y validez comunes en los análisis de texto (Klein y Likata, 2003; Reinert, 1996). El objetivo de este software es cuantificar un texto para extraer sus estructuras más importantes con el fin de aprovechar la información esencial contenida en los datos textuales. Se ha demostrado (Reinert, 1996) que estas estructuras están estrechamente vinculados a la distribución de las palabras en un texto y que esta distribución rara vez se hace al azar. Describir, clasificar, asimilar y sintetizar automáticamente un texto son los intereses de Alceste.

Lo primero que hizo el software fue crear un diccionario: para ello solamente analizó las “palabras completas (nombres, verbos, adjetivos, adverbios); las “palabras de herramienta” (artículos, pronombres, conjunciones) se excluyeron. Además, el corpus inicial se descompuso en Unidades Contextuales Elementales (ECUs), las cuales tomaron aproximadamente la extensión de una frase o dos -30-50 palabras- (Kronberger & Wagner, 2000). Con ello se analizó el corpus en función de su presencia en las ECUs. Las ECUs y las formas reducidas se cruzaron para formar un tablero de contingencia, el cual mostró la distribución del vocabulario en función de las ECUs. A partir de esta tabla de contingencia se generó una matriz de distancias cuadradas: dos ECUs se encuentran cercanas si comparten algunas de las palabras analizadas (Reinert 1996; Klein & Licata, 2003).

Posteriormente se realizó un análisis de “clúster jerárquico descendente” con esta tabla de distancias, la cual produjo clases de ECUs que mejor diferencia el vocabulario. Con esta estrategia de análisis el software ayudó a la interpretación de los textos, ya que extrajo clases de palabras que co-ocurren y que mejor se diferencian de las otras clases. Para ello, cada clase debe poseer por lo menos el 5% de las ECUs. De esta manera identificamos los principales “universos lexicales” (Reinert, 1996; Klein & Licata, 2003) que estaban presentes en el corpus.

Siguiendo el modelo de investigaciones anteriores con Alceste (Vizeu & Bousfield, 2009), el vocabulario más significativo de cada clase se clasificó mediante tres criterios: 1) la frecuencia de las palabras (específicamente solo se seleccionaron aquellas palabras con una frecuencia mayor que la media), 2) la prueba de asociación del Chi cuadrado hacia la clase ( $\chi^2 \geq 32.85$ ;  $df=1$ ) y 3) que el 50% de la frecuencia de esa palabra corresponda a dicha clase.

## 2.2. Hábitos de información en crisis sanitarias

Por otra parte, se cumplimentó un cuestionario sobre hábitos y opinión para informarse en crisis sanitarias sobre una muestra de 294 personas de la CAV entre agosto y noviembre del 2014 (76.2 % mujeres,  $M_{edad}=32.38$ ;  $DT=15.75$ ).

A los participantes se les preguntaron 5 cuestiones:

1. ¿De dónde has recibido la información que tienes sobre el ébola? (puedes marcar tantas opciones como quieras): Televisión, Periódicos, Radio, Internet, Redes Sociales Twitter, Boca a boca.

2. ¿Cuál te parece el mejor método para informarte sobre el ébola?: Televisión, Periódicos, Radio, Internet, Redes Sociales Twitter, Boca a boca.
3. ¿Crees que los medios de comunicación tradicionales (Periódicos, televisión, radio) exageran cuando tratan el tema del ébola?: Sí/No.
4. ¿Crees que los medios de comunicación tradicionales (Periódicos, televisión, radio) sensacionalizan el tema del ébola?: Sí/No.
5. ¿Crees que en las redes sociales o en internet se puede encontrar mejor información que en los medios de comunicación tradicionales sobre el ébola?: Sí/No

### **3. ANÁLISIS O DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

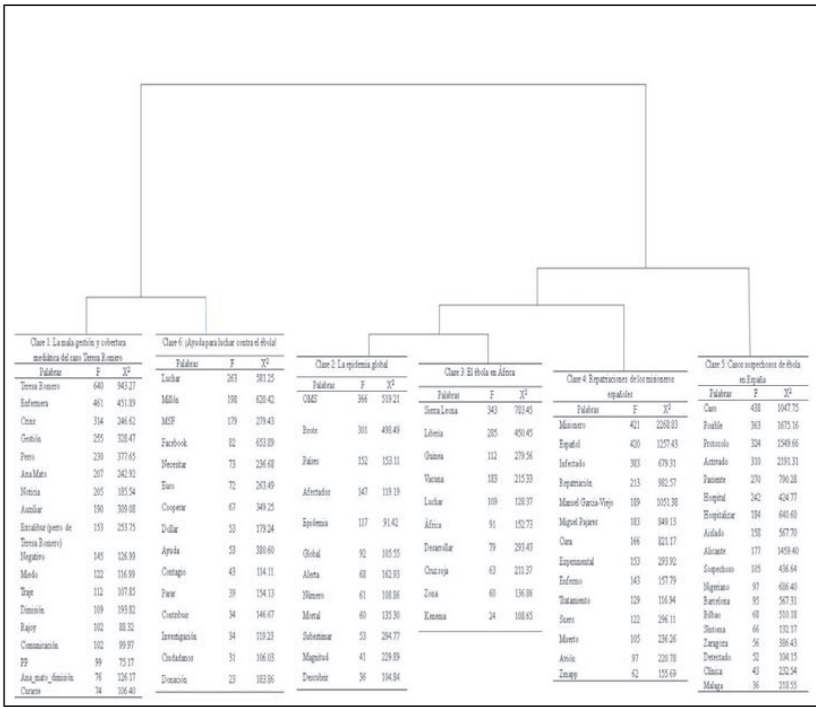
#### **3.1. Análisis de Twitter**

El corpus recogido en Twitter tuvo 378.586 palabras de las cuales 183.360 fueron únicas. Específicamente, el análisis jerárquico descendiente de clústeres dividió el corpus en 8.448 ECUs de los cuales se extrajeron 6 clases a partir del vocabulario más significativo (Figura 1).

En el análisis emergieron dos clústeres principales. En el primer clúster están la primera clase “La mala gestión y cobertura mediática del caso Teresa Romero” (con un peso del 35,92%) y la sexta “¡Ayuda para luchar contra el ébola!” (10,17%). Y en el segundo clúster la segunda clase “La epidemia global” (14,41%), la tercera “El ébola en África” (14,01%), la cuarta “Repatriaciones de los misioneros españoles” (14,65%) y la quinta “Casos sospechosos de ébola en España” (10,81%).

La clase más poderosa fue precisamente la primera, “La mala gestión y cobertura mediática del caso Teresa Romero”, que describe el caso de la primera persona contagiada de ébola en Europa, la enfermera madrileña Teresa Romero. De hecho, en esta clase se hace especial hincapié en acusar tanto al gobierno como a los medios de comunicación tradicionales de gestionar de forma indebida esta crisis sanitaria que causó gran revuelo en España. Para empezar, y en lo que se refiere al gobierno, los tweets asociados a esta clase se componen de mensajes directivos que piden al gobierno responsabilidades “Hay que pedir a Rajoy responsabilidad por el contagio de Romero y que Ana Mato dé la cara” (ECU 7179), incluso dimisiones “Ana Mato tiene más peligro como ministra que el perro con ébola. ¡Ana Mato Dimisión!” (ECU5017).





**Figura 1. Análisis jerárquico descendiente de clústeres de Twitter con el vocabulario más significativo**

Fuente: Elaboración propia.

La cobertura mediática de este caso también fue muy controvertida, como se refleja en esa primera clase. Para empezar los medios tradicionales fueron acusados de hacer un uso interesado del riesgo y el miedo de la gente: “Del ébola? mejor no, para eso ya tienes la tele y da igual el canal, porque hablan todos de lo mismo para acojonarte” (ECU 5447). “Es fascinante el inicio de la fase de pánico periodístico ante el virus del ébola” (ECU 1794). Además también se les acusa de centrarse desmesuradamente en los casos de los occidentales infectados: “Periodismo en tiempos de ébola, de un virus que infecta titulares según el origen del paciente de origen” (Ecu 1654). “¡Qué notable y triste es esta ilustración sobre la cobertura periodística del ébola! (ECU 1532) (Figura 2).



**Figura 2. Ilustración de Twitter**

Fuente: <https://twitter.com/search?q=Qu%C3%A9%20notable%20y%20triste%20es%20esta%20ilustraci%C3%B3n%20sobre%20la%20cobertura%20period%C3%ADstica%20del%20%C3%A9bola!%20&src=typd>

Por otra parte también se les acusa de dar una información interesada e incluso de mentir: “¿Por qué estas noticias no salen en los medios? “El marido de teresa: voy a demostrar ante los tribunales la gran chapuza que ha sido la gestión del ébola en España” (ECU 6161). “Condenan a un periodista por informar de cinco casos falsos de ébola en Senegal” (ECU 1466). “¿Parece normal gastar dinero en el cura con ébola? día a día muere gente con cáncer y ¿qué pasa? ¿No son nadie? puta televisión manipuladora” (ECU 601). Luego, las críticas tanto con temas particulares como generales hacia los medios de comunicación tradicionales desde Twitter fueron abundantes: “las prisas periodísticas matan más que el ébola” (ECU 8257). “En el tema del ébola el periodismo ha fracasado” (ECU 8001).

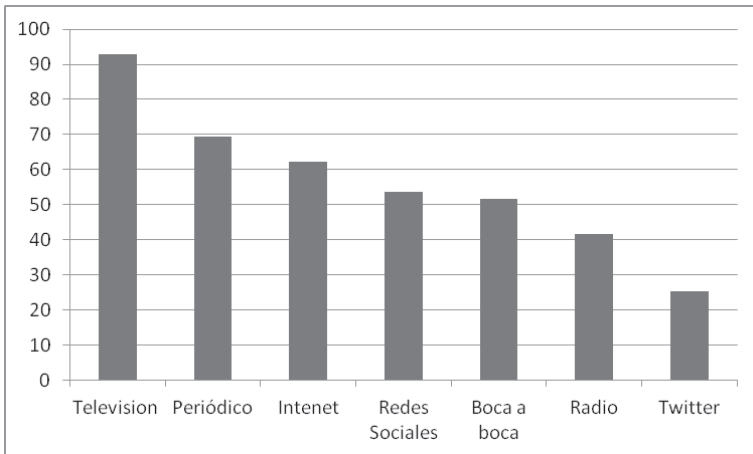
La otra clase de este primer clúster fue “Ayuda para luchar contra el ébola!”, mensaje dirigido a los ciudadanos para pedirles que reaccionen también a nivel particular. Organizaciones no gubernamentales, tales como MSF pidieron ayuda económica para parar los contagios y promover la investigación: “Ayúdanos a luchar contra el ébola. ¡Colabora con médicos sin fronteras te necesitamos!” (ECU 8122). Luego este primer clúster es un claro ejemplo del carácter interactivo de Twitter, compuesto por mensajes directivos que van dirigidos directamente al público para protestar, pedir, exigir etc. Este tipo de comunicación no es viable en los

medios tradicionales, ya que suelen tener un discurso mucho más descriptivo y poco interactivo.

El corazón del segundo clúster se compone de la segunda y tercera clase, donde se debate sobre la envergadura del ébola: ¿Es un problema Africano o una amenaza global? Por un lado la clase “La epidemia global” apela a una visión mundial de la crisis, argumentando que países de todo el mundo están muy preocupados por el tema: “El ébola pone en guardia a las potencias mundiales” (ECU 30). Por otra parte, la tercera clase “El ébola en África” hace referencia a la gran magnitud de esta crisis en ese continente: “Varios miles de nuevos casos de ébola en África occidental. La unión africana pide reabrir las fronteras cerradas por el ébola: la cuarentena de tres días. El Ébola se expande a pasos agigantados en Liberia” (ECU 3159). A este corazón del clúster se le une después la cuarta clase “Repatriaciones de los misioneros españoles” (14,65%) que describe el caso de los dos misioneros Manuel Garcia-Viejo y Miguel Pajares, infectados en África occidental, repatriados para ser tratados y que al final murieron por el ébola: “A las 19: 50h ha despegado de Freetown Sierra Leona el Hércules medicalizado que trae a España al misionero Manuel García enfermo de ébola” (ECU 3759). Por último la quinta clase, “Casos sospechosos de ébola en España”, se une a este primer clúster, refiriéndose a los casos sospechosos, en su mayoría de gente que recientemente había viajado desde África, que se dieron en España. En todos los casos se activó un protocolo de alarma, pero al final ninguno de ellos fue ébola. Sin embargo, por todas estas alertas la gente que viajaba de África fue percibida como amenaza entre los usuarios de Twitter “¡Oh dios mío! Un Nigeriano es ingresado en un hospital de Mallorca por posible caso de ébola!” (ECU3371).

### **3.2. Hábitos de información en crisis sanitarias**

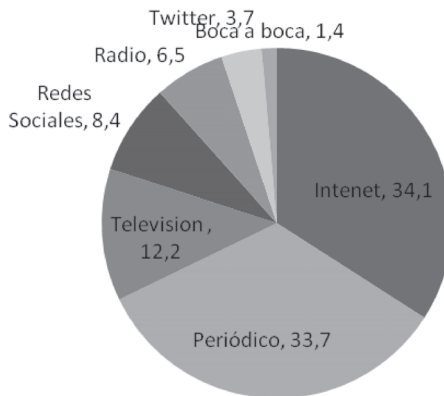
Para empezar los resultados revelaron que el medio más utilizado para informarse sobre el ébola había sido la televisión, ya que el 92,9% de los participantes lo mencionaban como una de las fuentes utilizadas, seguido por los periódicos (69,4%), internet (62,1%), las redes sociales (53,7%), el boca a boca (51,7%), la radio (41,5%) y Twitter (25,2%).



**Figura 3: Medios más utilizado para informarse sobre el ébola**

Fuente: Elaboración propia.

En segundo lugar, los participantes opinaron que la mejor fuente para informarse sobre el ébola era internet (34,1%), seguido por los periódicos (33,7%), la televisión (12,2%), las redes sociales (8,4%), la radio (6,5%), Twitter (3,7%) y el boca a boca (1,4%).



**Figura 4. Mejor fuente para informarse sobre el ébola**

Fuente: Elaboración propia.

Por último un 66% de los participantes opinaron que los medios de comunicación tradicionales exageraban cuando trataban el tema del ébola y un 81,6% opinó que el tema era sensacionalizado por estos medios. Aun así, sólo el 45,9% opinó que en las redes sociales o en internet se podía encontrar mejor información que en los medios tradicionales sobre la crisis del ébola.

### **3.3. Relación entre los medios tradicionales y Twitter**

Por último se llevó a cabo un análisis de correlación para ver la relación entre los tweets publicados y la cobertura de los medios de comunicación tradicionales. Primeramente, se comparó el número de artículos publicados cada día en el periódico “El País” con el número de tweets por día en España, que demostró una correlación importante  $r=.61$ ,  $p01$ . También se encontró una correlación positiva entre el número de tweets a nivel mundial y el número de artículos en El País por día  $r=.72$ ,  $p01$ .

## **4. CONCLUSIONES**

Los resultados obtenidos en nuestra investigación apuntan varias ideas clave sobre la imagen colectiva del ébola y el papel de los medios de comunicación y las nuevas redes sociales en la construcción de la misma.

En comparación con estudios anteriores sobre el Ébola (Joffe y Haarhoff, 2002), la perspectiva global de la epidemia ha cobrado importancia. A pesar de que África es sin duda considerado el epicentro de la epidemia, se pone de relieve la perspectiva de la amenaza global. Esta idea apoya la tesis de la sociedad del riesgo de Beck (1992), que predecía que la globalización y sobre todo la globalización mediática de las crisis nos harían creer que vivimos en una sociedad donde las fronteras son cada vez más frágiles y que permanentemente está amenazada por riesgos globales.

Además otra diferencia clave con las investigaciones ya mencionadas sobre el ébola es que la culpa de la epidemia ya no recae tanto en los africanos sino en el gobierno y en los medios de comunicación que son culpados por una mala gestión de la crisis. Para empezar, la indignación de la sociedad hacia las autoridades aumentó dramáticamente a raíz del caso de Teresa Romero La sociedad culpó a las autoridades de facilitar la propagación de la enfermedad (Washer, 2006), debido a su incapacidad de proteger a sus conciudadanos. Y a pesar de que algunos líderes políti-

cos incluso intentaron atribuir a la propia Teresa Romero la causa de su contagio, diciendo que no había cumplido con los protocolos establecidos, esta acusación tuvo un efecto boomerang contra esos políticos produciendo un aumento de mensajes que los culpaban de la crisis y pedían su dimisión en Twitter.

Por otra parte, las críticas o los mensajes de culpa por también recaen en los medios tradicionales, acusados de hacer un uso interesado del riesgo y del miedo de la gente, de centrarse desmesuradamente en los casos de los occidentales infectados no teniendo en cuenta la tragedia africana o de dar una información interesada e incluso de mentir. Lo cierto es que las críticas tanto con temas particulares como generales hacia los medios de comunicación tradicionales desde Twitter fueron abundantes incluso poniendo en jaque la propia credibilidad y fiabilidad del periodismo para cubrir las epidemias sanitarias. De hecho, más de un 80% de los participantes que contestaron a nuestro cuestionario opinaban que los medios tradicionales sensacionalizaron la epidemia del ébola y un 66% que habían exagerado el tema.

Luego, vista la falta de credibilidad y confianza en los medios tradicionales para informarse ante una crisis sanitaria, ¿podrían ser los medios digitales y en concreto las redes sociales una alternativa informativa en las crisis sanitarias?

Por una parte, y en el aspecto informativo, ¿se considera que las redes sociales son más creíbles o fiables que los medios tradicionales? Nuestros resultados apuntan a que no. Para empezar, los medios tradicionales (sobre todo televisión y periódicos) son, todavía, los más utilizados para informarse ante una crisis sanitaria. Además, si bien es cierto que Internet en general se considera la mejor fuente de información, no hay apenas diferencia con los periódicos y las redes sociales están muy por detrás. Luego, a falta de más investigaciones que profundicen en el tema parece que a la hora de informarse sobre las epidemias sanitarias la gente tampoco confía demasiado en las redes sociales. Además recordemos que varios autores (Chew y Eysebanch, 2010) ya señalan que Twitter se nutre masivamente de las fuentes tradicionales en estas crisis sanitarias e incluso nosotros mismos hemos comprobado que la cobertura periodística del ébola coincide en picos con la respuesta en Twitter.

Pero aun así, creer que Twitter es una mera repetición del contenido de los medios tradicionales sería muy simplista. Las nuevas redes socia-

les van ocupando poco a poco su espacio en la sociedad y por ello debemos atender a los cambios que ya están propulsando. De hecho, este estudio muestra que el objetivo comunicativo de los medios tradicionales y Twitter es diferente. En Twitter los aspectos emocionales son un tema clave: el enfado contra los medios tradicionales y las autoridades, el miedo creado por los casos sospechosos, el terror a la amenaza mundial, el dilema moral representada por las repatriaciones, etc. Los mensajes directivos crean una nueva estrategia de comunicación hacia el público, permitiendo la interacción en la comunicación. La información de las fuentes tradicionales se selecciona, procesa, transforma y reestructura. Luego, a través de este proceso interactivo, el público logró incorporar un tema lejano como el ébola en su pensamiento cotidiano. Por lo tanto, el análisis de contenido de Twitter puede ser potencialmente útil para el manejo de la sanidad pública y debería ser estudiado en detalle en cada pandemia, ya que es esencial para analizar cómo la gente entiende las nuevas epidemias sanitarias.

En las sociedades modernas, el público se enfrenta y se enfrentará a la amenaza de nuevas epidemias sanitarias, tales como el ébola, cada vez con más frecuencia. Por lo tanto, el saber cómo la comunicación mediática, tanto de los medios tradicionales como de las nuevas redes sociales, afecta a la construcción que la sociedad hace de las mismas es una herramienta clave para hacerles frente de manera más eficaz y propulsar una política y una comunicación sanitaria más eficiente.

### **Referencias Bibliográficas**

- BECK, Ulrich. 1992. **The risk society: towards a new modernity**. Sage. Londres (Reino Unido).
- CHEW, Cynthia & EYSENBACH Gunther. 2010. Pandemics in the Age of Twitter: Content Analysis of Tweets during the 2009 H1N1 Outbreak. **PLoS ONE**. Vol. 5. N° 11: e14118.
- HETHCOTE, Herbert W. & YORKE, James A. 1984. **Gonorrhoea transmission dynamics and control**. Springer. Berlin (Alemania).
- JOFFE, Helene. 2011. Public apprehension of emerging infectious diseases: are changes afoot? **Public Understanding of Science**. Vol. 20. N° 4: 446-460.

- JOFFE, Helene & HAARHOFF, Georgina. 2002. Representations of far-flung illnesses: The case of Ebola in Britain. **Social Science and Medicine**. Vol. 54: 955–969.
- KEELING, Matt J. & EAMES, Ken T. D. 2005. Networks and epidemic models. **Social Interface** Vol. 2: 295–307.
- KENT, Michael L.; TAYLOR, Maureen & WHITE, William J. 2003. The relationship between website design and organizational responsiveness to stakeholders. **Public Relations Review**. Vol. 29: 63–77.
- KLEIN, Olivier & LICATA, Laurent. 2003. When group representations serve social change: The speeches of Patrice Lumumba during the Congolese decolonization. **British Journal of social Psychology**. Vol. 42: 571–593.
- KRONBERGER, Nicole & WAGNER, Wolfgang. 2000. “Keywords in context: Statistical analysis of text features” en BAUER, W. y GASKELL, G. (Coord.), **Qualitative researching with text, image and sound: A practical handbook**. pp. 299–317. Sage. Thousand Oaks, CA (USA).
- MOSCOVICI, Serge. 1984. “The phenomenon of social representations” en FARR R.M. y MOSCOVICI S. (Coords.), **Social representations**. pp. 3–71. Cambridge University Press. Cambridge (Inglaterra).
- REINERT, Max. 1983. Une méthode de classification descendante hiérarchique: application à l’analyse lexicale par contexte. **Les cahiers de l’analyse des données**. Vol. 8, N°2: 187–198.
- REINERT, Max. 1990. Alceste, une méthode d’analyse des données textuelles. Application au texte Aurélia de Gérard de Nerval. **Bulletin de Méthodologie Sociologique**. Vol. 26, N°1: 25–54.
- REINERT, Max. 1996. **Alceste (Version 3.0)**. Images. Toulouse (Francia).
- SCANFELD, Daniel; SCANFELD, Vanessa & LARSON, Elaine L. 2010. Dissemination of health information through social networks: Twitter and antibiotics. **American Journal of Infection Control**. Vol. 3 N°8: 182–188.
- SCHULTZ, Friederike, & WEHMEIER, Silvia. 2010. “Online Relations” en SCHWEIGER, W. y BECK, K. (coord.), **Handbuch Online-Kommunikation**. pp. 409–433. VS-Verlag. Wiesbaden (Alemania).
- SCHULTZ, Friederike; UTZ, Sonje & GORITZ, Anja. 2011. Is the medium the message? Perceptions of and reactions to crisis communication via twitter, blogs and traditional media. **Public Relations Review**. Vol. 37: 20–27. DOI:10.1016/j.pubrev.2010.12.001.
- SEARLE, John. 1969. **Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language**. Cambridge University Press. Cambridge (Inglaterra).



- SIGNORINI, Alessio; SEGRE, Alberto Maria & POLGREEN, Philip M. 2011. The Use of Twitter to Track Levels of Disease Activity and Public Concern A H1N1 Pandemic. **PLoS ONE**. Vol.6. N°5.
- VIZEU, Brígido & BOUSFIELD, Andrea Barbara. 2009. Social representation, risk behaviours and AIDS. **The Spanish Journal of Psychology**, Vol.12. N°2: 565-575.
- WAGNER, Wolfgang & HAYES, Nicky. 2005. **Everyday discourse and common sense: The theory of social representations**. Palgrave Macmillan. Basingstoke (Inglaterra).
- WAGNER, Wolfgang; KRONBERGER, Nicole & SEIFERT, Franz. 2002. Collective Symbolic Coping with New Technology: Knowledge, Images and Public Discourse. **British Journal of Social Psychology**. Vol. 41: 323–43.
- WAGNER-EGGER, Pascal; BANGERTER, Adrian; GILLES, Ingrid; GREEN, Eva G. T; RIGAUD, David; KRINGS, Franciska; STARKLE, Christian & CLÉMENTCE, Alain. 2011. Lay perceptions of collectives at the outbreak of the H1N1 epidemic: Heroes, villains and victims. **Public Understanding of Science**. Vol. 20: 461–476.
- WALLINGA, Jacco; EDMUNDS, John & KRETZSCHMAR, Matthieu. 1999. Human contact patterns and the spread of airborne infectious diseases. **Trends Microbiology**. Vol. 7: 372–377.
- WALLIS, Patrick & NERLICH, Brigitte. 2005. Disease metaphors in new epidemics: the UK media framing of the 2003 SARS epidemic. **Social Science & Medicine**. Vol. 60: 2629–2639.
- WASHER, Peter. 2006. Representations of mad cow disease. **Social Science and Medicine**. Vol. 62. N°2: 457-466.
- WASHER, Peter. 2010. **Emerging Infectious Diseases and Society**. Palgrave Macmillan. Basingstoke (Reino Unido).
- WHITE, Candance & RAMAN, Niranjana. 1999. The World Wide Web as a public relations medium: The use of research and planning in website development. **Public Relations Review**. Vol. 25: 405–419.