

# El contenido visual publicado en prensa durante una crisis sanitaria: El caso del Ébola, España 2014\*

Visual content published by the press during a health crisis: The case of Ebola, Spain, 2014 (abstract: p. 18)

O conteúdo visual publicado na imprensa durante uma crise sanitária: o caso do Ebola, Espanha 2014 (resumo: p. 18)

Daniel Catalan-Matamoros<sup>(a)</sup>

<dacatala@hum.uc3m.es> 

Beatriz Guzmán do Nascimento<sup>(b)</sup>

<beatrizguzmandonascimento@gmail.com> 

Andrea Langbecker<sup>(c)</sup>

<alangbecker@hotmail.com> 

\* Este estudio ha recibido financiación del Centro de Investigación en Salud de la Universidad de Almería, España.

<sup>(a)</sup> Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual, Universidad Carlos III de Madrid. Calle Madrid, 133, Getafe 28903, Madrid, España. y Centro de Investigación en Salud, Universidad de Almería.

<sup>(b)</sup> Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual, Universidad Carlos III de Madrid. Madrid, España.

<sup>(c)</sup> Instituto de Saúde Coletiva, Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, Brasil. 40.110-040.

Ante el escaso número de estudios en este ámbito, el objetivo es analizar el contenido visual en la prensa durante la crisis sanitaria del Ébola en España que ocasionó gran alarma en la sociedad en 2014. En una muestra nacional de diarios, se identifica contenido visual en el 92% (n=160) de artículos sobre el Ébola y en el 87,5% (n=14) de portadas. La fotografía es el recurso más usado (69,2%), seguido de gráficos (9,2%) e infografías (8,8%), mientras que 'conflicto' es el encuadre más frecuente (42%). Se detecta un aumento rápido del contenido visual en los primeros dos días de la crisis que disminuye paulatinamente a partir del quinto día (p<.001). Este estudio puede abrir nuevas vías de investigación para profundizar en la investigación del contenido visual, especialmente durante la crisis sanitaria dada la gran importancia que adquiere la comunicación.

**Palabras clave:** Imagen. Fotografía. Salud Pública. Crisis. Ébola.

## Introducción

Los medios de comunicación constituyen en la actualidad una de las fuentes de información sobre salud y ciencia más importantes<sup>1,2</sup>. Hace ya más de dos décadas, la OMS alertó del continuo aumento del uso de los medios de comunicación como la principal fuente de información para los temas de salud<sup>3</sup> debido a que puede ser preocupante que el profesional sanitario ya no constituya la única fuente de información para los ciudadanos, y en muchas ocasiones ni siquiera la fuente principal. Al mismo tiempo, el interés del público en noticias sobre salud es más alto que nunca<sup>4</sup> ya que se informa sobre sucesos de gran relevancia social tales como epidemias, brotes de enfermedades desconocidas, muertes y sus causas, etc.

Debido a la importancia que tienen los medios en salud pública, la investigación de la cobertura sobre salud ha evolucionado de manera destacada en la última década<sup>5</sup>. Tradicionalmente, se ha relacionado el estudio del tratamiento informativo sobre un tema (*framing* o encuadre) al análisis del contenido textual, en el caso de la prensa o medios on-line, o al análisis del contenido audiovisual, en el caso de la televisión o radio. Sin embargo, el proceso del *framing* no solo se limita a la escritura o palabra, sino que también se puede aplicar a los contenidos visuales, tratándose en este caso del *framing* visual refiriéndose a los que se transmiten a través de las imágenes que acompañan la información<sup>6,7</sup>. De hecho, cabe destacar la reflexión de Minervini y Pedrazzini<sup>8</sup>:

[...] con el advenimiento de nuevos medios de comunicación y la competencia que esto acarreo, el periodismo gráfico debió introducir importantes transformaciones en la manera de presentar la información y de aprovechar los recursos visuales, de tal forma que en la actualidad un diario no sólo es confeccionado para ser leído sino también para ser visto. Es importante escribir y mostrar del modo más visible e inteligible los acontecimientos que ocurren en la actualidad informativa. (p. 1)

## El contenido visual en medios de comunicación y las crisis sanitarias

En la cobertura de temas sobre salud, las imágenes pueden convertirse en un recurso fundamental para los públicos ya que ligadas a textos o conversaciones pueden aumentar la atención o el recuerdo de la información sanitaria así como la comprensión, especialmente en personas con bajo alfabetismo<sup>9</sup>. Como se suele decir coloquialmente, ‘una imagen vale más que mil palabras’. De hecho, mediante el refuerzo de las asociaciones entre el texto y las imágenes, se construyen significados o interpretaciones determinados<sup>10,11</sup>. En este sentido, el Informe Quiral<sup>12</sup> recomienda a los periodistas que a la hora de escoger qué imágenes ilustran qué información, es necesario reflexionar no solo sobre si dicha imagen dispone de derechos de autor apropiados, sino sobre el impacto que puede ocasionar en el encuadre de la noticia y, en conjunto, en la representación social y opinión sobre el alcance de la situación. Además, el contenido visual resulta muy relevante si se considera que muchos lectores no llegan a leer el cuerpo de los artículos, sino que se quedan en el primer nivel de lectura o los titulares y, como mucho, las imágenes. Por tanto, resulta relevante estudiar qué tratamiento le otorgan los periodistas al contenido visual que seleccionan dado que ‘la interpretación que las personas hacen del mundo está influida, en gran medida, por la

actuación de los medios a través del tratamiento que hagan de los hechos narrados”<sup>13</sup> (p. 34). Sin embargo, a pesar de la importancia de las imágenes y su función para comprender la teoría del encuadre, no existen muchos estudios sobre ello<sup>7</sup>.

Uno de los ámbitos donde la comunicación adquiere una gran importancia es en la gestión de las crisis. Algunos elementos principales en la comunicación de una crisis consisten en el cuidado de la imagen corporativa, atención a los medios, ofrecer una buena imagen de las víctimas, muestra de interés de los poderes públicos, así como lidiar con los factores sorpresa y urgencia<sup>14</sup>. En el ámbito de la salud, la OMS ha publicado las “Normas de comunicación de brotes epidémicos”<sup>15</sup> dirigidas a los medios de comunicación y que se resumen en cinco pautas generales: 1) transmitir confianza; 2) realizar anuncios tempranos; 3) fomentar la transparencia; 4) comprender al público; y 5) realizar una buena planificación. Todas estas pautas son recomendadas durante el trascurso de una crisis, pero especialmente en su comienzo, ya que las primeras acciones de comunicación son consideradas las más relevantes, condicionando los hechos que pueden acontecer posteriormente así como las futuras acciones comunicativas<sup>16</sup>. Por este motivo, nuestro estudio se centrará en el análisis del contenido visual que aparece en los medios impresos durante los primeros días de una crisis sanitaria.

## El caso de la crisis del Ébola, España 2014

Para acotar el tema de estudio se ha analizado un caso específico, el material correspondiente a la cobertura de la crisis desarrollada por el contagio del virus Ébola en Madrid, 2014, la cual es considerada una de las crisis sanitarias más graves del siglo XXI<sup>17</sup>. Esta crisis tuvo una gran repercusión mediática considerando que los medios españoles fueron las principales fuentes de información durante los primeros días de la crisis, anteponiéndose a las autoridades sanitarias, no solamente en España sino también a nivel internacional puesto que se trataba del primer contagio que se producía fuera de África. La epidemia del Ébola fue declarada oficialmente por Guinea el 22 de marzo de 2014 y el 24 de junio de 2014 la epidemia por el virus del Ébola está “fuera de control”, según la Organización Mundial de la Salud y Médicos Sin Fronteras. El 5 de agosto de 2014, España repatrió a Miguel Pajares, misionero afectado de Ébola en Liberia y es cuando comienza a agitarse la opinión pública en España al surgir un debate sobre la repatriación. El 12 de agosto de 2014, Miguel Pajares fallece por Ébola. El 20 de septiembre de 2014, España repatrió al misionero Manuel García Viejo desde Sierra Leona y afectado por Ébola. Muere cinco días más tarde. El 30 de septiembre de 2014, Estados Unidos diagnóstica el primer caso de Ébola dentro del país de un paciente que había viajado recientemente desde Liberia a Dallas. Esto generó temor y angustia en la población norteamericana, publicándose en medios de comunicación de todo el mundo.

La crisis en España comenzó el 6 de octubre de 2014, cuando una auxiliar de enfermería del Hospital Carlos III de Madrid que había atendido a Manuel García Viejo es diagnosticada de Ébola. La Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid, y el Ministerio de Sanidad del Gobierno de España ofrecieron una rueda de prensa de manera conjunta el mismo 6 de octubre. Sin embargo, la falta de preparación de la rueda de prensa, la pobre coordinación entre ambas instituciones, la débil reputación política de la Ministra de Sanidad Ana Mato, y la carencia comunicativa de los portavoces de la Comunidad de

Madrid, facilitaron que se desencadenara el miedo y que en Twitter fuera trending topic la etiqueta #vamosamorirtodos en los momentos posteriores a la rueda de prensa. En los días posteriores a la rueda de prensa hubo un gran silencio informativo por parte de las organizaciones sanitarias y se tardó una semana en crear el comité de crisis. Además, el 7 de octubre de 2014 se anunció el sacrificio de la mascota de la persona afectada, el perro Excalibur, ocasionando multitud de protestas así como gran repercusión en las redes sociales y medios de comunicación. En los días posteriores, compañeros de trabajo y familiares de la afectada ingresaron en el Hospital Carlos III para someterse a un régimen de aislamiento. Todos estos acontecimientos fueron los ingredientes de la gran alarma social y el intenso debate público en torno a esta crisis. Finalmente, el 21 de octubre de 2014, el equipo médico informó que la afectada había sido curada y el 2 de diciembre de 2014, la OMS declaró a España libre de Ébola.

Durante los primeros días de la crisis, el impacto en la opinión pública del factor 'proximidad' fue notorio, y el análisis de la comunicación que se desarrolló ha proporcionado además multitud de lecciones acerca de cómo deben y cómo no deben hacerse las cosas en materia de comunicación de crisis sanitarias<sup>18</sup>. Además, dado que en los inicios de esta crisis hubo un desequilibrio entre la información disponible sobre el Ébola, escasa e incierta, y el destacado espacio que los medios decidieron dar a la noticia, se propició que el contenido visual tomara un rol muy destacado<sup>12</sup>.

La investigación de la cobertura de la crisis del Ébola en España ha sido muy amplia en cuanto al análisis del contenido escrito<sup>16,19,20</sup>. Además, la Fundación Vila Casas y la Fundación Dr. Esteve han publicado sendos monográficos sobre la comunicación pública y el tratamiento informativo del brote epidémico del virus del Ébola en los que se realizó un análisis descriptivo y cualitativo<sup>12,18</sup>. Sin embargo, la investigación es muy escasa en relación al análisis visual de dicha cobertura en prensa. En este sentido, el monográfico de la Fundación Vila Casas realiza una descripción general de las imágenes más frecuentes usadas para la cobertura de la crisis. Otra publicación analiza la cobertura visual sobre el virus del Ébola en prensa española centrándose únicamente en las características de la divulgación de aspectos epidémicos y biomédicos a partir de la cobertura general del Ébola<sup>21</sup>. Nuestro estudio complementa a los anteriores en cuanto a que identifica todo el contenido visual que se publicó durante el inicio de la crisis del Ébola en España y analiza qué tratamiento se hace de cada tipo de contenido visual según progresa la crisis.

## Objetivo y preguntas de investigación

Por todo lo descrito anteriormente, nuestro estudio tiene como objetivo describir y analizar el contenido visual en la prensa nacional durante el inicio de la crisis sanitaria por el virus del Ébola en España. Para ello, nos planteamos dar respuesta a las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cuáles son las características del contenido visual publicado al comienzo de la crisis sanitaria del Ébola?
- ¿Cuál es el uso del contenido visual según progresa la crisis?

## Metodología

Para responder a las preguntas de investigación se realizó un análisis de contenido con metodología cuantitativa en prensa nacional de los artículos relacionados con la crisis del contagio por el virus Ébola en España. El análisis de contenido es un método de investigación que se usa para identificar sistemáticamente características de un texto<sup>22</sup>. Se usó la hemeroteca *MyNews* para realizar la búsqueda en los dos diarios de pago con mayor tirada en España: “El mundo” y “El país”, que tienen una circulación diaria de 0.662 y 1.080 millones respectivamente<sup>23</sup>. En ambos casos, se han analizado las imágenes que acompañaron a los textos publicados en la edición nacional de cada diario. La hemeroteca *MyNews* ha sido usada previamente en otras investigaciones<sup>24-26</sup> para identificar los contenidos en prensa que incluían una o varias palabras clave en el título, subtítulo y/o texto completo.

En la base de datos se introdujo el término [ébola OR ebola] para recuperar los artículos que lo mencionaran en cualquier parte del artículo. Se han recuperado los contenidos publicados durante la primera semana de la crisis, concretamente desde el 7/10/2014 a 14/10/2014, ambos inclusive. Se han escogido estas fechas porque a partir del día 14 de octubre la crisis sanitaria comenzó a controlarse con la toma de medidas como la compra de nuevos trajes de protección, cursos para profesionales sanitarios sobre el protocolo de actuación para el abordaje del virus y el relevo de la ministra Ana Mato por la vicepresidenta Soraya Sáenz de Santamaría como portavoz del comité interministerial para dirigir la crisis. De hecho, el 13/10/2014, “El mundo” ya no abre su portada con la crisis y, aunque “El país” sí lo hace, la imagen destaca otro contagio del virus fuera de nuestras fronteras (en EE. UU).

Los contenidos que se incluyeron comprendieron noticias, reportajes, artículos breves, artículos de opinión, editoriales, cartas al editor, entrevistas y biografías, así como las portadas. Aunque la palabra ‘artículo’ es usada en este estudio, ésta incluye todos los géneros periodísticos anteriormente descritos. Los artículos duplicados, y los que usaron el término ‘Ébola’ con sentido metafórico fueron excluidos. La búsqueda fue realizada en la versión impresa de los periódicos porque a pesar de la competición actual con la versión digital, los medios tradicionales son aún considerados una fuente de información segura, fiable y creíble por la población<sup>27,28</sup>

El contenido fue extraído e importado a *QSR NVivo 11 plus*. Este programa facilita la identificación y codificación del material de estudio, así como identificar el material visual en cada uno de los artículos. Posteriormente, un miembro del equipo investigador (BG) realizó el análisis de las siguientes variables en cada una de las unidades identificadas: día de publicación, número y tipo de contenido visual, descripción o leyenda de la imagen, encuadre, posición y tamaño. Un único artículo seleccionado podía incluir uno o más unidades de material visual. En cuanto al tipo de contenido visual se han usado las siguientes categorías: fotografías, gráficos (con información estadística, ilustrativa o combinados), infografías, dibujos, mapas y tablas. Para analizar el encuadre se siguió el método deductivo que considera los siguientes encuadres en la cobertura informativa de una crisis<sup>29</sup>: conflicto, interés humano, responsabilidad, moralidad y económico. En las imágenes<sup>1,10</sup>, se muestran varios ejemplos de tipos de contenido visual y encuadres.



Traslado de Manuel García Viejo desde el aeropuerto de Torrejón al hospital tras ser repatriado desde Sierra Leona, el 22 de septiembre. / AP

Figura 1. Fotografía publicada en El país, 9/10/2014



Figura 2. Dibujo publicado en El mundo, 8/10/2014

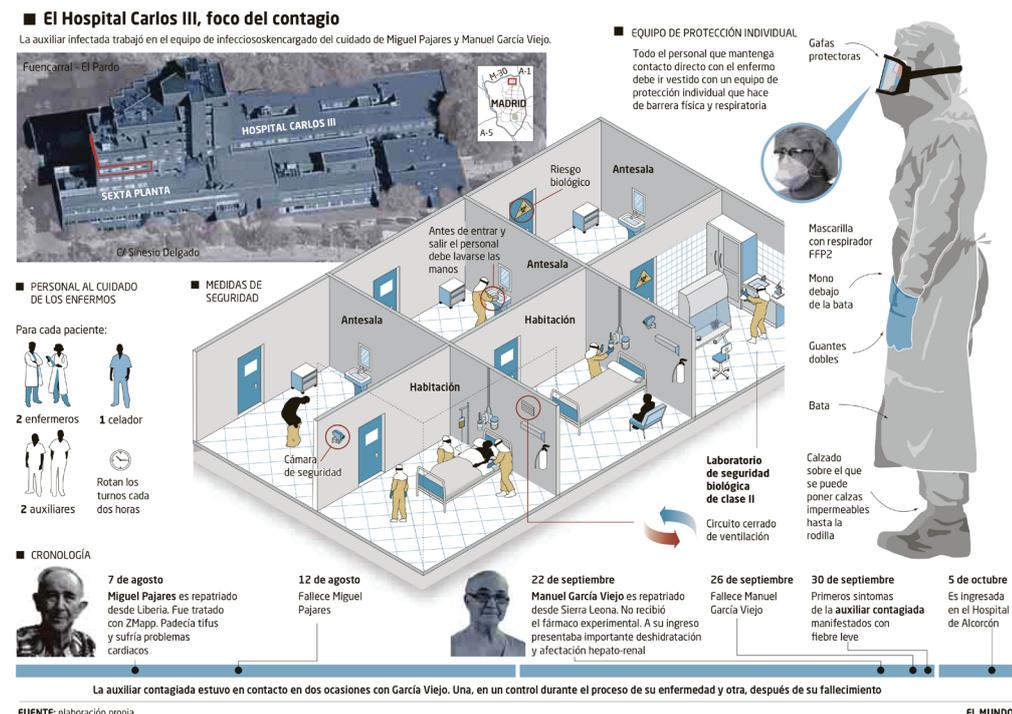
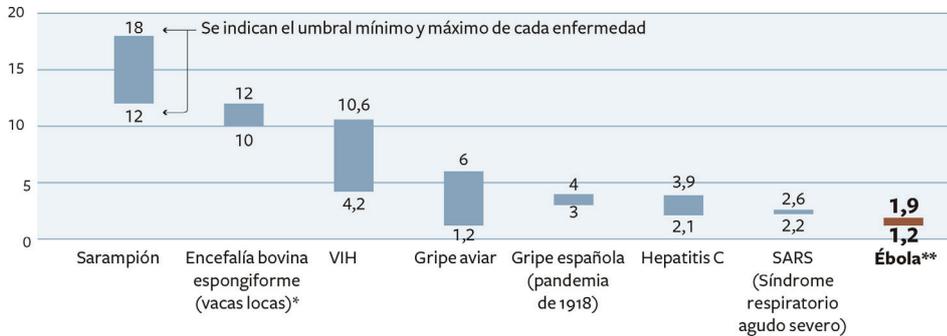


Figura 3. Infografía publicada en El mundo, 7/10/2014

### Índice $R_0$ de las enfermedades contagiosas

El índice  $R_0$  se define como el número esperado de casos secundarios que un infectado puede generar durante su periodo de infección en una población susceptible antes de que se recupere o muera.



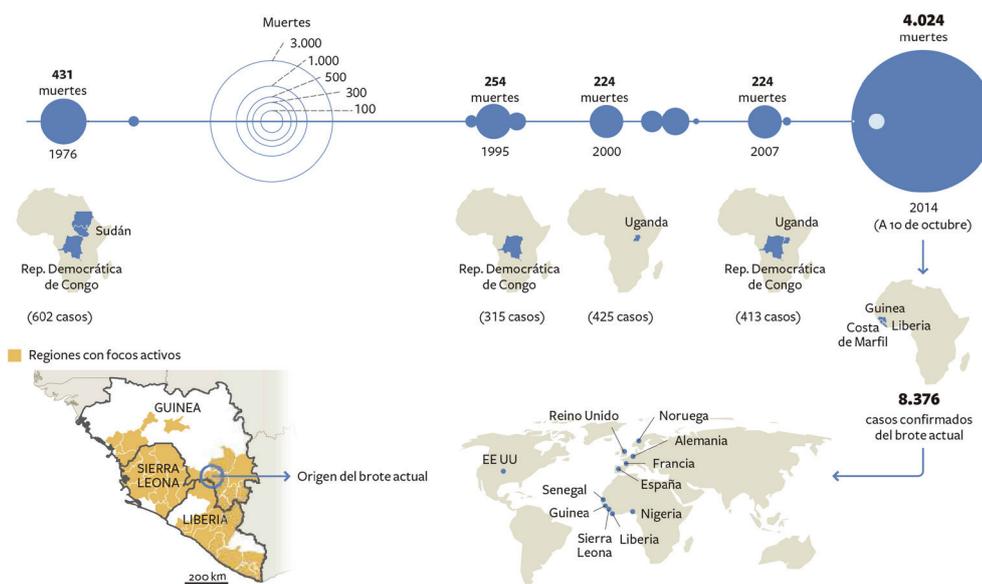
\*Tras las medidas de contención bajó hasta el 0,06. \*\* El brote actual en África oscila entre el 1,4 y el 1,9.

Figura 4. Gráfico estadístico publicado en El país, 9/10/2014

	Casos confirmados	Casos sospechosos	Muertos
Sierra Leona	2.455	2.789	<b>879</b>
Guinea	1.044	1.298	<b>768</b>
Liberia	941	3.924	<b>2.210</b>
Nigeria	19	1	<b>8</b>
Senegal	1	0	<b>0</b>
<b>Total África</b>	<b>4.460</b>	<b>8.012</b>	<b>3.865</b>

Figura 5. Tabla publicada en El país, 10/10/2014

### Principales brotes de ébola desde 1976



Fuente: NYT, CDC, Organización Mundial de la Salud (OMS).

EL PAÍS

Figura 6. Gráfico combinado publicado en El país, 12/10/2014



Una puerta sellada de las dependencias en las que se trata a la contagiada en el hospital de Alcorcón.

**Figura 7.** Fotografía codificada con el encuadre conflicto, El país 7/10/2014



**Figura 8.** Dibujo codificado con el encuadre responsabilidad, El mundo 10/10/2014



## EL ROTO



**Figura 9.** Dibujo codificado con el encuadre moralidad, El país 8/10/2014

Para elaborar la ficha de codificación, se realizó un pre-test compuesto por un 50% de la muestra con el objetivo de ajustarse a la realidad informativa. Completado el pre-test, se desarrolló la ficha de codificación incluyendo las variables descritas previamente. Una vez completada la ficha de codificación, un segundo miembro del equipo investigador (DC) revisó el 100% de las unidades de análisis. El acuerdo medio para todas las variables fue 91% (rango: 80-100%). Cuando fue necesario, las discrepancias se resolvieron mediante un tercer investigador (CS). Después se realizaron cambios en la ficha de codificación para resolver los desacuerdos que se habían encontrado y se revisó el análisis de la muestra en relación a estos cambios.

Finalmente, los datos fueron analizados mediante *Excel* (Microsoft Corporation, Redmond, WA, EEUU) y *SPSS 24<sup>a</sup> edición* (SPSS Institute, Inc., Chicago, IL, USA). Estos programas fueron usados para realizar los análisis descriptivos y el cálculo del valor  $p$  para calcularla significancia de los resultados. Cuando fue posible, se aplicó “el test de la  $t$  de student o la prueba del Chi Cuadrado” para valorar diferencias entre las variables de estudio. Se consideró un nivel de significación del 95% ( $\alpha = 0,05$ ).

## Resultados

Entre todos los artículos sobre el virus del Ébola publicados durante el inicio de la crisis sanitaria en España ( $n = 174$ ), se encontró contenido visual en el 92% de artículos ( $n = 160$ ). En estos, se ha identificado 185 unidades de análisis que incluyen 227 imágenes en total con una media de 1.4 imagen por cada artículo analizado (DE: 1.2, rango 1 - 8). Se han identificado 227 imágenes a pesar que las unidades totales de estudio fue 185 dado que en una misma unidad se podía encontrar más de un tipo de imagen, por ejemplo cuando una fotografía y un mapa aparecen conjuntamente en el mismo cuadro de la noticia. En el 87.5 % ( $n = 14$ ) de las portadas aparecieron contenidos sobre el Ébola acompañados de imágenes. En la tabla 1 se muestra el tipo de imagen, el encuadre, posición y el tamaño de la muestra analizada. En relación al tipo de imagen, se puede observar cómo la fotografía resulta ser el tipo de material visual claramente más utilizado con casi un 70% de la muestra de estudio ( $n = 157$ ). El gráfico y la infografía son los siguientes recursos más usados. El dibujo, el mapa y la tabla, aunque también fueron recursos visuales utilizados, lo hicieron con una baja frecuencia.

En relación al encuadre de las imágenes se han encontrado diferencias significativas en la distribución entre el material visual analizado ( $p < .001$ ). El encuadre 'conflicto' aparece claramente como el más frecuente en el 42.7% ( $n = 79$ ), seguido de 'interés humano' y 'responsabilidad'. El encuadre 'moralidad' fue muy poco frecuente ( $n = 5$ ), mientras que el 'económico' nunca fue utilizado. En cuanto a la posición se puede observar que más de la mitad del material visual analizado se sitúa en la parte superior de la página siendo un resultado significativo en relación a las otras posiciones ( $p < .001$ ). Y en cuanto al tamaño de la imagen, se puede observar que el más frecuente, representando casi tres cuartos del total, son las imágenes que ocupan entre el 10 ó 20% de la página ( $p < .001$ ).

Si analizamos la cifra de contenido visual publicado cada día de la crisis sanitaria podemos observar en la gráfica 1 que existe un incremento rápido del uso de imágenes y que éste disminuye progresivamente en el progreso de la crisis,  $t (gl = 184) = 15.7$ ,  $p < .001$ . Si analizamos de manera específica la distribución de cada tipo de contenido visual, se encuentran diferencias significativas en todos ellos (ver tabla 2). Por ejemplo, la 'fotografía' aumentó gradualmente hasta conseguir el pico máximo en el quinto día de la crisis. El 'gráfico', 'infografía' y 'dibujo' son recursos visuales usados fundamentalmente en los primeros días de la crisis. Las apariciones de 'mapas' y 'tablas' se comportan de manera similar en el periodo de análisis.

**Tabla 1.** Tipo de imagen, encuadre, posición y tamaño de la muestra analizada.

Tipo de imagen	N	%
Fotografía	157	69.2
Gráfico	21	9.2
Infografía	20	8.8
Dibujo	12	5.3
Mapa	9	4.0
Tabla	8	3.5
Total	227	100.0

Encuadre de la imagen	N	%
Conflicto	79	42.7
Interés humano	36	19.5
Responsabilidad	30	16.2
Moralidad	5	2.7
Económico	0	0
Otros	35	18.9
Total	185	100

$\chi^2$  (gl = 4) = 76.8, p <.001

Posición (excluye portadas)	N	%
Superior	107	57.8
Central	33	17.8
Inferior	31	16.8
Total	171	100.0

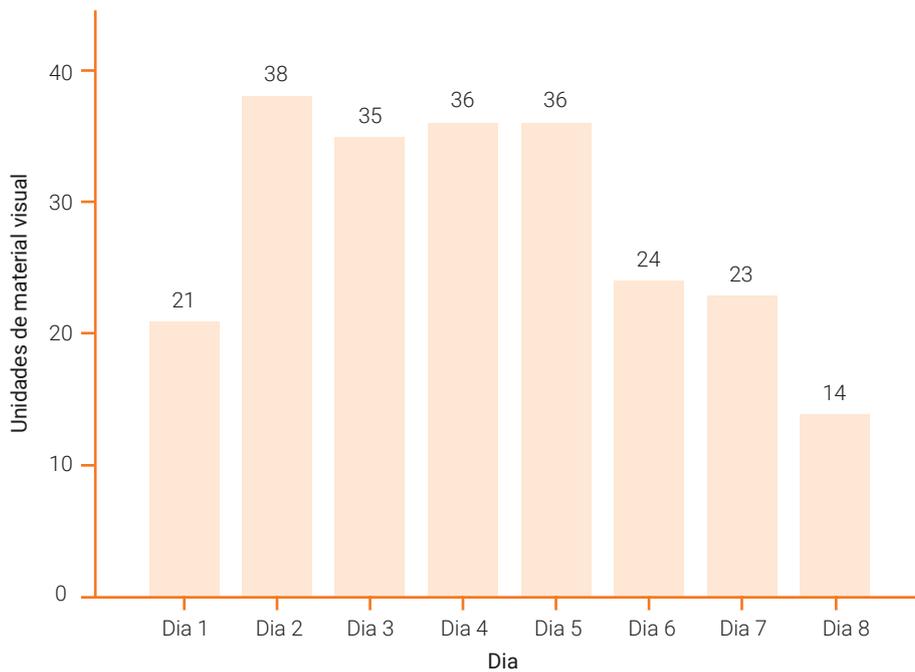
$\chi^2$  (gl = 2) = 65.8, p <.001

Tamaño (100 = 1 página completa)	N	%
10	80	43.2
20	58	31.4
30	25	13.5
40	15	8.1
50	4	2.2
60	1	0.5
70	0	0
80	2	1.1
Total	185	100

t (gl = 184) = 21.9, p < .001

Fuente: Elaboración propia.



**Gráfico 1.** Unidades de material visual por día durante la primera semana de la crisis ( $p < .001$ ). Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 2.** Distribución del contenido visual durante el inicio de la crisis. Fuente: Elaboración propia.

	Fotografía* (n, %)	Gráfico* (n, %)	Infografía* (n, %)	Dibujo* (n, %)	Mapa** (n, %)	Tabla** (n, %)	Total* (n, %)
Día 1	11, 7.0	4, 19.0	4, 20.0	0, -	2, 22.2	0, -	21, 9.2
Día 2	24, 15.3	3, 14.3	3, 15.0	4, 33.3	2, 22.2	2, 25.0	38, 16.7
Día 3	21, 13.4	5, 23.9	4, 20.0	3, 25.0	0, -	2, 25.0	35, 15.4
Día 4	25, 15.9	2, 9.5	3, 15.0	2, 6.7	2, 22.2	2, 25.0	36, 15.9
Día 5	29, 18.5	3, 14.3	2, 10.0	1, 8.3	0, -	1, 12.5	36, 15.9
Día 6	17, 10.8	2, 9.5	2, 10.0	1, 8.3	2, 22.2	0, -	24, 10.6
Día 7	16, 10.2	2, 9.5	2, 10.0	1, 8.3	1, 11.1	1, 12.5	23, 10.1
Día 8	14, 8.9	0, -	0, -	0, -	0, -	0, -	14, 6.2
Total	157, 100	21, 100	20, 100	12, 100	9, 100	8, 100	227, 100

\* $p < .001$  \*\* $p < .01$

Finalmente, la tabla 3 incluye los términos más frecuentemente usados en las leyendas o pies de imagen del contenido visual. A nivel general se encontró que el término ‘Ébola’ o sus sinónimos fueron los más mencionados, seguido del Hospital Carlos III de Madrid, centro en el que se ingresó a Teresa Romero. También se puede observar que gran parte del material visual hizo referencia al traje de protección, y que se definía la localización geográfica de la crisis: Madrid y Alcorcón. Asimismo aparece uno de los portavoces de la crisis, Ana Mato como Ministra de Sanidad, y el término “perro Excalibur”, cuyo sacrificio acaparó una alta cobertura mediática.

Analizando los acontecimientos de cada día, se puede observar cómo el contenido visual muestra la evolución de la crisis ya que abarcan los temas que se van generando tales como información relativa al virus, el hospital en el que se encontraba ingresada la afectada y las personas que habían tenido un contacto directo con ella, los portavoces y responsables políticos de la crisis, así como las acciones que se pusieron en marcha a nivel sanitario para instruir al personal sanitario en el protocolo de actuación sobre todo mediante el uso del traje de protección.

**Tabla 3.** Las 10 palabras más frecuentes en las leyendas del contenido visual.

	Palabra 1	Palabra 2	Palabra 3	Palabra 4	Palabra 5	Palabra 6	Palabra 7	Palabra 8	Palabra 9	Palabra 10
General	Ébola	Hospital Carlos III	Teresa Romero	Traje	Madrid	Ana Mato	Alcorcón	Sanitarios	Contagio	Perro Excalibur
Día 1	Ébola	García Viejo	Hospital Carlos III	Traje	EEUU	Enfermo	Ana Mato	Protección	Sanitarios	Septiembre
Día 2	Ébola	Teresa Romero	Hospital Carlos III	Madrid	Alcorcón	Javier Limón	Perro Excalibur	Salud	Virus	África
Día 3	Ébola	Hospital Carlos III	Traje	Aislado	Teresa Romero	Alcorcón	Javier Limón	Médico	Protección	Traslado
Día 4	Hospital Carlos III	Ébola	Teresa Romero	José Ramón Romero	Madrid	Alcorcón	Móstoles	Planta	Ambulancia	Cursillo
Día 5	Hospital Carlos III	Ébola	Madrid	Crisis	Javier Limón	Ana Mato	Mariano Rajoy	Teresa Romero	Ignacio González	Javier Rodríguez
Día 6	Teresa Romero	Hospital Carlos III	Ébola	Sanidad	Perro Excalibur	Ana Mato	Traslado	Cartel	Crisis	Personal
Día 7	Ébola	Médico	Médicos	Agentes de aduana	Hospital Carlos III	Protocolo	Aviones	Planta	Teresa Romero	Aeropuerto
Día 8	Ébola	Hospital Carlos III	Valencia	Teresa Romero	Curso	Enfermera	Médicos	Traje	Aeropuerto	Comité

Fuente: Elaboración propia.

## Discusión

Este estudio ha analizado las características del contenido visual publicado en la prensa española en relación a una de las últimas crisis sanitarias que ocasionó gran alarma en la sociedad. La fotografía, el encuadre “conflicto” y la aparición en posiciones superiores de la página son algunas de las características del contenido visual usado por los periodistas para cubrir la crisis. Además, los datos revelan que existe un aumento rápido del uso de recursos visuales durante los primeros dos días del y que éstos disminuyen progresivamente a partir del quinto día. Además, se arrojan datos sobre el uso específico de cada tipo de contenido visual. Es importante destacar que se encontró contenido visual en el 92% de artículos sobre el Ébola, dato que indica el importante rol que tuvieron las imágenes en los primeros días de la crisis. Esto confirma el protagonismo de los recursos durante esta crisis, originado por el desequilibrio provocado por la escasa e incierta información disponible sobre el Ébola así como la amplia cobertura que los medios dieron a la crisis<sup>12</sup>.

En relación a la tipología del contenido visual, a pesar del pronóstico negativo que se hacía a la fotografía ante la tecnología digital y la web 2.0., nuestro estudio confirma lo que señalan otros autores<sup>30</sup> en cuanto a que este recurso visual sigue siendo muy utilizado en prensa. También coincidimos en que las redes sociales y los teléfonos inteligentes se han convertido en un aliado para el periodismo, ya que en nuestro estudio se puede observar la existencia de este tipo de fotografías, aunque es una variable que no hemos analizado en profundidad. Por ejemplo, hemos identificado la publicación de la foto extraída de la red social Facebook de la persona que sufrió el contagio, Teresa Romero. En consecuencia, se generó un amplio debate sobre si se había traspasado líneas rojas con la publicación de estas imágenes personales<sup>18</sup> ya que como señalaba el Informe Quiral<sup>12</sup>, la comunicación debe respetar la privacidad y dignidad de los individuos que incluye tanto datos médicos, identidad, imagen, etc. En este sentido, habría una excepción, cuando el hecho de hacer pública su información pueda evitar riesgos en la salud pública. Otros ejemplos de fotografías usadas frecuentemente fueron del Hospital Carlos III, la rueda de prensa en la que la Ministra Ana Mato anunciaba el caso por contagio del Ébola, el perro y las personas que habían mantenido contacto con la persona que sufrió el contagio.

En cuanto al análisis del espacio que ocupaba el contenido visual en la página del periódico, los diseñadores gráficos saben que lo visual desempeña un papel importante en atraer la atención del lector respecto de una superficie impresa. En este sentido, se ha recomendado que para conseguirlo, las fotos deben colocarse en la parte superior o inferior de una página<sup>31</sup>. En nuestro estudio, se confirma que la posición más frecuente del contenido visual se situó en la parte superior de la página.

Después de las fotografías, los gráficos y las infografías fueron los elementos visuales más usados. La infografía se está convirtiendo en un recurso principal para explicar información científica al público general<sup>32</sup>. Estos recursos visuales ayudan a entender una noticia y explicar varios aspectos distintos que por escrito resultaría complejo. El aspecto colorido y visual de la infografía y gráfico capta fácilmente la atención del lector, sobre todo en el formato prensa. La infografía debe guardar un hilo conductor visual y nos permite proporcionar información compleja de forma simplificada<sup>12</sup>. En nuestro estudio, un ejemplo lo encontramos en el uso de la infografía para entender el ciclo del Ébola (El País, 7/10/2014). De manera general, hemos observado cómo los gráficos e infografías en nuestro estudio incluyen información epidemiológica, las características del virus así como el proceso de contagio y protección, datos que coinciden con un estudio previo<sup>21</sup>.

En relación al encuadre del contenido visual, podemos observar que el más frecuente es el referente a “conflicto”. Especialmente las fotografías muestran la existencia de peligro en las reacciones y actuaciones referidas al tema. Este encuadre ha sido también identificado en otros ámbitos de estudio como en cambio climático<sup>33</sup>. Imágenes como las de profesionales sanitarios con el traje de protección amarillo, la puerta precintada de la planta del Hospital Carlos III donde se encontraba la paciente, las personas que habían mantenido contacto con ella que se encontraban en cuarentena, junto a fotografías provenientes de África mostrando personas afectadas por el virus son ejemplos del contenido visual codificado como “conflicto”. La dominancia de este encuadre podría contribuir a comprender la alarma desatada

en la población durante la crisis. De hecho, los medios han sido criticados<sup>34,35</sup> por publicar información alarmante que derivó en que el público desconfiara en las recomendaciones oficiales del Centro Europeo de Prevención y Control de Enfermedades (ECDC, por sus siglas en inglés) y la OMS.

En relación a nuestra segunda pregunta de investigación es muy interesante observar datos que indican cómo el contenido visual fue altamente utilizado en los primeros días de la crisis, y que, cuando se comenzó a controlar la crisis, comenzó a disminuir. Estos resultados se pueden relacionar con las dos fases de la crisis del Ébola que han sido definidas en un estudio previo<sup>16</sup>. Los primeros días de la crisis fue la denominada ‘fase de alto riesgo’ y posteriormente se pasó a la ‘fase menos aguda’. Nuestros resultados señalan que en la ‘fase de alto riesgo’ hubo un mayor contenido visual que en la siguiente fase. Además, dado que la ‘fotografía’ aumentó gradualmente hasta conseguir el pico máximo en el quinto día de la crisis, mientras que el ‘gráfico’, ‘infografía’ y ‘dibujo’ fueron usados fundamentalmente en los primeros días, nos refleja cómo el uso de la fotografía aumenta con el transcurso de la crisis en detrimento de otros recursos visuales, así como la inmediatez con la que deben trabajar los medios durante la crisis. Por otro lado, el análisis de la leyenda o pie de imagen nos indica un paralelismo entre los acontecimientos que se iban desarrollando durante la crisis y que también se iban describiendo textualmente. Este paralelismo entre el contenido textual y visual se encuentra en consonancia con “la teoría de código dual”<sup>36</sup> que apunta a que la información verbal se relaciona e influye en la información visual y viceversa favoreciendo un aprendizaje más efectivo que si se usara un solo tipo de información.

Finalmente, este estudio presenta algunas limitaciones que deben ser mencionadas. Se ha analizado la versión impresa de los periódicos, en consecuencia no se pueden generalizar estos resultados a toda la prensa porque, en la versión digital, las imágenes tienen algunas características diferenciales respecto a la prensa en papel, dado que no existen las limitaciones de espacio y se pueden presentar no solamente acompañando los textos, sino también con otras fórmulas, por ejemplo en galerías fotográficas independientes<sup>37</sup>. Por otro lado, nuestro estudio se basa únicamente en una crisis concreta, por lo que los resultados necesitan ser comparados con el tratamiento del contenido visual en otras crisis sanitarias. Como indicaba Esparcia<sup>14</sup>, cada crisis posee una serie de características propias que deben ser tenidas en cuenta en relación a la comunicación. En último lugar, futuras investigaciones en otros países serían relevantes debido a que el factor cultural en el ámbito del periodismo y la comunicación puede influir en los resultados del presente estudio. De hecho, un estudio encontró que las revistas sobre salud de Francia e Italia suelen usar más imágenes que las de Estados Unidos<sup>32</sup>. A pesar de estas limitaciones, pensamos que este estudio puede abrir nuevas vías de investigación para profundizar en el conocimiento del contenido visual, especialmente durante las crisis sanitarias, dada la importancia que adquiere la comunicación. Estos resultados además de ser relevantes para periodistas, también lo pueden ser para otros profesionales de los medios de comunicación como los propios fotógrafos y diseñadores gráficos para mejorar su comprensión sobre el contenido visual en la cobertura de una crisis sanitaria.

## Contribuciones de los autores

Daniel Catalán-Matamoros y Beatriz Guzmán do Nascimento participaron activamente de todas las etapas de elaboración y aprobación del manuscrito. Andrea Langbecker participó en la revisión y aprobación de la versión final del trabajo.

## Agradecimientos

Nos gustaría agradecer al Prof. Dr. Carlos David Santamaría Ochoa su colaboración y asesoramiento en la realización de este estudio, así como su apoyo en el proceso de codificación.

## Derechos de autor

Este artículo está bajo la Licencia Internacional Creative Commons 4.0, tipo BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>).



## Referencias

1. Riobó P. Citas y referencias bibliográficas en publicaciones de salud. *Rev Esp Comun Salud*. 2016; 7 Sup1:133-8.
2. Yanovitzky I, Blitz CL. Effect of media coverage and physician advice on utilization of breast cancer screening by women 40 years and older. *J Health Commun*. 2000; 5(2):117-34.
3. World Health Organization. European health communications network. Copenhagen: OMS; 1997.
4. Molyneux L, Holton A. Branding (health) journalism: perceptions, practices, and emerging norms. *Digit Journal*. 2015; 3(2):225-42.
5. Catalan-Matamoros D. El gran avance del ámbito científico y académico de la comunicación en salud. *Rev Esp Comun Salud*. 2017; 8(2):114-7.
6. Poindexter PM, Smith L, Heider D. Race and ethnicity in local television news: framing, story assignments, and source selections. *J Broadcast Electron*. 2003; 47(4):524-36.
7. Scheufele B. Framing-effects approach: a theoretical and methodological critique. *Communication*. 2004; 29(4):401-28.
8. Minervini M, Pedrazzini A. El protagonismo de la imagen en la prensa. *Rev Lat Comun Soc*. 2004; 7(58):1-4.
9. Houts PS, Doak CC, Doak LG, Loscalzo MJ. The role of pictures in improving health communication: a review of research on attention, comprehension, recall, and adherence. *Patient Educ Couns*. 2006; 61(2):173-90.
10. Crawley CE. Localized debates of agricultural biotechnology in community newspapers: a quantitative content analysis of media frames and sources. *Sci Commun*. 2007; 28(3):314-46.
11. Entman RM. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *J Commun*. 1993; 43(4):51-8.
12. Revuelta G, Semir V, Armengou C, Cots E, Gonzalo C, Saladié N, et al. Informe Quiral 2014. La comunicación pública sobre la enfermedad del Ébola. Barcelona: Fundació Vila Casas; 2014.



13. Muñiz Muriel C, Igartua Perosanz JJ, de la Fuente Juan M, Otero Parra JA. Imágenes periodísticas de la inmigración. Aportaciones metodológicas al estudio de la comunicación visual. *Analisi*. 2008; 37:31-48.
14. Castillo Esparcia A. Introducción a las relaciones públicas. Málaga: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas; 2010.
15. World Health Organization. Normas de comunicación de brotes epidémicos de la OMS. Ginebra: WHO; 2005.
16. Micaletto Belda JP, Gallardo Vera L. La comunicación institucional en la crisis del ébola en Europa: el caso de la crisis española de 2014 en sus inicios. *Rev Int Relac Públicas*. 2015; 5(9):89-110.
17. Jurado Salván E, Jurado Izquierdo M. Los errores de comunicación en la crisis del ébola. *Cuad Periodistas*. 2014; (29):90-9.
18. Morales P, Revuelta G. Debate sobre periodismo científico: el tratamiento informativo del brote epidémico del virus del Ébola. Barcelona: Fundación Dr. Antonio Esteve; 2016.
19. Barberá González R, Cuesta Cambra U. El virus del ébola: análisis de su comunicación de crisis en España. *Opción*. 2015; 31(4):67-86.
20. Costa-Sánchez C, Rodríguez-Vázquez A-I, López-García X. Del periodismo transmedia al replicante. Cobertura informativa del contagio de ébola en España por Elpais.com. *Prof Inform*. 2015; 24(3):282.
21. Alcívar M. Information visualisation as a resource for popularising the technical-biomedical aspects of the last Ebola virus epidemic: the case of the Spanish reference press. *Public Underst Sci*. 2018; 27(3):365-81.
22. Meyer SB, Lu SK, Hoffman-Goetz L, Smale B, MacDougall H, Pearce AR. A content analysis of newspaper coverage of the seasonal flu vaccine in Ontario, Canada, October 2001 to March 2011. *J Health Commun*. 2016; 21(10):1088-97.
23. Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación - AIMC. Estudio general de los medios en España 2017. Madrid: AIMC; 2017.
24. Linares J, Codina L, Abadal E, Guallar J. Periodismo en bases de datos y buscabilidad de la información: protocolo de análisis. *Hipertext.net*. 2016; 14:1-44.
25. Catalan-Matamoros D, Peñafiel-Saiz C. A visual content analysis of vaccine coverage in the print media. *Hum Vaccin Immunother*. 2019; 15(10):2453-9.
26. Catalán-Matamoros D, Peñafiel-Saiz C. Specialty matters. Analysis of health journalists' coverage about vaccines. *Prof Inform*. 2019; 28(2):e280201.
27. Guenther L, Bischoff J, Löwe A, Marzinkowski H, Voigt M. Scientific evidence and science journalism: analysing the representation of (un)certainly in German print and online media. *Journal Stud*. 2017; 10:1-20.
28. Catalan-Matamoros D, Peñafiel-Saiz C. The use of traditional media for public communication about medicines: a systematic review of characteristics and outcomes. *Health Commun*. 2019; 34(4):415-23.
29. Semetko HA, Valkenburg PMV. Framing European politics: a content analysis of press and television news. *J Commun*. 2000; 50(2):93-109.
30. Arriaga Silva RE. La democratización de la imagen: retos y oportunidades para el fotoperiodismo. *adComunica*. 2017;(13):51-66.
31. Gómez y Méndez JM, Álvarez Marcos J. Aportaciones de la tecnología avanzada en la información dentro de la Europa de las Naciones. Sevilla: Universidad de Sevilla; 1996.



32. Silletti AM. The role of illustrations in popularizing medical discourse. *Linguae &*. 2015; 14(2):65-81.
33. Aguila Coghlan JC. El framing en las noticias sobre las cumbres del cambio climático en la televisión española. *Disertaciones*. 2013; 6(1):141-71.
34. Mira JJ, Lorenzo S, Gea MT, Aranaz J, Aibar C. Ebola's media outbreak: lessons for the future. *Eur J Public Health*. 2015; 25(2):188-9.
35. Ibáñez Peiró Á. La administración y la cobertura informativa en situaciones extraordinarias relacionadas con la salud. La crisis del virus del Ébola. *Rev Esp Comun Salud*. 2019; 10 Sup1:67-79.
36. Paivio A. *Mental representations: a dual coding approach*. Oxford: Oxford University Press; 1990. (Oxford psychology series).
37. Guallar J. Documentación fotográfica en la prensa. Casos de El país, El periódico y La vanguardia. *Prof Inform*. 2011; 20(4):392-8.

---

Considering the scarce number of studies in this sphere, the objective is to analyze the visual content published by the press during the health crisis of Ebola in Spain, which caused great alarm in that society in 2014. In a sample of Spanish newspapers, visual content was identified in 92% (n=160) of the articles about Ebola and in 87.5% (n=14) of front pages. Photography was the most used resource (69.2%), followed by graphs (9.2%) and infographics (8.8%), while 'conflict' was the most frequent framing (42%). A rapid increase in the use of visual content was detected in the first two days of the crisis, followed by a gradual decrease from the fifth day onwards ( $p < 0.001$ ). This study can open new research paths for further investigation of visual content, especially during a health crisis, due to the great importance communication acquires in this situation.

**Keywords:** Image. Photography. Public Health. Crisis. Ebola.

---

Considerando o número escasso de estudos neste âmbito, o objetivo é analisar o conteúdo visual na imprensa durante a crise sanitária do Ebola na Espanha, que causou um grande alarme na sociedade em 2014. Em uma amostra de diários nacionais, identifica-se conteúdo visual em 92% (n = 160) dos artigos sobre o Ébola e em 87,5% (n = 14) das capas. A fotografia é o recurso mais utilizado (69,2%), seguido por gráficos (9,2%) e infográficos (8,8%), enquanto 'conflito' é o enquadramento mais frequente (42%). Detecta-se um rápido aumento no conteúdo visual nos dois primeiros dias da crise, que diminui gradativamente a partir do quinto dia ( $p < 0,001$ ). Este estudo pode abrir novas vias de pesquisas que aprofundem na investigação do conteúdo visual, especialmente durante uma crise sanitária devido à grande importância que a comunicação adquire.

**Palavras-chave:** Imagem. Fotografia. Saúde Pública. Crise. Ébola.

Presentado el 02/05/19.  
Aprobado el 21/10/19.