



INFORMACIÓN SOBRE VACUNAS Y CAMPAÑAS DE VACUNACIÓN CONTRA EL COVID-19

ENTRE LA GEOPOLÍTICA, LAS POLÉMICAS
Y LA ESPERANZA DEL FIN DE LA PANDEMIA



INFORMACIÓN SOBRE VACUNAS Y CAMPAÑAS DE VACUNACIÓN CONTRA EL COVID-19

ENTRE LA GEOPOLÍTICA, LAS POLÉMICAS Y LA ESPERANZA
DEL FIN DE LA PANDEMIA

BRIEF EJECUTIVO

El presente informe releva y analiza la cobertura mediática de las vacunas y campaña de vacunación en los principales medios digitales de la Argentina; y el proceso de apropiación de las noticias sobre el mismo asunto en redes sociales e internet entre enero de 2020 y junio de 2021, contexto de la pandemia por Covid-19. Para el análisis se recurrió a un abanico de técnicas de investigación que incluyeron: **1) análisis de contenido sobre las noticias incluidas en las agendas mediáticas y entre las más relevantes en la red social Facebook; 2) entrevistas a informantes clave; 3) análisis web.**

Equipo de trabajo: Esteban Zunino, Patricia Ferrante, Belén Igarzábal, Gabriel Kessler, Martín Rajnerman. Diseño: Nadia Cassullo

Fundación Medifé: Daniela Gutiérrez, Lorena Tenuta.

Los resultados permiten vislumbrar:

- 1 Una alta relevancia del tema en las **agendas mediática y pública**.
- 2 Un **tratamiento informativo** que demarcó diferentes etapas en las que predominaron distintos tópicos. Estas etapas fueron: 1) desarrollo de vacunas; 2) discusión geopolítica; 3) acceso y suministro; 4) escándalo político y polarización en relación con la campaña de vacunación; 5) gestión de turnos y aplicación de las vacunas a nivel nacional e internacional.
- 3 Las **coberturas mediáticas** exhiben componentes afectivos explícitos, especialmente negativos y son construidas sobre la base del conflicto entre actores.
- 4 La **información** está fuertemente **centralizada en el AMBA** y se establecen valoraciones dicotómicas sobre la base de la identificación política de los actores a cargo de la gestión.
- 5 Se evidencia un contraste permanente entre las **falencias nacionales versus las virtudes internacionales** en el manejo de las campañas de vacunación.
- 6 El uso de **fuentes** es virtuoso en número y diversidad, incorporando voces científicas y datos oficiales como base de información que se sustenta sobre evidencia empírica.
- 7 Existe un contraste entre **titulares sesgados o inexactos** que encabezan noticias en las que el tratamiento de la información se apega a los requisitos de agencias sanitarias nacionales e internacionales.
- 8 Al nivel de la demanda, se constata que las **noticias** con mayor nivel de involucramiento social en **Facebook** son aún **más polarizadas** y contienen mayor cantidad de elementos afectivos explícitos que en las *homes* de los propios medios.
- 9 El **interés de los usuarios** de redes asigna valor a las historias que se encuadran desde la afectación individual y el interés humano.
- 10 Tanto en medios como en *Facebook*, se destacan las **noticias fuertemente moralizantes** que anteponen la opinión editorial a la información.

En ese marco, y en un contexto de profunda crisis sanitaria y social en el que las vacunas constituyen una de las posibles soluciones, el presente informe constituye un diagnóstico de situación orientado a la acción. A partir de una concepción amplia de la información como un derecho humano universal de cuya calidad depende un debate público robusto y la toma de decisiones informadas, se apunta a fomentar iniciativas que supongan procesos de formación para periodistas sobre divulgación científica, periodismo científico y manejo de la información en contextos de crisis sanitarias. Se considera vital el trabajo con los públicos con el fin de determinar sus demandas y expectativas en relación con la información en un contexto de incertidumbre que trastoca todas las dimensiones de la experiencia social. Del mismo modo, pretende ser un insumo para la comunicación de la salud a nivel institucional, tanto para actores públicos como privados, de alcance nacional y local. El análisis de la gestión de la información en medios sobre las vacunas y la campaña de vacunación contra el COVID-19 en la Argentina permite detectar prácticas emergentes sobre las que es posible intervenir para consolidar una mejor dinámica informativa sobre un tema tan sensible para la salud y el bienestar como es el de las vacunas. En este sentido, la experiencia inédita de la pandemia, la celeridad con la que se produjeron vacunas contra el COVID-19 y la preeminencia de la información sobre las mismas en los medios más leídos en la Argentina permite elaborar una serie de recomendaciones orientadas a una mejor producción y difusión de información pública y a fortalecer la labor periodística en comunicación de temas y problemas científicos y sanitarios.



1 Introducción

La pandemia causada por el virus COVID-19 fue declarada el 11 de marzo de 2020. Unos días antes se reportaron los primeros casos en América Latina. En Argentina, el primer paciente fue notificado por la autoridad sanitaria el 3 de marzo. La decisión de la OMS y los efectos devastadores del nuevo coronavirus sobre los sistemas sanitarios más preparados del mundo obligaron a buena parte de los países latinoamericanos a tomar medidas de confinamiento relativamente tempranas con el afán de aplanar la curva de transmisión y fortalecer a las instituciones de salud.

La llegada del virus a la Argentina constituyó un punto de inflexión en la visibilidad del tema en las agendas mediática, política y pública¹. Las pandemias causadas por patógenos desconocidos pueden ser tipificadas como “enfermedades emergentes” (Hallin *et al.*, 2020, p. 2). Una de sus características centrales es que “se convierten en objeto de conocimiento público/mediático antes de consolidarse como objeto de conocimiento médico/científico” (Hallin *et al.*, 2020, p. 2). En este tipo de situaciones los medios adquieren una centralidad inusitada producto de la mayor necesidad de las personas de recibir información actualizada en tiempo real, fundamental para la toma de decisiones (Farré Coma, 2015; Muñiz & Corduneanu, 2020).

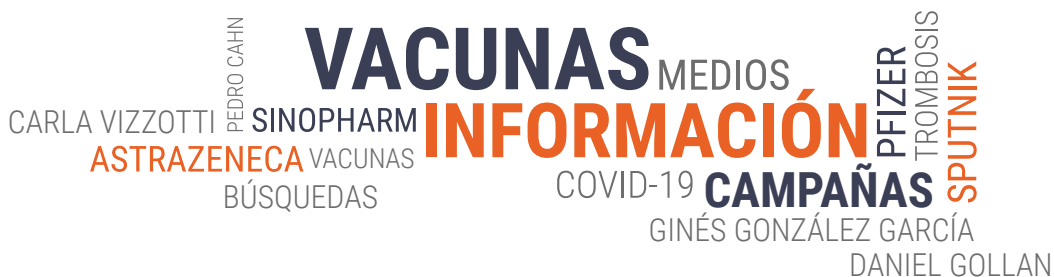
En ese sentido, la pandemia por COVID-19 cumplió con todos los requisitos necesarios para desatar un proceso de pánico moral (Thompson, 2014): se instaura una amenaza, los medios contribuyen con hacerla reconocible, las elites políticas deben pronunciarse y, finalmente, se producen cambios sociales. La situación se inscribe en una “cultura del riesgo” (Beck, 1998) en la que los medios ocupan un lugar determinante en la construcción simbólica de un estado de miedos en el que la amenaza a la vida orienta una percepción de peligro permanente. Dicha cultura puede ser pensada a partir de la existencia de una serie de amenazas objetivas para la integridad que se asocian a una percepción subjetiva del riesgo que encuentra en los medios un agente dinamizador (Hallin *et al.*, 2020). Ambas dimensiones, la objetiva y la subjetiva, pueden coincidir o no (Kessler & Focas, 2014).

1. Fundación MEDIFÉ y el Área de Comunicación y Cultura de FLACSO Argentina elaboraron en 2020 el informe ACCESO DIGITAL A LA INFORMACIÓN SOBRE SALUD Y BIENESTAR. BÚSQUEDAS Y CONSUMO DE NOTICIAS DURANTE EL AISLAMIENTO SOCIAL PREVENTIVO Y OBLIGATORIO EN ARGENTINA, que da cuenta de este fenómeno. Véase <https://fundacionmedife.com.ar/AccesoDigital>

Resulta necesario advertir entonces que, si bien en situaciones de crisis la información se convierte en un bien sustancial para disminuir la ansiedad y el pánico, dependerá de su calidad que sea efectiva para cumplir con su propósito (Casero-Ripollés, 2020). En un ecosistema mediático convergente en el que la dramatización de la noticia y la velocidad son los dos criterios de noticiabilidad centrales para acaparar la atención de públicos (Martini, 2017) que llegan a la información de manera aleatoria e incidental (Mitchelstein & Boczkowski, 2017), se ha desarrollado una espiral de producción de altos volúmenes de información (Salaverría et al., 2020) que no siempre satisfacen los estándares de calidad requeridos para este tipo de situaciones, desencadenando dinámicas de desinformación (Bennett & Livingston, 2018; Palpan-Guerra & Munayco, 2015).

La irrupción de una pandemia producida por un patógeno desconocido puede ser considerada como un evento clave (Brosius & Eps, 1995) que modifica los criterios de selección de los periodistas. Generalmente asociados con accidentes o catástrofes, los eventos clave instituyen prototipos de cobertura que inciden en la noticiabilidad de los acontecimientos y moldean el tratamiento informativo. Ante su presencia, las rutinas productivas se ven condicionadas por tres factores centrales: 1) las características propias de un problema público altamente noticiable que irrumpe dramáticamente e impacta en los procesos de organización del trabajo periodístico; 2) el interés de las audiencias, que se manifiesta en un incremento de la demanda de información (Casero-Ripollés, 2020; Duc Huynh, 2020; Muñoz & Corduneanu, 2020); y 3) las presiones de las fuentes como elemento determinante de la fisonomía de las agendas mediáticas (Bennett & Lawrence, 2007).

En ese marco, el presente informe pretende analizar la cobertura mediática, los consumos informativos a través de internet y redes sociales con el fin de comprender las dinámicas de información, sobreinformación y desinformación sobre un aspecto central de la pandemia: las vacunas contra la Covid-19. En ese marco, los resultados preliminares dan cuenta de que en la tematización del proceso pandémico la campaña de vacunación fue ganando protagonismo en la discusión pública. Si bien el término Covid aún permanece siendo el más buscado en Google, vacuna y sus derivados (vacunación, vacuna covid, etc.) aparecen como los términos asociados sobre los que más se indaga. Las búsquedas en Google muestran que cuando se trata de covid y vacuna como tema, es decir como elemento o clasificación que agrupa las búsquedas asociadas a ese tópico, a partir de febrero de 2021 se observan volúmenes muy similares entre ambos términos. En la última semana de mayo y hasta el final del mes de junio (período para el que se llevó a cabo el relevamiento) el tema vacuna está siempre por encima del tema Covid.



2 Objetivos y método

El objetivo general de este trabajo consiste en analizar las representaciones mediáticas y la discusión en redes sociales sobre las vacunas contra el Covid-19 en el contexto de la pandemia. En términos específicos se pretende: 1) determinar la evolución de la presencia del tema en las agendas informativas y en la discusión social en redes; 2) establecer cuáles fueron los tópicos a partir de los cuales se tematizó el proceso; 3) identificar a los diferentes actores que tomaron la palabra en relación con el problema; 4) analizar el nivel de crédito y/o descrédito con el que se evaluaron sus acciones y/o versiones sobre el asunto y 5) comparar las dinámicas mediáticas con sus procesos de apropiación por parte de los públicos.

En función de los objetivos planteados se desarrolló un análisis de contenido cuantitativo sobre dos corpus diferenciados:

En primer lugar, se relevaron todas las noticias sobre vacunas contra el Covid-19 publicadas entre enero de 2020 y junio de 2021 en los medios digitales más leídos del país, *Infobae*, *Clarín* y *La Nación* según la consultora ComsCore². El corpus de medios se construyó a partir de una recolección diaria durante todo el período que se realizó por la mañana (9:00 hs.) de todas las noticias referidas al desarrollo de las vacunas, procesos de ensayo, aprobación y eficacia, discusión sobre sus riesgos y efectos adversos, provisión, aplicación y suministro. El resultado arrojó una población de 1020 piezas informativas. Por tratarse de un universo extenso, se estableció una muestra aleatoria simple que contempló un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%, de la cual resultó un corpus constituido por 279 unidades de análisis que se sometieron a codificación a partir de una matriz especialmente diseñada compuesta por 42 variables.

Paralelamente, a partir de la aplicación CrowdTangle³ se construyó otro universo que resultó de un ranking diario de las cinco noticias que mayor nivel de involucramiento generaron en la red social *Facebook*⁴. Esta plataforma permite

2. <https://www.totalmedios.com/nota/46155/infobae-lidero-junio-un-mes-en-el-que-crecio-el-consumo-de-sitios-de-noticias>

3. <https://www.crowdtangle.com/>

4. La red social Facebook fue creada en 2010 por Mark Zuckerberg bajo el slogan de "hacer del mundo un lugar más abierto e interconectado" (Van Dijck, 2016, p.78). Forma parte del selecto grupo de empresas tecnológicas que concentran más del 50% del mercado global de usuarios (Zuazo, 2018), junto con Google, Microsoft, Apple y Amazon. Nacida bajo el precepto de hacer del mundo un lugar más abierto y transparente, misión empresarial que, en términos de Van Dijck (2016), fue utilizada como estribillo orientado a la búsqueda del bienestar general promovido por la conectividad mediante redes sociales, hizo del "compartir" una ideología que "estableció en buena medida el estándar para las demás plataformas y para el ecosistema en su totalidad" (Van Dijck, 2016, p. 79). En la actualidad Facebook posee 2.500 millones de usuarios a nivel

acceder a un monitor digital de posteos relevantes generados a través de páginas públicas de perfiles verificados, personalidades, instituciones, organizaciones de la sociedad civil y medios de comunicación, entre otros. El Monitor Digital Argentina reporta diariamente el ranking de los contenidos informativos más relevantes para los usuarios. La importancia relativa de cada posteo es establecida a partir de una función que tiene en cuenta cinco variables, entre las que se incluyen las reacciones, comentarios, compartidos, tiempo en línea y una expectativa de involucramiento estipulada algorítmicamente. Por lo tanto, formaron parte de la población de este estudio cada uno de los posteos relevados por el Monitor Digital Argentina de CrowdTangle entre el 1 de enero de 2020 y el 30 de junio de 2021 (n: 2730).

Dado que el período de tiempo incluye 546 días, se realizó un muestreo aleatorio simple que determinó una muestra de jornadas que se tomarían en cuenta para la recolección de posteos que también serían sometidos a codificación. La muestra arrojó un total de 226 días. De este modo, se construyó un corpus de 446 posteos relativos al Covid-19 que constituyen las unidades de análisis de esta investigación, los cuales fueron codificados en su totalidad a partir de otra matriz de análisis especialmente diseñada, compuesta por 39 variables.

Los resultados obtenidos sobre los contenidos mediáticos referidos a vacunas contra la Covid-19 más relevantes y aquellos que mayor nivel de involucramiento generaron en los usuarios de *Facebook* se presentan a continuación.

3 **Análisis de resultados**

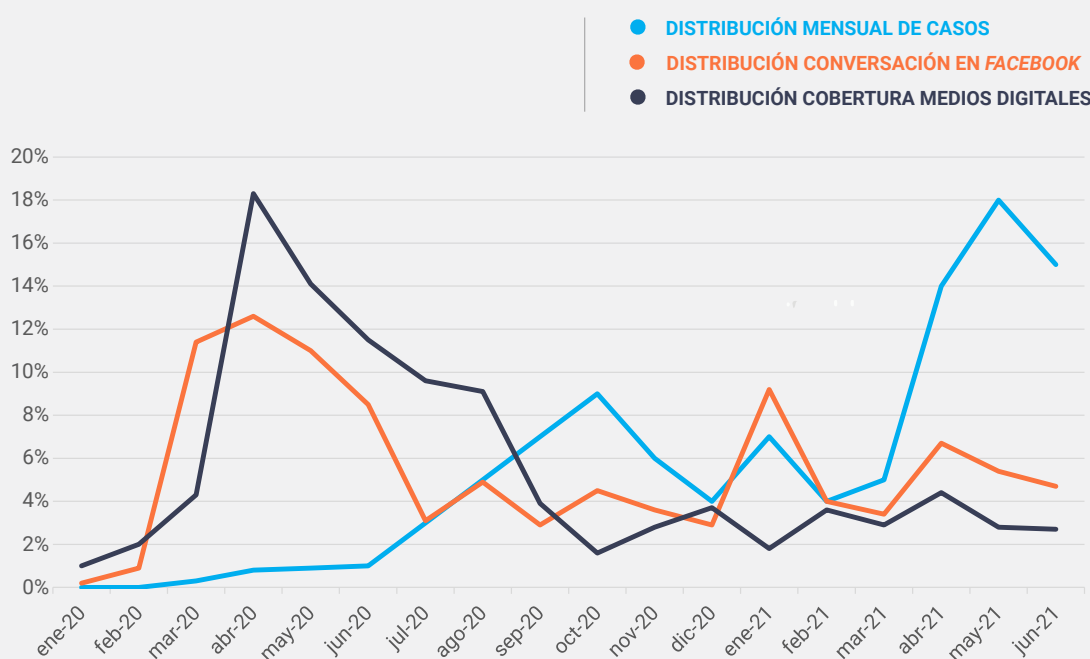
La pandemia por Covid-19 constituye un hecho social total que desafió los sistemas sanitarios del mundo y la vida de las personas. El escenario de incertidumbre global frente a una enfermedad desconocida colocó a los medios en el centro de la escena, los cuales se constituyeron en fuentes privilegiadas de información que, además, construyeron diferentes representaciones relacionadas con la pandemia.

Esos significados, no obstante, se inscriben en un marco de disputa simbólica en la que las agendas mediáticas y públicas de la Covid-19 no siempre coincidieron

global, lo que representa un 64% de penetración (Statista, 2021), que aumenta al 82% en la Argentina, con un nivel de utilización del 65% para el consumo de noticias (Newman et al., 2020).

con la evolución objetiva de la enfermedad. En ese sentido, la novedad -como criterio de noticiabilidad- de la enfermedad, y no los contagios ni los fallecimientos, explica la evolución de la discusión mediática y la conversación social en redes sociales, al menos en la Argentina. La afirmación se infiere de que los picos de cobertura mediática y relevancia social en *Facebook* se dieron al inicio del confinamiento, con una baja incidencia de casos. En cambio, durante los picos objetivos de la pandemia la visibilidad mediática del problema fue menor.

GRÁFICO 1: DISTRIBUCIONES DE LA COBERTURA MEDIÁTICA SOBRE COVID-19 EN MEDIOS DIGITALES *INFOBAE*, *CLARÍN* Y *LA NACIÓN*, DE LA RELEVANCIA DE NOTICIAS SOBRE COVID-19 EN *FACEBOOK* Y DEL NÚMERO DE CASOS. ENERO DE 2020 -JUNIO DE 2021



Fuente: elaboración propia

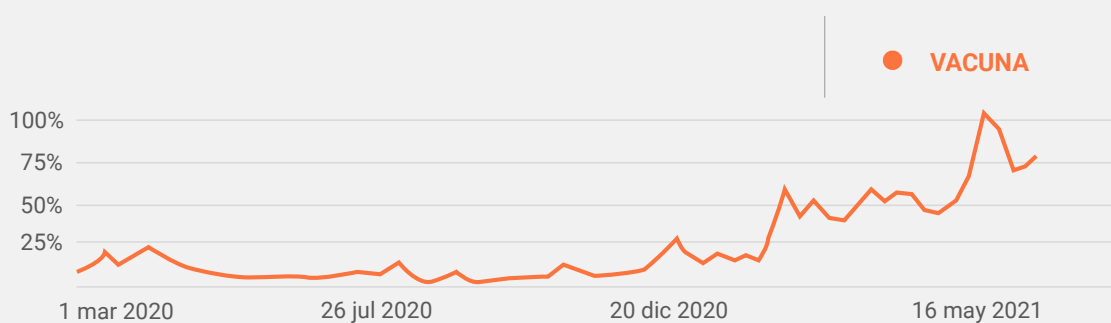
Los datos expresados en el gráfico 1 permiten establecer algunos puntos centrales que sirven de contexto a la preocupación central de este trabajo. En primer lugar, que la pandemia constituye un evento de magnitud que desde hace más de un año y medio moldea las vidas, experiencias, conversaciones y representaciones sociales de la población. En el caso de Argentina, durante los meses de abril, mayo y junio de 2020 más de ocho de cada diez noticias de portada de los principales medios del país fueron sobre Covid-19. En el mismo sentido, ocho de los diez posteos informativos en *Facebook* que mayor nivel de involucramiento generaron fueron sobre la pandemia en esos mismos meses.

En segundo lugar, se constata que no existió una relación directa entre la cantidad de casos, es decir, la magnitud de la enfermedad, las representaciones mediáticas y la conversación en *Facebook* sobre la pandemia. La inexistencia de correlación significativa entre las tres curvas expresa que en momentos

de alto nivel de riesgo objetivo tanto la mediatización cuanto la preocupación social sobre el tema disminuyeron. Los datos revelan una paradoja: en los momentos iniciales de la pandemia en el país, cuando el riesgo era bajo pero la novedad, incertidumbre y necesidad de orientación de las y los ciudadanos eran altos, la pandemia fue el tema central de las agendas mediática, política y pública. En cambio, en los momentos de mayor posibilidad objetiva de contagio el problema disputó visibilidad con otros temas habituales de la conversación social, como la política y la información blanda de interés general.

En relación a las tendencias de Google, los momentos donde mayor cantidad de búsquedas se observan en relación al término “vacuna” o al tema vacuna están asociados a eventos determinantes que suelen tener una gran repercusión mediática (ya sea a nivel político o a nivel sanitario). El momento donde mayor cantidad de búsquedas se observan ligadas a vacuna como tema es la última semana de mayo y primera de junio de 2021, fecha que coincide con el mayor número de casos reportados dentro del país y se corresponde con las últimas medidas sanitarias que limitaban la circulación. Al mismo tiempo, el pico que se observa en el la última semana de febrero coincide con la renuncia del entonces ministro de Salud de La Nación, Ginés Gonzalez García, y la asunción de Carla Vizzotti. Por otra parte, dentro de los veinticinco términos de búsqueda relacionados a vacuna, es decir, aquellas consultas que hicieron los que también buscaron el término vacuna, para el período marzo 2020-junio 2021 uno solo no está relacionado a la cuestión del covid y ocupa el lugar nº 13: vacuna antigripal.

GRÁFICO 2: BÚSQUEDAS AL TÉRMINO “VACUNA”. PERÍODO MARZO 2020 - JUNIO 2021. INTERÉS A LO LARGO DEL TIEMPO



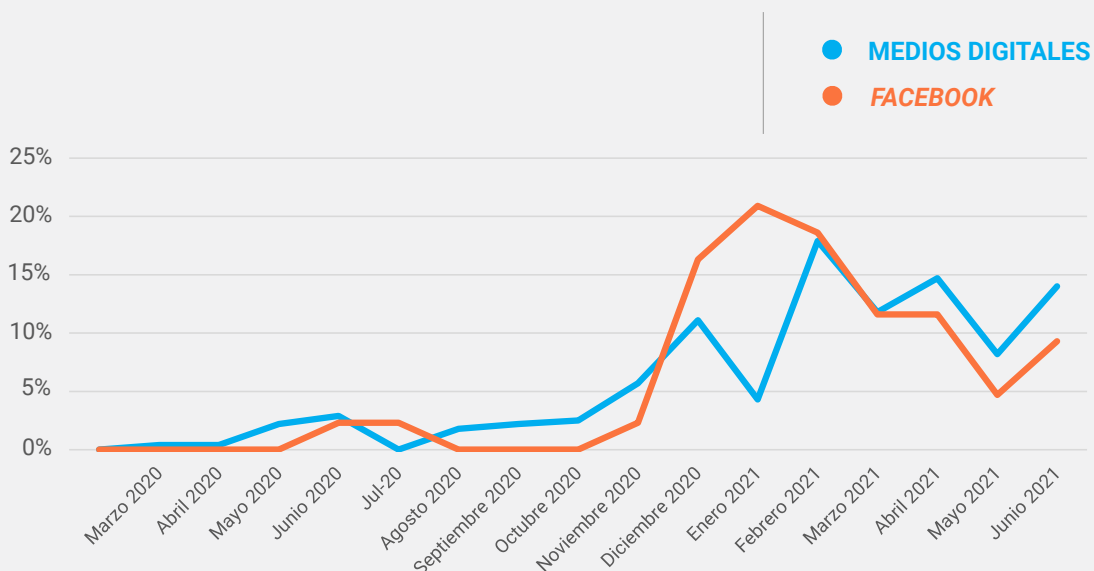
Finalmente, la campaña de vacunación, preocupación central de esta investigación, constituyó un tema de trascendencia que, junto con otros como el acceso a la salud, el sustento económico, la producción, la educación, la circulación y las consecuencias económicas moldearon la fisonomía del debate público. En efecto, las noticias sobre vacunas representaron un 15,1% de la cobertura total sobre Covid-19 y un 16% de la discusión sobre la pandemia en Facebook en el período estudiado.

Ahora bien, el problema específico sobre el tratamiento informativo y el consumo de noticias sobre el desarrollo, aprobación, efectividad, suministro y aplicación de las vacunas adquirió dinámicas particulares en medios de comunicación y redes sociales, ambas objetivo de indagación de esta investigación.

VACUNAS EN MEDIOS DIGITALES Y FACEBOOK

La discusión sobre vacunas contra la Covid-19 en los medios más leídos del país evidencia una curva que se relaciona con diferentes etapas del proceso. Dado que, como se observó en el gráfico 1, la presencia del tema durante los primeros meses de la pandemia fue marginal, se considera el período entre marzo de 2020, mes de llegada de la Covid-19 a la Argentina, hasta junio de 2021, último mes de observación y análisis para este informe.

GRÁFICO 3: DISTRIBUCIONES DE LA COBERTURA MEDIÁTICA SOBRE VACUNAS CONTRA LA COVID-19 EN MEDIOS DIGITALES Y DE LA RELEVANCIA DE NOTICIAS SOBRE VACUNAS CONTRA LA COVID-19 EN FACEBOOK. MARZO DE 2020 - JUNIO DE 2021



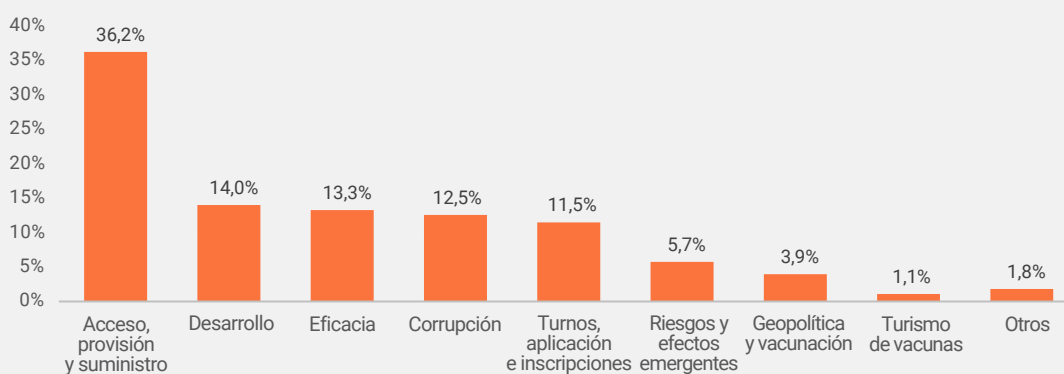
Fuente: elaboración propia

En términos generales, las curvas de presencia del asunto en las agendas mediáticas y en la información que mayor nivel de involucramiento social generó en Facebook muestran tendencias similares, aunque con algunas diferencias.

Las noticias sobre el desarrollo de nuevas vacunas capaces de evitar los contagios y mitigar la pandemia fueron incluidas en las agendas tempranamente, casi en coincidencia con la llegada de la Covid-19 al país, luego de tres meses de desarrollo de la enfermedad y sus terribles consecuencias en el hemisferio norte. En ese sentido, los primeros artículos publicados por los medios, algunos de los cuales fueron retomados en la discusión social en redes, estuvieron principalmente relacionados con el desarrollo de la vacuna, su proceso de investigación, ensayos y escalamiento de la producción. Sin embargo, no fue hasta el anuncio de los primeros experimentos exitosos que el asunto logró una visibilidad importante, la cual creció con el inicio de las campañas de vacunación en diferentes países del mundo y la llegada de las primeras dosis al país. La suma de esos acontecimientos explica que, tanto en medios como en redes, la discusión sobre vacunas haya obtenido su primer pico importante en diciembre de 2020.

Luego de ese primer momento en el que la vacuna se puso en el centro de la escena, diferentes tópicos asociados al tema moldearon el debate, con la particularidad de que las noticias que mayor nivel de jerarquía obtuvieron en el tratamiento informativo no fueron siempre las mismas que repercutieron en mayor medida en las redes sociales.

GRÁFICO 4: FRECUENCIA DE TÓPICOS RELACIONADOS CON VACUNAS CONTRA COVID-19 EN MEDIOS DIGITALES. INFOBAE, CLARÍN Y LA NACIÓN, MARZO DE 2020 - JUNIO DE 2021



Fuente: elaboración propia

El gráfico 3 permite establecer comparaciones entre los principales tópicos que, asociados a las vacunas, se tematizaron en la representación mediática del tema en la Argentina. En primer lugar, el acceso a las vacunas, las negociaciones con los diferentes laboratorios, las demoras en la llegada de dosis y las marchas

y contramarchas de la campaña de vacunación, ya sea por la escasez inicial de dosis como también por la llegada masiva a partir de abril de 2021 concentraron la atención mediática (36,2%). En segundo lugar se ubicó el proceso de desarrollo de las vacunas, aunque su importancia total es el resultado de una cantidad de noticias que se distribuyeron sobre todo durante el primer año de la pandemia. Así, la alta frecuencia del tópico grafica la suma de información que se extendió en el tiempo durante la mayor parte de 2020 (14%).

La eficacia de las vacunas, ya sea a partir de noticias que las pusieron en duda, como de otras que dieron cuenta del desarrollo de estudios científicos que echaron luz sobre los niveles de protección de los distintos fármacos contra las variantes de Sars-Cov-2, acapararon el tercer lugar de frecuencia de cobertura (13,3). Este tópico resulta central para el análisis ya que, en buena medida, orientó la discusión sobre la potencialidad de las vacunas.

El tópico “corrupción” ligado a las vacunas merece un párrafo aparte. Si bien se ubica en cuarto lugar (12,5%), su presencia se explica por un caso típico de escándalo político consistente en el descubrimiento de la inoculación de vacunas a periodistas, dirigentes políticos y sindicales cercanos al ex ministro de Salud, Ginés González García y al gobierno nacional. Ese evento crítico, que le costó el puesto al funcionario, acaparó la atención de los medios y se extendió en el tiempo producto de la aparición de nuevos casos en diferentes provincias e intendencias. Asimismo, también influyeron en la relevancia del asunto los pronunciamientos de los principales dirigentes de la oposición y las manifestaciones en el espacio público en repudio del reparto discrecional de vacunas.

Sobre este asunto resulta necesario hacer dos consideraciones centrales. En primer lugar, que el 12,5% de participación en la cobertura total sobre las vacunas se concentró en un lapso de dos meses en los que se convirtió en el tema central no sólo en relación con las vacunas sino respecto de la discusión general sobre la pandemia. En segundo término, el cruce de declaraciones entre la oposición y el oficialismo llevó a un punto máximo la polarización política sobre el problema, lo que influyó en el encuadre general no sólo del caso, sino de la gestión de la campaña de vacunación y la pandemia.

En relación a las tendencias del motor de búsqueda de Google no observamos que haya un interés particular en alguna personalidad de la salud a lo largo de todo el período relevado. Sin embargo, los hechos que llevaron a la renuncia al ministro de Salud de la Nación trajeron consigo un fuerte crecimiento en las búsquedas de los términos asociados a Ginés Gonzalez García y a Carla Vizzotti. Esto podría indicar que no se busca tanto la opinión de una fuente especializada en temas de salud, sino que se utilizan los motores de búsqueda para seguir las noticias de mayor impacto a nivel institucional.

GRÁFICO 5: BÚSQUEDAS DE LOS TÉRMINOS ASOCIADOS A GINÉS GONZÁLEZ GARCÍA Y A CARLA VIZZOTTI. INTERÉS A LO LARGO DEL TIEMPO

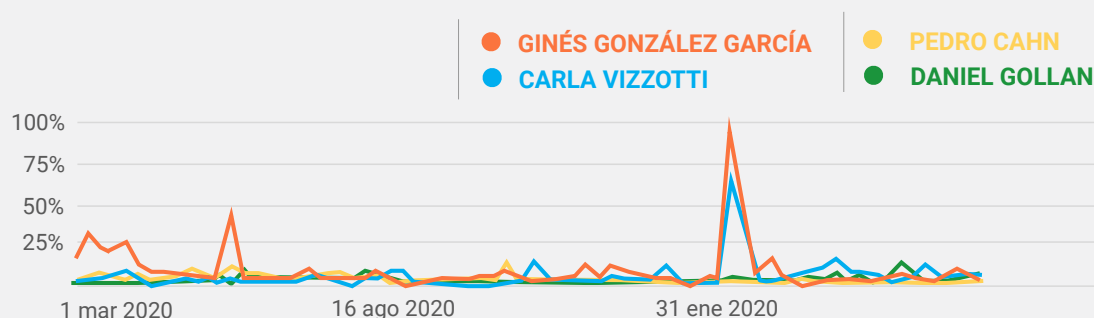


FIGURA 1: EJEMPLOS DE TITULARES DE PORTADA SOBRE VACUNAS. INFOBAE, CLARÍN, LA NACIÓN. ENERO DE 2020 – JUNIO DE 2021



Fuente: elaboración propia

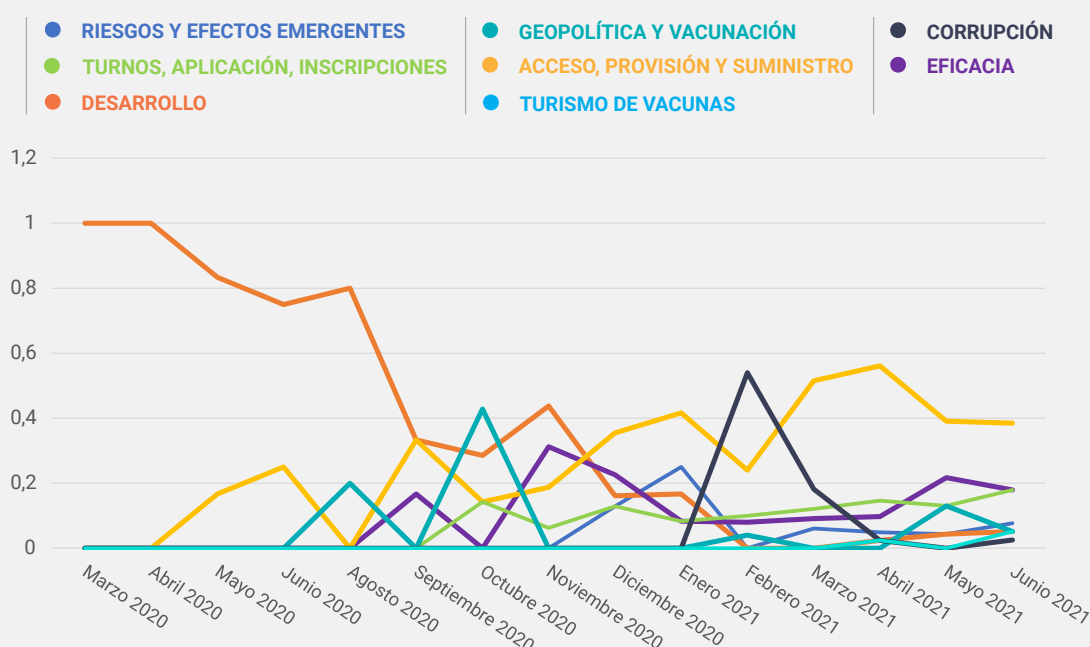
En quinto lugar, aparece el tópico “turnos, aplicación e inscripciones” (11,5%) que hace referencia a noticias, sobre todo de servicios, relativas al desarrollo de la campaña de vacunación en el país y la gestión sanitaria y ciudadana de las aplicaciones. En sexto lugar se ubicó un tema de amplia repercusión en redes y plataformas pero cuya relevancia en la jerarquización mediática no fue importante, sobre todo si se la compara con el resto de los tópicos. Así, la visibilización de “riesgos y efectos emergentes” relacionados con las vacunas adquirió una relevancia menor en medios (5,7%), aunque tuvo la potencialidad

de haber influido en el debate público. Finalmente, las discusiones estrictamente geopolíticas asociadas a la negociación de las vacunas (3,9%) y el “turismo de vacunas” (1,1%) obtuvieron una relevancia menor en las agendas informativas.

Ahora bien, la representación mediática de las vacunas y la campaña de vacunación atravesó diferentes etapas a lo largo de más de un año y medio de pandemia. El análisis de la evolución de los diferentes tópicos en función de la variable temporal permite identificar los procesos de tematización que predominaron en cada momento del período.

GRÁFICO 6: DISTRIBUCIÓN DE LOS TÓPICOS PRESENTES EN MEDIOS DIGITALES SOBRE VACUNAS SEGÚN MES. INFOBAE, CLARÍN Y LA NACIÓN. MARZO DE 2020 - JUNIO DE 2021

MEDIA DE PRESENCIA DEL TÓPICO 1 = Presencia total / 0 = Ausencia



Fuente: elaboración propia

Del análisis de los datos expresados en el gráfico 6 es posible inferir que el proceso de desarrollo experimental de las vacunas dominó la discusión durante los primeros meses de la pandemia. En ese contexto, las noticias estuvieron orientadas a informar sobre los diferentes proyectos en curso y el desarrollo de las distintas fases de ensayos experimentales y clínicos. A medida que los laboratorios —y países— comenzaron a difundir información sobre los avances científicos, la discusión sobre el posible acceso a las vacunas, su eficacia y la geopolítica en torno al tema acapararon porciones mayores de la agenda informativa. Así fue que para octubre de 2020 la mayor cantidad de noticias

referidas a las vacunas se centraron en la discusión de los intereses de los países y laboratorios, más que en las implicancias de la vacuna sobre la salud de las personas o en el aliento al desarrollo de campañas de vacunación exitosas desde los medios de comunicación. Las noticias sobre este asunto estuvieron generalmente construidas a partir de una estructura de conflicto entre actores, generalmente polarizados entre los países occidentales contra China y Rusia, con cargas valorativas contrapuestas.

“

Geopolítica de las vacunas: la grieta en la política sanitaria

Uno de los ejes centrales en la información sobre las vacunas fue su procedencia. ¿Cómo se leyó este fenómeno?

DESTACADOS ENTREVISTAS



Cada medio tiene una agenda y en el caso de las vacunas hubo un *lobby* que era difícil de distinguir si era del laboratorio o incluso de estados atrás de los laboratorios presionando con que cómo podía ser que no se firmara con laboratorios de Estados Unidos. Una cosa muy notable fue que se puso muchísimo énfasis en las dificultades para conseguir la segunda dosis de la Sputnik V, pero pasó casi desapercibido que el Estado había firmado por 22 millones de dosis con AstraZeneca que no estuvieron. Fue muy notable que eso no se marcó como tampoco se puso mucho énfasis en que en definitiva el problema que hubo con Pfizer en particular fue consecuencia de una addenda que se hizo en el Congreso que votaron todos. Cuando vos votas algo después no podes decir “ay no me di cuenta”. La votaron. Y la votaron todos y no se hizo eje en eso. Por supuesto, políticos que tienen su agenda también de alineamientos económicos y geopolíticos presionaron con el cómo puede ser que la mejor vacuna no la tengamos. Todo eso obviamente jugaba todo el tiempo.

JORGE ALIAGA
SECRETARIO DE PLANEAMIENTO Y EVALUACIÓN
INSTITUCIONAL - UNIVERSIDAD NACIONAL
DE HURLINGHAM

”

DR. DANIEL FEIERSTEIN
INVESTIGADOR PRINCIPAL CONICET,
PROFESOR UNTREF Y UBA

En relación al “debate sobre las vacunas” la grieta política se instaló inicialmente en la discusión sobre la vacuna Sputnik. Fundamentalmente fue toda esta cuestión de “nos quieren dar una vacuna que no cumple los requisitos, no tiene un artículo publicado en revistas reconocidas, no está en fase tres”. Pero son todas cosas que se fueron cayendo rápidamente y que para mí ni siquiera termina de nacer ese debate. Paradójicamente se termina de demoler con el escándalo de las vacunas vip, que si bien fue dañino en relación a la imagen del gobierno y a la imagen presidencial, fue favorable a la cuestión sanitaria, porque terminó de demoler una campaña anti vacunas que no tuvo un efecto significativo en su proyección en el tiempo. En el momento en que empieza a aparecer la efectividad de la Sputnik, se orienta a otro lado esta cuestión de “OK Sputnik pero por qué no Pfizer” y “queremos Pfizer, queremos Pfizer”. En Argentina aparece algo así como la lógica del visitador médico de Pfizer y la insistencia de marcar la disputa geopolítica en relación a las marcas de vacunas, que es más producto de los financiamientos que se vinculan a la política que se ve en toda la región, esta cuestión de decir hay que ir por la vacuna con los laboratorios más articulados sobre todo con Estados Unidos. También se ve la falta de información o la desinformación en relación a las vacunas “chinas” o “rusas”. Tiene que ver también con el financiamiento de los medios de comunicación.

SOL MINOLDO

CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS
SOBRE CULTURA Y SOCIEDAD (CONICET / UNC)

Se empezó a marcar la geopolítica de las vacunas cuando apareció Rusia anunciando que tenía “La primera vacuna”, con mucho apuro. Por un lado era el llegar primero como esta cosa de llegar a la luna, pero del otro lado dio una sensación de cierta desprolijidad. La OMS no lo avaló, no salió a decir ya existe una vacuna. Ahí se empezó a marcar esta grieta, que el discurso no estaba en las vacunas sino qué vacunas, de qué países. La Sputnik fue la que más ataques recibió y empezó a ser una especie de campaña antivacunas porque empezó a generar tanto miedo, se habló de que era veneno, de que éramos conejillos de india. Muchos miedos que desestimulaban la vacunación. A partir del escándalo del vacunatorio VIP, se corre el eje y el discurso deja de ser que ciertas vacunas son malas y pasa a ser que no hay suficientes y que se las están quedando quienes tienen privilegios por estar cerca de la política. A mediados de 2021, cuando la segunda ola escaló más, tuvimos el capítulo Pfizer donde parecía que la única vacuna de calidad, con base científica, segura y eficaz era la Pfizer y había una crítica muy fuerte a no haber negociado con Pfizer y yo me imagino que si hubiéramos negociado con Pfizer, dándole todo lo que pedían, al final hubiese sido escandaloso socialmente.

”

MARÍA O DONNELL

PERIODISTA

Creo que todo el tema de las vacunas está teñido por la cuestión ideológica o político partidaria. La Pfizer, convertida en el caballito de batalla de la oposición vs. la Sputnik, al comienzo sobre todo, que estaba también tomada por la idea de que era una elección ideológica. Argentina fue el primer país grande fuera de Rusia que apostó por una vacuna que aún no tiene la aprobación de la OMS ni de las autoridades europeas. Evidentemente, el posicionamiento ideológico influyó sobre la valoración distinta de las vacunas según su país de origen.

En efecto, el primer pico de cobertura de otro tópico diferente a “desarrollo” se dio en el mes de octubre, cuando, más cerca de la aprobación de emergencia de las vacunas por parte de las agencias sanitarias más importantes del mundo, la negociación entre estados y laboratorios abrió la discusión geopolítica. Predominantemente abordada a partir de una dicotomía “oriente-occidente”, se enarboló una construcción discursiva que, acompañada por explícitos alineamientos de actores extra mediáticos con uno u otro polo, generalmente asoció a las vacunas producidas en occidente, especialmente en Estados Unidos, con la confiabilidad, la eficacia y otros valores que excedieron a la propia campaña de vacunación, como la democracia, la libertad y la república. En cambio, las vacunas provenientes de China y Rusia fueron asociadas a la duda sobre su efectividad, a la falta de transparencia de los países productores y el autoritarismo de sus regímenes políticos. De este modo, la discusión excedió a las vacunas, ya que lo que se puso en juego fueron los alineamientos que ubicarían indefectiblemente al país en una red de relaciones con trascendencia simbólica sobre el resto de las facetas de la gestión gubernamental.

Sin embargo, poco a poco la discusión geopolítica dejó lugar al problema del acceso y el suministro, aspecto central en momentos de escasez en el que todos los polos productores incumplieron contratos y tuvieron dificultades para escalar la producción. Durante los primeros meses de disponibilidad de vacunas, hacia finales de 2020, los embarques fueron deficitarios a nivel global, consolidándose una fuerte desigualdad en el acceso en función de la riqueza de los países, alineamientos geopolíticos y densidad poblacional. En ese marco, tanto los anuncios de llegadas de vacunas por parte del gobierno nacional, muchos de ellos fallidos, cuanto los embarques efectivos que se empezaron a recibir durante diciembre colocaron la discusión sobre el acceso al tope de las agendas mediáticas. Una de las marcas de la cobertura de este tipo de noticias fue la descontextualización. La repetición de noticias en las que los problemas de aprovisionamiento se encuadraron únicamente con un alcance nacional tendió a distorsionar la perspectiva global y a sobredimensionar los problemas nacionales, presentándolos como si estos fueran sólo producto de deficiencias de gestión local y no el resultado de una amplia disputa internacional entre países desiguales por un bien vital y escaso.

Esa discusión, marcada por una fuerte controversia y críticas sobre la gestión gubernamental para la obtención de todas las vacunas posibles, fue complementaria al desarrollo de otra que, aunque menor en visibilidad en la jerarquización propuesta por los medios digitales, tuvo amplia repercusión en redes sociales. En efecto, entre diciembre de 2020 y enero de 2021, el inicio de las campañas de vacunación masivas en el mundo generó las primeras noticias sobre todo tipo de efectos adversos asociados a los diferentes inoculantes. Si bien la mayoría de ellos no fueron de gravedad, la sumatoria de casos aislados de personas que enfermaron o murieron a causa del Covid-19 aun estando vacunadas, se sumaron a otras que tuvieron, algunas reacciones adversas que, aunque marginales en términos estadísticos, generaron gran impacto en la opinión pública. Así, estudios científicos sobre efectos secundarios de las vacunas, decisiones gubernamentales de suspender la aplicación de algunas marcas y

noticias fuertemente personalizadas en casos individuales generaron un escenario de riesgos que fue sistemáticamente relativizado por las autoridades sanitarias e instituciones científicas.

En este marco, cabe destacar un rasgo que fue usual en la cobertura sobre las vacunas en la Argentina: una gran disociación entre un título dramático y una cobertura generalmente responsable. La combinación de encabezados alarmantes cargados de dramatismo por lo general contrastó con un tratamiento más profundo y apegado a las recomendaciones en el cuerpo de las noticias. El hallazgo, que no es novedoso en los estudios sobre periodismo, puede relacionarse con diversas variables. Entre ellas, la necesidad de captar la atención de los lectores en entornos híbridos digitales, la competencia entre medios y las propias rutinas laborales de los periodistas en las que editores y redactores no sólo interiorizan formas exitosas en términos de audiencia, sino que tienen la posibilidad de medir el impacto en tiempo real. En este contexto, subyace el interrogante respecto de la deontología profesional y la responsabilidad social de los medios de comunicación, sobre todo en un contexto dramático como lo es una pandemia.

Ahora bien, el mes de febrero de 2021 marcó el inicio de una nueva etapa en la tematización de la campaña de vacunación en el país, aunque esta vez asociada a factores exógenos a las vacunas, su desarrollo, fabricación y aprovisionamiento. La confesión en un programa de radio del periodista Horacio Verbitsky de haber recibido la vacuna sin turno y producto de su relación con las autoridades sanitarias generó un escándalo político presentado por los medios como “vacunatorio vip”. El suceso, que además del periodista tuvo como partícipes a varias decenas de personas entre las que se incluían dirigentes políticos, sindicalistas y personalidades allegadas al gobierno nacional, acaparó la atención mediática sobre la administración fraudulenta de un bien tan vital como escaso.

La controversia, que incluyó un fuerte repudio de todo el arco político, incluidos dirigentes de la propia alianza de gobierno, desencadenó el pedido de renuncia al ministro de Salud, Gines González García, y la asunción en su lugar de la exsecretaria de Acceso a la Salud, Dra. Carla Vizzotti. Sin embargo, las consecuencias políticas y comunicacionales del hecho no cesaron y el tema permaneció en agenda por varios días, enfocado sobre todo en las consecuencias judiciales del proceso y en la denuncia, búsqueda y descubrimiento de otros casos de corrupción relacionados con la aplicación de vacunas en diferentes provincias y municipios.

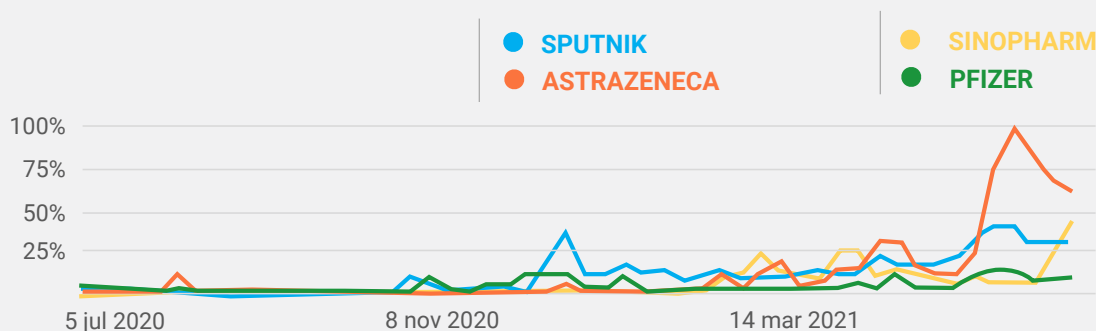
Es importante destacar que el asunto se constituyó en el tópico que mayor atención mediática concentró en un período corto, que abarcó los meses de febrero y marzo de 2021. En ese lapso, más de la mitad de las noticias sobre vacunas refirieron al tema, mientras que el problema tematizó no sólo a la discusión sobre la campaña de vacunación, sino que afectó a la cobertura general sobre la pandemia, que durante esos meses, se redujo casi únicamente a esa discusión en las agendas de los principales medios del país.

Sobre el asunto y su relevancia mediática es interesante destacar que constituye un caso clásico de corrupción mediatizada, un tipo específico de escándalo político. Para su análisis resulta oportuno considerar sus componentes básicos, a saber: 1) la transgresión a una o varias normas; 2) la diferenciación moral entre dos colectivos: los denunciantes y los denunciados; 3) la publicidad del tema a través de los medios de comunicación; 4) la interpelación afectiva al público como damnificado; 5) la controversia como discurso moralizador oprobioso que reprocha y reprende; y 6) la estabilización de los discursos sobre el tema en el debate público.

Luego del escándalo de las vacunas que, junto con su escasez, generaron un clima de fuerte polarización política, el tópico “acceso, provisión y suministro” volvió a ser preponderante en la agenda mediática. La falta de vacunas suficientes durante el mes de marzo, la llegada masiva a partir del mes de abril, la discusión sobre las desavenencias entre el gobierno nacional y el laboratorio estadounidense Pfizer para la provisión de vacunas, y los problemas con el suministro de la segunda dosis de la vacuna Sputnik V tematizaron la discusión una vez que la campaña fue tomando vigor.

Desde julio de 2020 hasta fines de junio de 2021, Sputnik y Astra Zeneca son las vacunas más buscadas en Google, con un promedio levemente superior para esta última. En relación a Pfizer, el promedio de búsquedas no alcanza la mitad del correspondiente a las dos vacunas previamente mencionadas, y está por debajo del término Sinopharm. Si bien el pico para Pfizer se presenta en la última semana de mayo-primeras de junio, momento donde el Jefe de Gabinete, Santiago Cafiero, fue llamado a dar explicaciones al Senado de la Nación, no logra nunca posicionarse por encima de Sputnik y Astra Zeneca. Los datos permiten inferir que las búsquedas de las personas correlacionan más con las vacunas disponibles que fueron efectivamente aplicadas en cada etapa que con aquellas con las que el país no contaba y que constituyeron un asunto de discusión mediática y política más que de preocupación pública y/o social.

GRÁFICO 7: BÚSQUEDAS SOBRE VACUNAS EN GOOGLE. INTERÉS A LO LARGO DEL TIEMPO



Paralelamente, durante los meses de abril, mayo y junio de 2021, el aumento de la escala de la campaña de vacunación generó otro tipo de noticias, principalmente de servicios, orientadas a informar a la ciudadanía sobre la gestión de turnos, los rangos etarios habilitados para la inoculación y el desarrollo de la campaña en el territorio. Sobre este punto resulta interesante destacar un rasgo centralista de la cobertura. En efecto, la mayoría de la información sobre gestión de turnos, lugares de vacunación e incluso problemas o contratiempos de la campaña estuvieron centrados en la Ciudad de Buenos Aires y el conurbano bonaerense. Así, la sobrerrepresentación del AMBA invisibilizó y dificultó el acceso vía medios *mainstream* a información sobre las diferentes realidades que atravesaron las campañas provinciales.

Finalmente, en el mismo período, aunque con una visibilidad menor, cobró cierta relevancia el tópico “turismo de vacunas”, consistente en noticias destinadas a retratar las historias individuales de personas que, frente a la escasez local de inoculantes, y contando con la posibilidad de solventar viajes onerosos, accedieron a la vacuna contra la Covid-19 en otros países, principalmente en diferentes estados de EEUU. La paradoja del asunto es que este tipo de noticias se extendieron hasta momentos en que la provisión de vacunas en la Argentina cobró vigor y el acceso, incluso de franjas etarias bajas y sin comorbilidades, fue masivo, abierto y gratuito para las primeras dosis.

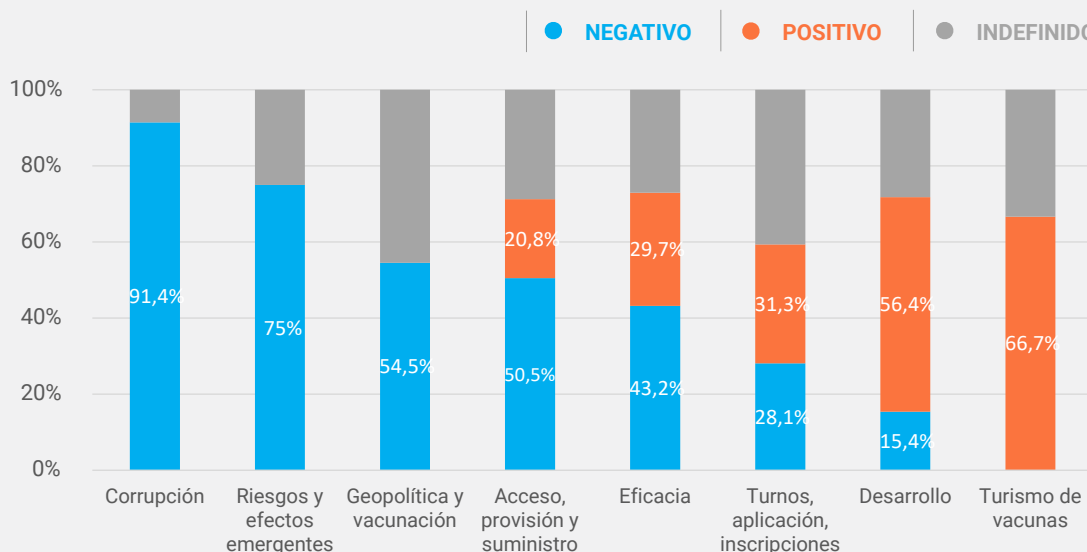
Los datos expresados, en suma, ponen en evidencia que la mediatización de las vacunas contra la Covid-19 en la Argentina, posiblemente producto de lo extenso y dinámico del proceso, contempló diferentes etapas que se relacionaron con eventos críticos de la pandemia y del propio desarrollo de la campaña de vacunación. En ese contexto, resulta revelador analizar de qué modo evaluaron los medios la información. Para ello se analiza el tono valorativo asociado a cada tópico⁵.

5. El tono valorativo asociado a cada tópico se estableció en función de las siguientes definiciones categoriales: 1= Positivo: la carga emocional referida al tópico central de la nota recae en los valores positivos de los binomios “in/felicidad”: amor y alegría; “in/satisfacción”: placer y respeto e “in/seguridad”: confianza y justicia (Martin & White, 2007). De este modo, se analiza la manera en la que el medio utiliza estos valores en referencia a la población general o el bien común. Por ejemplo, se considera que una pieza es positiva cuando los hechos son presentados como justos, basados en el respeto de las normas y se relacionan con un estado de bienestar que se asocia con el bien común.

2= Negativo: la carga emocional referida al tópico central de la nota recae en los valores negativos de las variables “in/felicidad”: tristeza, desazón, odio; “in/satisfacción”: displacer, falta de respeto e “in/seguridad”: conflicto, desconfianza, injusticia (Martin & White, 2007). De este modo, se analiza la manera en la que el medio utiliza estos valores en referencia a la población general y/o el bien común.

3= Indefinido: Este trabajo descarta la existencia de artículos neutrales, ya que las piezas periodísticas siempre están insertas en una configuración compleja de relaciones discursivas y sociales que estructuran y condicionan su sentido. En palabras de Sigal y Verón (2003), los discursos surgen bajo determinadas condiciones de producción de sentido y, dada su complejidad, pueden generar múltiples efectos en función del contexto social en que estos son reconocidos. Sin embargo, en función de los objetivos de investigación y de las posibilidades que brinda la metodología desarrollada, se computa esta categoría cuando los indicadores manifiestos de la unidad de análisis, tomada de manera aislada de su contexto inmediato y social, no permite identificar una valoración predominante. También se codifica este valor cuando “se destacan contenidos ambivalentes, en los que se equilibran los aspectos o características positivas y negativas” (Casermeiro de Pereson, 2004, p. 280).

GRÁFICO 8: TONO VALORATIVO SEGÚN TÓPICO. INFORMACIÓN SOBRE VACUNAS. INFOBAE, CLARÍN Y LA NACIÓN. MARZO DE 2020 - JUNIO DE 2021



Fuente: elaboración propia

Sobre este aspecto es importante destacar que el tono valorativo general de la cobertura informativa sobre vacunas en los medios digitales con mayor nivel de lectura de la Argentina fue negativo. En efecto, cinco de cada diez noticias escritas sobre el tema (48%) fueron presentadas como perjudiciales para la población y/o el bien común, lo que resulta llamativo al tratarse de una de las posibles y principales soluciones a la pandemia. En tanto, tan sólo dos de cada diez noticias producidas sobre vacunas resaltaron aspectos positivos o beneficiosos para la salud (24%). Finalmente, tres de cada diez notas presentaron una valoración ambigua o bien fueron sumamente descriptivas, lo que resulta acorde con las formas canónicas de la retórica objetivadora propia del discurso periodístico. Probablemente la tendencia actual del periodismo consistente en una impronta fuertemente editorializante que se aparta de la premisa de separar información de opinión haya influido para que esto ocurra.

No obstante, como queda evidenciado en el gráfico 8, si bien la valoración fue mayormente negativa, mostró diferencias importantes entre los tópicos, las cuáles permiten comprender la fisonomía de la cobertura general.

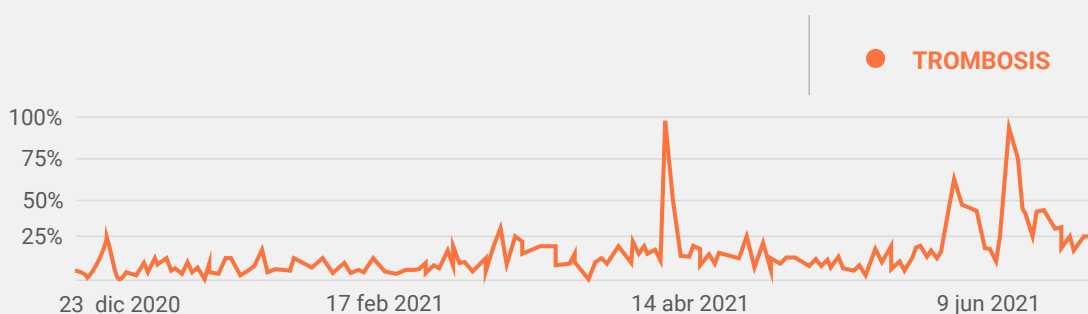
Como resulta previsible, el escándalo de las irregularidades en el proceso de vacunación obtuvo la valoración negativa más importante, con más de nueve de cada diez notas con una valoración explícita negativa que se desprende de una fuerte sanción moral establecida por los medios sobre los hechos denunciados y sobre las personas implicadas.

En el mismo sentido, la alarma mediática sobre los efectos secundarios o riesgos de las vacunas también acaparó un nivel importante de valencia negativa, del mismo modo que sucedió con la discusión geopolítica y la evaluación

mediática de las negociaciones del gobierno por las vacunas y las gestiones desarrolladas para lograr acceder a los fármacos. Sobre este último asunto, la valoración negativa sobre el acceso a un bien escaso en cinco de cada diez noticias contrasta con el tono positivo en sólo dos de cada diez, en un contexto en el que la Argentina se ubica dentro del bloque de países latinoamericanos que mayor cantidad de vacunas recibió y aplicó.

El análisis de las búsquedas realizadas en Google evidencia que la única vacuna fuertemente asociada a efectos adversos fue la Astra Zeneca. Dentro de las 25 consultas relacionadas al término trombosis cinco de ellas incluyen la palabra Astra Zeneca, de las cuales dos están entre los primeros cinco términos más consultados. En este sentido, es necesario aclarar que el promedio de búsquedas vinculadas a la trombosis es tres veces mayor para el período diciembre 2020 (momento de llegada de las vacunas)- junio 2021 que para el período enero 2019- diciembre 2020. El primer crecimiento del caudal de búsqueda del término trombosis coincide con las fechas donde distintos organismos europeos reportaron casos de esta afección.

GRÁFICO 9: BÚSQUEDAS RELACIONADAS AL TÉRMINO “TRÓMBOSIS”. INTERÉS A LO LARGO DEL TIEMPO



La valoración negativa de las noticias también alcanzó a la mayoría de las piezas dedicadas al análisis de la eficacia de las vacunas. El dato contrasta nuevamente con la evidencia científica: mientras que casi todas las vacunas sorprendieron a la comunidad por su alto nivel de eficacia y seguridad, pese al tiempo récord en el que se desarrollaron y testearon, la atención mediática se depositó principalmente en los traspiés en los procesos productivos, en los problemas y las dudas, más que en los hallazgos que confirmaron la bondad y seguridad de las vacunas aprobadas de emergencia a nivel global o de las aprobadas por la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT) en la Argentina.

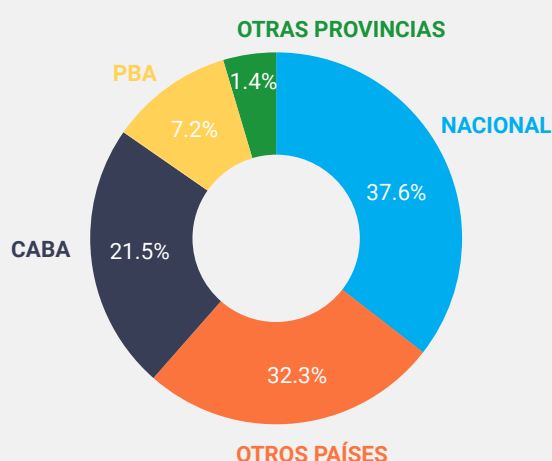
La gestión de la campaña de vacunación también estuvo fuertemente polarizada entre la valoración positiva y negativa. Sobre este tópico, una variable resulta explicativa de la evaluación mediática: en mayor medida, cuando se valoró la

gestión de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) la estima fue positiva, mientras que cuando se evaluó la gestión nacional o la de la Provincia de Buenos Aires, la valoración predominante fue negativa. En ese sentido, resulta necesario destacar nuevamente que la cobertura de los grandes medios de la Argentina se centró especialmente en esas dos regiones geográficas.

Finalmente, los niveles más elevados de valoración positiva estuvieron ligados a las noticias sobre el proceso de desarrollo de las vacunas y al tópico denominado “turismo de vacunas”, ambos con un promedio de seis de cada diez notas positivas, porcentajes que contrastan con el resto de los tópicos que moldearon la cobertura mediática sobre el problema.

Como se adelantó, otra variable crítica para analizar la información sobre vacunas en la cobertura mediática de los principales diarios online del país es la geográfica.

GRÁFICO 10: LOCALIZACIÓN DE LA NOTICIA. INFORMACIÓN SOBRE VACUNAS. INFOBAE, CLARÍN Y LA NACIÓN. MARZO DE 2020 - JUNIO DE 2021



Fuente: elaboración propia

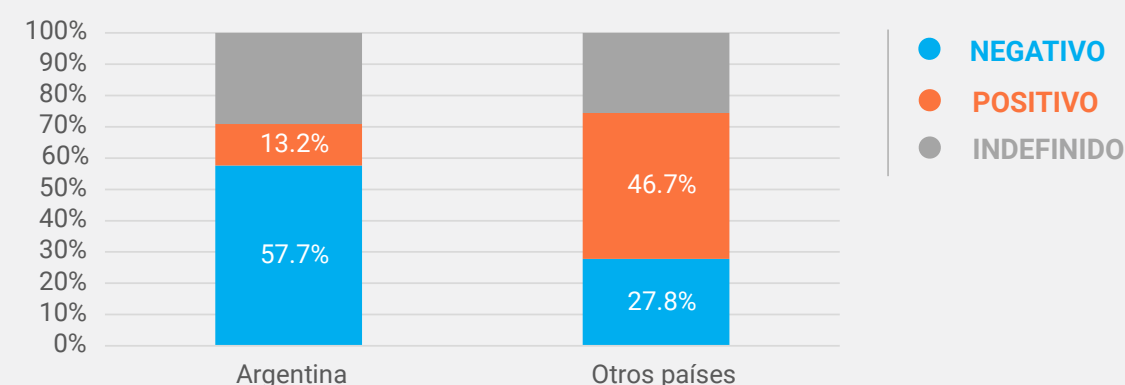
En primer lugar, se establece la localización de los acontecimientos y/o la incumbencia de estos en el territorio. Los datos evidencian que el 67,7% de las piezas publicadas sobre vacunas remitieron a sucesos que incumbieron al territorio nacional. Entre ellos la mayoría fueron acontecimientos cuya afectación se presentó en relación con todo el país (37,6%), aunque un número muy importante refirió a la CABA (21,5%) y otro menor a la Provincia de Buenos Aires (7,2%), especialmente al Gran Buenos Aires.

En consonancia con otros estudios que analizaron el comportamiento mediático en relación con la pandemia en general, se observa una sobrerrepresentación del AMBA y una subrepresentación del desarrollo de las campañas de vacunación

en el resto de las provincias. Si bien este enfoque “porteñocéntrico” puede explicarse por diferentes variables, como la ubicación de las cabeceras de los medios más leídos, el centro de la toma de decisiones del gobierno nacional y la densidad poblacional del núcleo urbano más representado, es de destacar que la mayor parte de los habitantes de la Argentina habitan a lo largo y ancho de la extensión del territorio e, incluso los núcleos urbanos más importantes del resto de las provincias, aparecieron poco representados en el tratamiento informativo. El dato resulta llamativo en contextos en el que la digitalidad rompe las barreras físicas para el consumo de información online y frente a la constatación de los altos niveles de lectura que los medios analizados poseen a lo largo y ancho del territorio.

Ahora bien, si se analiza la valoración de las noticias asociadas a la vacuna en relación con el lugar de los acontecimientos otro dato resulta elocuente.

GRÁFICO 11: TONO VALORATIVO SEGÚN LOCALIZACIÓN DE LA NOTICIA. INFORMACIÓN SOBRE VACUNAS. INFOBAE, CLARÍN Y LA NACIÓN. MARZO DE 2020 - JUNIO DE 2021



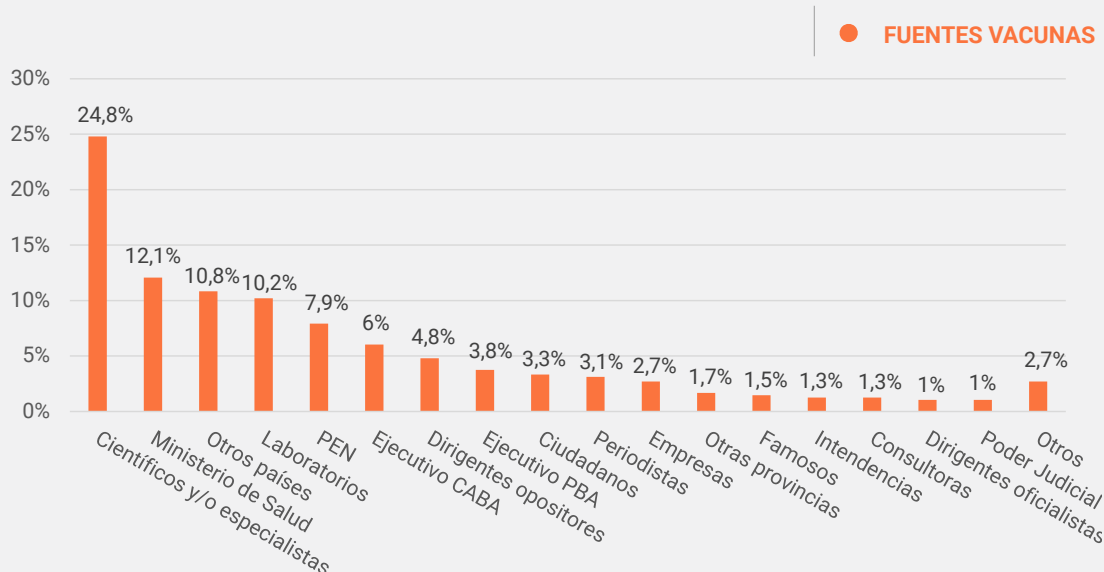
Fuente: elaboración propia

Según se desprende del gráfico 11, casi seis de cada diez noticias relacionadas con el proceso de vacunación en la Argentina fueron negativas, mientras que una de cada diez fue positiva. El dato contrasta con la valoración positiva del desarrollo y/o las campañas de vacunación en otros países, sobre los que las cifras resultan en mayor medida positivas. Al respecto, se evidencia otro contraste que estuvo cruzado por la controversia y la polarización afectiva consistente en la exaltación de ejemplos virtuosos foráneos versus las deficiencias de la campaña de vacunación local como patrón persistente de la cobertura informativa.

Ahora bien, un aspecto relevante que hace a la calidad informativa es el uso de las fuentes de información. Sobre esta variable, es de suponer que los contenidos de alta calidad incluyen fuentes legitimadas, diversas y plurales.

Si se analiza la cantidad de fuentes incluidas en las noticias sobre vacunas el promedio es de 2,37 por nota. Si bien el número se ubica por debajo de las tres fuentes sugeridas como criterio básico de contrastación (Pellegrini & Mujica, 2006; Rodrigo Alsina, 1989), el guarismo se ubica por encima de la media de fuentes citadas sobre la generalidad de los temas fuera del contexto de pandemia en el periodismo nacional, que en términos del Observatorio de Medios de la Universidad Nacional de Cuyo, tomando como referencia los mismos medios digitales, es de 1,74.

GRÁFICO 12: FRECUENCIA DE FUENTES. INFORMACIÓN SOBRE VACUNAS. INFOBAE, CLARÍN Y LA NACIÓN. MARZO DE 2020 - JUNIO DE 2021



Fuente: elaboración propia

Si se analiza la presencia diferencial de las fuentes de información en el tratamiento mediático de las vacunas es posible advertir un fuerte peso de la comunidad científica. En efecto, los científicos, médicos y especialistas dominaron la gama de voces presentes en las noticias (24,8%), lo que coincide con las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) para combatir la infodemia en el contexto de la pandemia. En segundo lugar se ubica el Poder Ejecutivo Nacional (20%), con un peso muy importante del Ministerio de Salud (12,1%), institución a cargo del manejo de la pandemia en general, de la generación de datos oficiales y de la campaña de vacunación en particular. El dato también es concordante con las recomendaciones de buena praxis informativa de apegarse a datos oficiales en un contexto crítico como la pandemia.

“

Profesionales en red: comunicar datos desde las redes sociales

Un fenómeno emergente de la comunicación durante la pandemia y la campaña de vacunación fueron perfiles profesionales que, desde sus redes sociales, aportaron datos estadísticos sobre casos, dosis y proyecciones. Desde este lugar, se convirtieron en fuentes confiables y precisas que funcionaron en paralelo a los modos de comunicar de los medios. ¿Cómo jugaron estas dos dinámicas?

”

Me pareció cuando empezó esto el 15 de marzo de 2020 que iba a haber una necesidad de tener datos y empecé a anotar los datos que sacaba desorganizadamente el Ministerio de Salud en los partes, en un Excel. Y bueno, después pasó como pasó con muchas cosas que terminaba siendo el que tiene los datos simplemente por ser sistemático, por haberme tomado el trabajo de entrada de haber anotado. Así como ahora me hice conocido por esto, hace dos años era conocido por ser la persona que manejaba los números del presupuesto de ciencia y técnica. De la misma forma, es decir, no porque sea economista, simplemente porque empecé a anotar desde que era decano toda la información de ciencia y técnica y entonces me hice un compendio de información y de datos y demás, entonces era la referencia que mostraba cómo se estaba ajustando el presupuesto de ciencia y técnica y había aprendido cómo hacer las cuentas metodológicamente bien. Me he comido ataques de trolls, pero yo no los leo, es darle amplificación a esa gente. Entonces, cuando veo que hay alguien que honestamente pregunta algo y lo detecto, le contesto, apporto información.

Yo sigo en redes esencialmente a periodistas, porque mi objetivo fundamental original es aportar datos a periodistas. Mi objetivo no era ser yo el comunicador, si no digamos, que la gente que tiene el rol de comunicar lo pudiera hacer, que no le vendieran fruta a la gente. Y ahí si yo tengo experiencia de que si vos no llenas ciertos agujeros otro lo ocupa. Es el rol que uno puede cumplir.

JORGE ALIAGA
SECRETARIO DE PLANEAMIENTO
Y EVALUACIÓN INSTITUCIONAL -
UNIVERSIDAD NACIONAL
DE HURLINGHAM

MARÍA O DONNELL

PERIODISTA

Con relación a las prácticas periodísticas sobre la vacuna, creo que ayudó que hubiese gente trabajando desde redes sociales, sobre todo Twitter, con datos y el monitor de vacunación, que era como una referencia donde anclar un poco la discusión sobre cómo venía la vacunación. En comparación con la dinámica de los medios, las redes lo que hacían era exacerbar el debate más politizado con relación a determinadas vacunas, pero en redes yo vi gente de todo el arco político mostrando fotos vacunándose y la vacunación se volvió un momento celebratorio, así que dentro de todo vi a las redes más apaciguadas.





SOL MINOLDO

CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS
SOBRE CULTURA Y SOCIEDAD (CONICET / UNC)

Ha habido gente en redes sociales que hizo un trabajo excelente, muy valioso como Ernesto Rieznik con el tema vacunas. Jorge Aliaga que hizo un trabajo enorme con otras estrategias de prevención como el tema la ventilación y el instalar la importancia de la estrategia preventiva. Después hay periodistas científicos que me parece que han hecho un gran trabajo como sería el caso de Nora Bar, Pablo Esteban de *Página 12*, en *El Destape* ha habido algunas sorpresas gratas para mí.



En tercer lugar, y en coherencia con el análisis de la localización de las noticias, aparecen los funcionarios de otros países (10,8%) como fuentes relacionadas con las vacunas. El cuarto lugar también recae en el ambiente científico, aunque en esta ocasión, sobre actores con intereses particulares sobre el proceso de vacunación. En efecto, la voz de los laboratorios productores se ubicó entre las principales de la cobertura (10,2%).

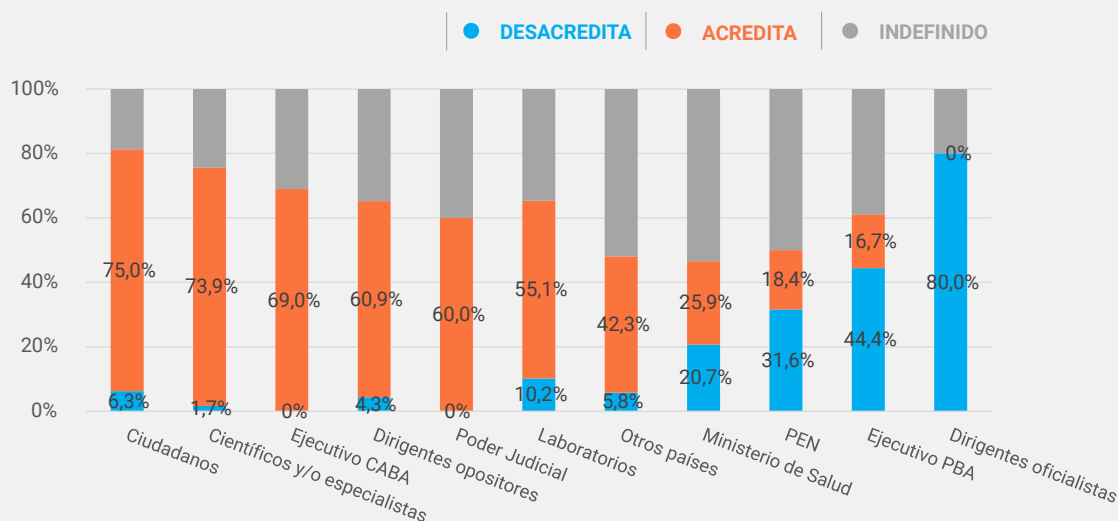
También en coincidencia con la centralización de la cobertura mediática en el AMBA, resultó importante la visibilidad de las autoridades de la CABA (6%) y del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires (3,8%). El dato contrasta con la baja visibilidad de los gobernantes del resto de las provincias del país, los que sumados acaparan sólo un porcentaje mínimo de las menciones (1,7%).

Si se analiza la dimensión política del fenómeno, las voces de dirigentes políticos sin responsabilidad de gestión ejecutiva de la oposición (4,8%) quintuplica a las voces de dirigentes oficialistas (1%).

Finalmente, la palabra de los ciudadanos (3,3%) y otros actores sociales relevantes como las empresas (2,7%) y personajes de la farándula, el espectáculo y los deportes (1,5%) resultaron marginales en la cobertura mediática del tema.

Ahora bien, si se tiene en cuenta que la fisonomía de la cobertura mediática es fuertemente influida no sólo por la gama de voces que incluye, sino por la diferenciación entre las versiones de los hechos que son acreditadas por los medios versus las que son discutidas o directamente desechadas, resulta importante analizar el nivel de crédito y/o descrédito de los principales actores presentes en las noticias.

GRÁFICO 13: NIVEL DE CRÉDITO PRINCIPALES FUENTES. INFORMACIÓN SOBRE VACUNAS. INFOBAE, CLARÍN Y LA NACIÓN. MARZO DE 2020 - JUNIO DE 2021



Fuente: elaboración propia

Si se analizan las versiones de los sucesos que mayor éxito obtuvieron en la prensa, es digno de destacar que las visiones de los ciudadanos sobre el asunto, aunque obtuvieron una visibilidad menor en el total de la cobertura, no fueron generalmente puestas en duda.

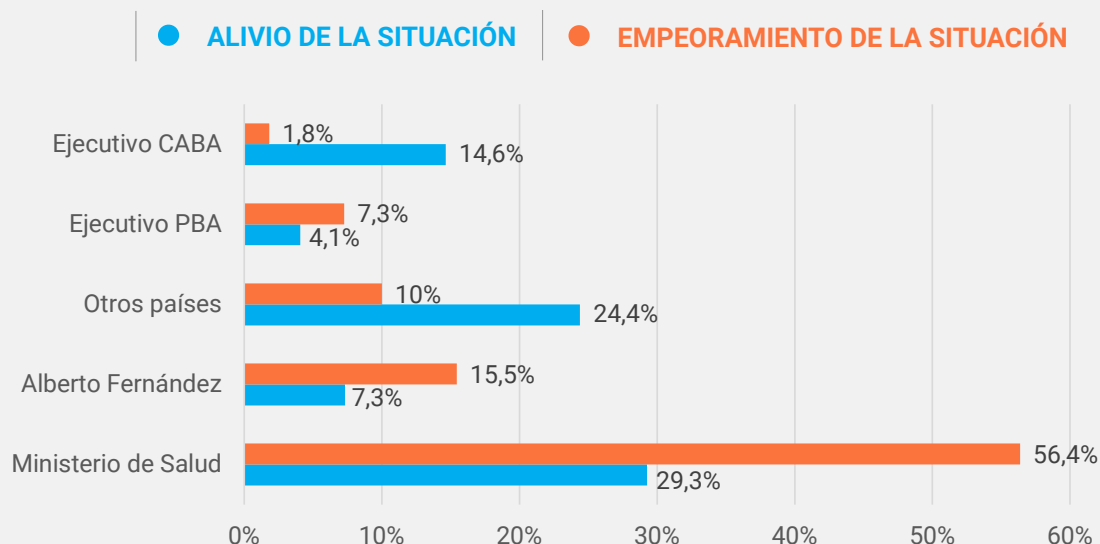
Del mismo modo, las opiniones y aportes de científicos y especialistas, primera fuente en nivel de visibilidad sobre el tema, obtuvieron un alto nivel de crédito, lo que permite establecer que la cobertura general sostuvo visiones basadas en la evidencia científica, acorde con las recomendaciones de la OMS para el tratamiento de la pandemia. Asimismo, resulta interesante advertir el alto nivel de crédito que obtuvieron los funcionarios de otros países en relación con las campañas de vacunación foráneas.

Ahora bien, se percibe en el crédito diferencial que obtuvieron las fuentes políticas nacionales una fuerte polarización. Mientras que las visiones de los funcionarios del Ejecutivo de la CABA, conducida por la principal alianza opositora, no fueron puestas en duda, del mismo modo que generalmente tampoco lo fueron las versiones de los principales dirigentes opositores; los principales funcionarios del PEN, del Ejecutivo de la Provincia de Buenos Aires, conducido por el mismo signo político que el gobierno nacional y los dirigentes políticos oficialistas fueron mayormente desacreditados. El dato evidencia que el posicionamiento político de las fuentes constituye una variable independiente en la comprensión de los encuadres dominantes sobre el tema en los medios más leídos del país.

Finalmente, los niveles de crédito y descrédito respecto del Ministerio de Salud resultan elocuentes para el análisis del funcionamiento del tratamiento informativo sobre el tema. Mientras que por lo general no se pusieron en duda los datos oficiales relativos a las vacunas emanados por dicha cartera, el escándalo de la malversación del proceso de vacunación durante el mes de febrero generó un amplio descrédito de las voces y perspectivas de los principales funcionarios, sobre todo hasta la renuncia del exministro Ginés González García. Ambas dinámicas explican la paridad entre el crédito y descrédito de la información emanada por este actor central de la pandemia.

Otro rasgo importante del tratamiento informativo consiste en la atribución de responsabilidad dedicada a los diferentes actores, ya sea por el alivio de una situación o por su empeoramiento.

GRÁFICO 14: ATRIBUCIÓN DE RESPONSABILIDAD SOBRE VACUNAS. INFOBAE, CLARÍN Y LA NACIÓN. MARZO DE 2020 - JUNIO DE 2021



Fuente: elaboración propia

El análisis de la atribución de responsabilidad demuestra que el Ministerio de Salud fue sindicado más veces como responsable por el empeoramiento de la situación que por su alivio. Lo mismo sucedió con la figura del presidente de la Nación, Alberto Fernández, y con el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires.

En cambio, el Ejecutivo de la Ciudad de Buenos Aires apareció mayormente como responsable del alivio de los ciudadanos, al igual que el resto de los países que fueron cubiertos mediáticamente, cuyas campañas de vacunación fueron generalmente elogiadas en comparación con la Argentina.

“

Gestión de la comunicación pública sobre las vacunas

La información oficial sobre las vacunas se desplegó a través de una gestión nacional de ejecución local. Campañas, anuncios y comunicación pública sobre turnos, tiempos y dosis poblaron la agenda informativa. ¿Fue eficaz la gestión comunicacional?

DR. DANIEL FEIERSTEIN

INVESTIGADOR PRINCIPAL CONICET,
PROFESOR UNTREF Y UBA

SOL MINOLDO

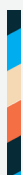
CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS
SOBRE CULTURA Y SOCIEDAD (CONICET / UNC)

La comunicación pública de la campaña de vacunación también me pareció mala, pese a que la campaña en sí fue muy buena. Pero fue pésimo, por ejemplo, el anuncio presidencial diciendo que íbamos a tener 20 millones de vacunas para vacunar a toda la población antes del inicio de la segunda ola. Jugó un efecto político absolutamente negativo, cuando para cualquiera que tuviera alguna idea de logística y alguna idea de cómo era el panorama de vacunas a nivel internacional, era muy claro que no se iba a lograr lo que el presidente innecesariamente estaba prometiendo, lo que nadie lo obligaba a prometer en ese contexto. Pero lo que sí se ve clarísimo es una diferencia en la gestión de las vacunas con respecto a la gestión de la pandemia.

Yo creo que el punto más bajo del gobierno en la gestión de la pandemia fue todo lo que se vincula a las lógicas de restricción: cómo implementarlas, cuándo implementarlas, cómo comunicarlas, cómo estructurarlas. Y el punto más alto de la gestión oficial en la pandemia ha sido el plan de vacunación, en el sentido que ha habido apuestas muy efectivas.

Me parece que se vincula al perfil de la ministra: la especialidad de Vizzotti se vincula a la vacunación y por eso lo hizo muy bien, pero se vio una dificultad para trabajar más a nivel de equipo en lo que conocía menos: sociología de la salud, políticas de restricciones y trazabilidad. Lo que es paradójico de la dinámica política argentina es que las mayores críticas de la oposición son por la política de vacunación, cuestionan aquello que fue exitoso. Y eso me parece que tiene que ver con cómo funciona la política argentina. Lo que se hizo peor no lo critica nadie y, en cambio, critican lo que se hizo bien. Aparece una cosa muy enrevesada en ese sentido.

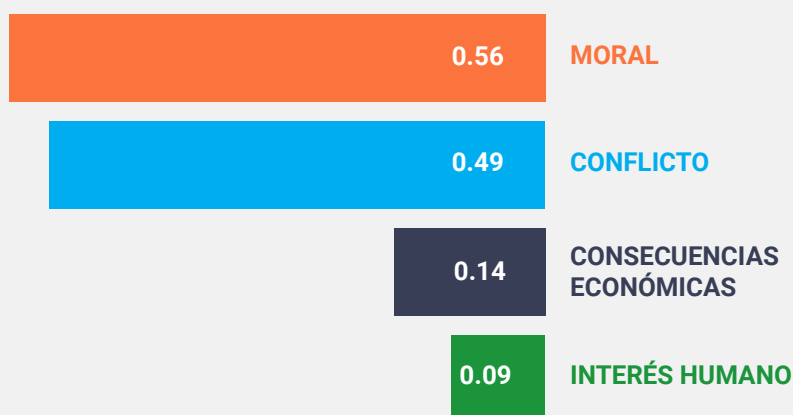
Desde el punto de vista de la comunicación, me parece que hubo estrategias en el sentido del mensaje que estuvieron equivocadas, pero también faltó profesionalismo. Faltó que fuera transversal. Faltó explotar más capacidades como mandar video, publicidades de Facebook, de Twitter, en las redes sociales. En el panel de expertos para asesorar en la gestión de la pandemia creo que hubo una sobre representación de la medicina en los consejos que se escucharon. Los ejes estaban en la respuesta médica, es decir ampliar la capacidad de los hospitales, del sistema sanitario, ese era la primera de las claves. La segunda de las claves era que aparecieran tratamientos médicos efectivos, algo que por supuesto no dependía del gobierno y la tercera clave, que aparecieran vacunas efectivas. Ninguna de las tres claves incluía ninguna otra cosa que una consideración de lo que la medicina y las ciencias que nutren a la medicina podían aportar. Todo lo demás, se minimizaba. Hay algo quizás de ideología científica detrás. Posiblemente quienes estaban liderando la gestión de la pandemia tenían un sesgo biologicista o lo que sea. Y pensaban que una pandemia se tenía que gestionar con esos ejes.



Finalmente, un último objetivo de la dimensión mediática del presente relevamiento consistió en el análisis de los encuadres predominantes en las noticias sobre vacunas.

GRÁFICO 15: ENCUADRES DE LA INFORMACIÓN SOBRE VACUNAS. INFOBAE, CLARÍN Y LA NACIÓN. MARZO DE 2020 - JUNIO DE 2021

MEDIA DE PRESENCIA DEL ENCUADRE
1 = Presencia total / 0 = Ausencia



Fuente: elaboración propia

Los encuadres mediáticos son concebidos como “principios organizadores socialmente compartidos y persistentes en el tiempo, que trabajan simbólicamente para estructurar el mundo social de modo significativo” (Reese, 2001, p. 11). En términos de Entman (2003), encuadrar supone establecer una definición causal de un problema, establecer una evaluación moral y prescribir un abanico de posibles soluciones.

Del análisis de los encuadres, los cuáles se miden en términos de presencia o ausencia en el marco de las piezas informativas, se desprende que el *frame* de moralidad fue el que más se utilizó para moldear el tema. El hallazgo supone que los medios de comunicación generalmente presentaron la información a partir de una fuerte carga afectiva, moral y evaluativa explícita, lo que se aleja de la pretensión de objetividad en el tratamiento de la información. En contextos sociales fuertemente polarizados, es posible que la preponderancia de la opinión sea un rasgo constitutivo de la noticiabilidad puesto que, como demuestran diversos estudios (Festinger, 1957; Kioussis, 2004; Trilling *et al.*, 2017), la carga evaluativa explícita desencadena procesos de identificación basados en los acuerdos cognitivos previos con las líneas editoriales planteadas, lo que le aseguraría a los medios la estabilidad de los contratos de lectura.

En relación con lo anterior, el segundo encuadre en términos de importancia fue el de conflicto. Producto de las controversias en relación con diferentes tópicos asociados a las vacunas, sobre todo respecto del acceso y el suministro y los

casos de corrupción en las aplicaciones, el encuadre de conflicto resultó muy relevante. En sintonía con el encuadre moral, y en el marco de un contexto fuertemente polarizado, las noticias que se construyen a partir de un protagonista y un antagonista aportan tono y drama al relato informativo. La controversia como factor de noticiabilidad y de captación de la atención de los públicos contribuye con construcciones informativas sobre este tipo de marcos, lo que resulta un problema en situaciones de zozobra como una pandemia.

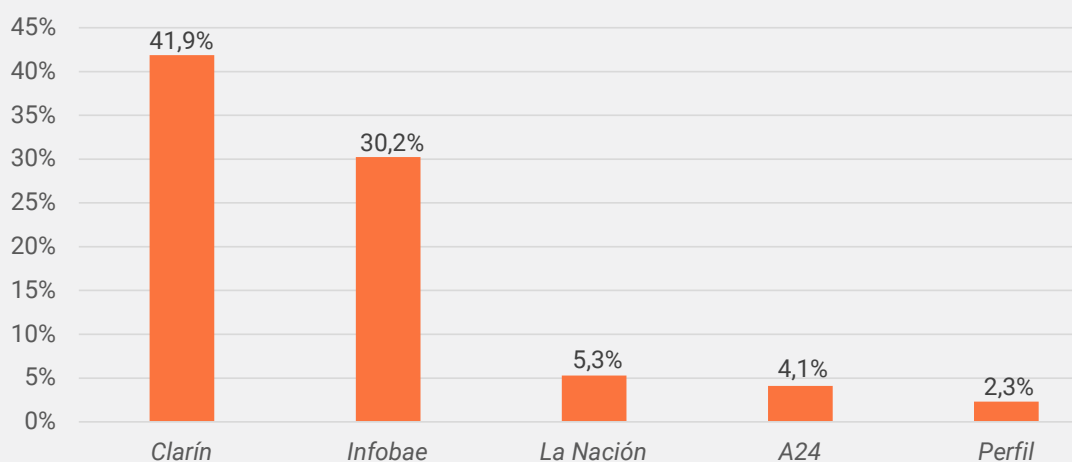
Finalmente, los encuadres de consecuencias económicas asociados a las vacunas y el de interés humano, consistente en historias de vida individuales afectadas y representadas por los medios, resultaron marginales en el tratamiento informativo.

En este punto, resulta trascendental el análisis de otra dimensión central del circuito de la información sobre vacunas en la Argentina, como lo es el consumo de la información y sus procesos de apropiación. Como se verá a continuación, no es posible establecer efectos mediáticos lineales producto de que la actividad de los consumidores, analizada en este trabajo a partir del estudio de su comportamiento en redes sociales e internet, plantea matices con la propuesta de las agendas mediáticas.

CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMO INFORMATIVO EN FACEBOOK

El análisis de la circulación de información sobre vacunas en *Facebook* se inició con una constatación que expresa que los medios digitales más consumidos del país fueron aquellos que mayor influencia tuvieron en la discusión pública en *Facebook*.

GRÁFICO 16: PROCEDENCIA DE LAS NOTICIAS MÁS RELEVANTES EN FACEBOOK, MARZO DE 2020 - JUNIO DE 2021

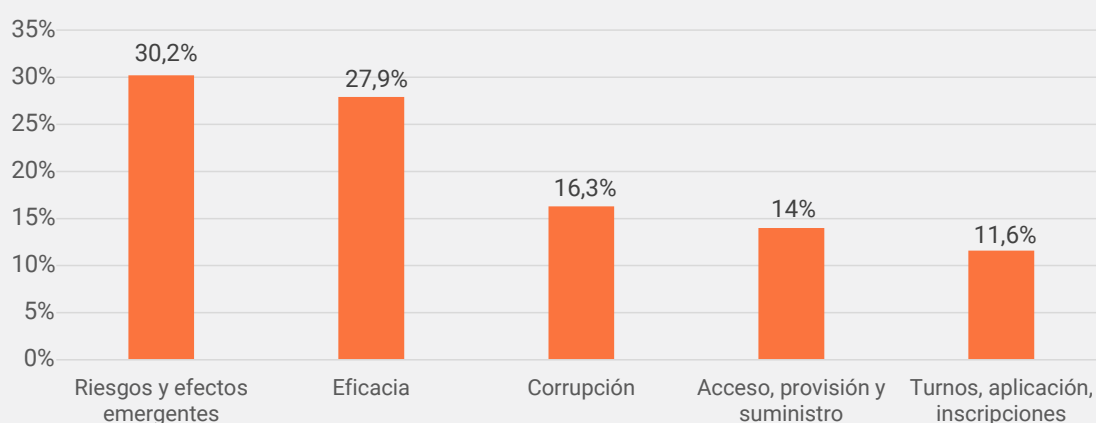


Fuente: elaboración propia

El dato resulta de analizar la procedencia de las noticias sobre vacunas más consumidas en la red social. Los resultados arrojan una fuerte concentración de las lecturas y reacciones sobre las notas que produjeron *Clarín*, *Infobae* y *La Nación*, los tres medios digitales más consumidos del país. En ese sentido, se constata una fuerte concentración de las lecturas sobre este tema sólo en *Clarín* y *La Nación*, que entre ambos aglutinan el 72,1% de las noticias que más circularon en *Facebook* sobre vacunas contra la Covid-19.

Si se analiza la relevancia de los diferentes tópicos asociados a las vacunas en *Facebook* es posible advertir una primera brecha respecto de la jerarquización propuesta por los medios.

GRÁFICO 17: FRECUENCIA DE TÓPICOS EN *FACEBOOK*, MARZO DE 2020 - JUNIO DE 2021

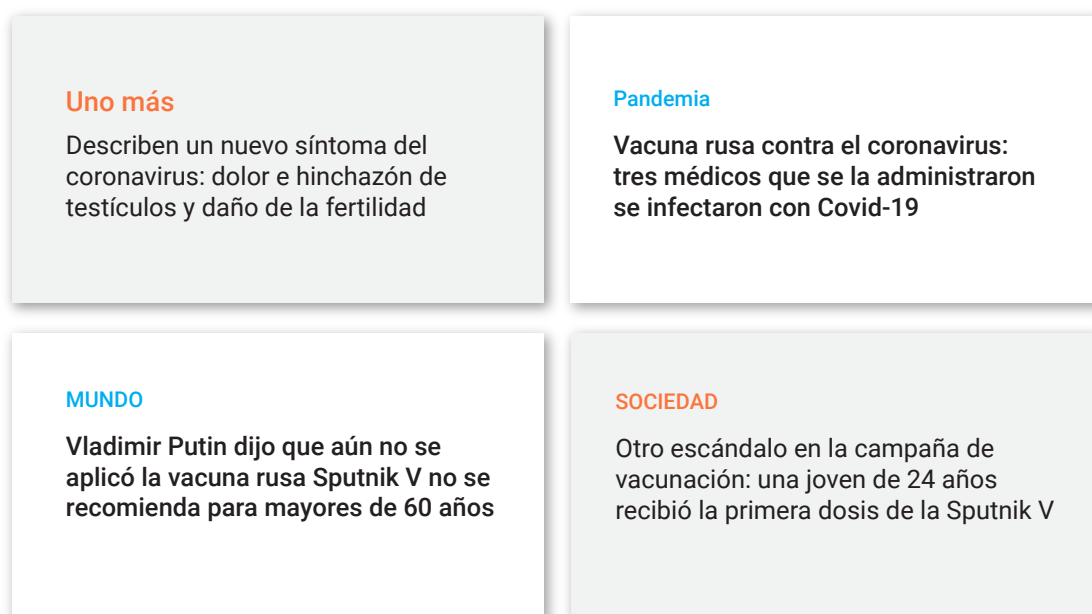


Fuente: elaboración propia

En efecto, el involucramiento de los usuarios de *Facebook* con las noticias sobre vacunas estuvo centrado principalmente en las noticias sobre riesgos y efectos adversos (30,2%) y en las referidas a la eficacia (27,9%), asuntos con una repercusión menor en la jerarquización mediática y que tienen la particularidad de ser más cercanos a la decisión de inocularse o no con una vacuna que, en todos los casos, además de ser nueva, fue aprobada de emergencia por las principales agencias sanitarias del mundo.

La corrupción asociada a las vacunas ocupó el tercer lugar (16,3%) entre las más importantes en *Facebook*. En tanto, la discusión sobre el acceso, la provisión y el suministro, principal asunto jerarquizado por los medios, aparece cuarta entre las preocupaciones ciudadanas en la red (14%). Finalmente, noticias relacionadas con el proceso de vacunación en sí, principalmente referidas a la gestión de turnos e información sobre franjas etarias habilitadas se ubicó en quinto lugar (11,6%).

FIGURA 2: EJEMPLOS DE LAS NOTICIAS MÁS RELEVANTES EN FACEBOOK, MARZO DE 2020 - JUNIO DE 2021

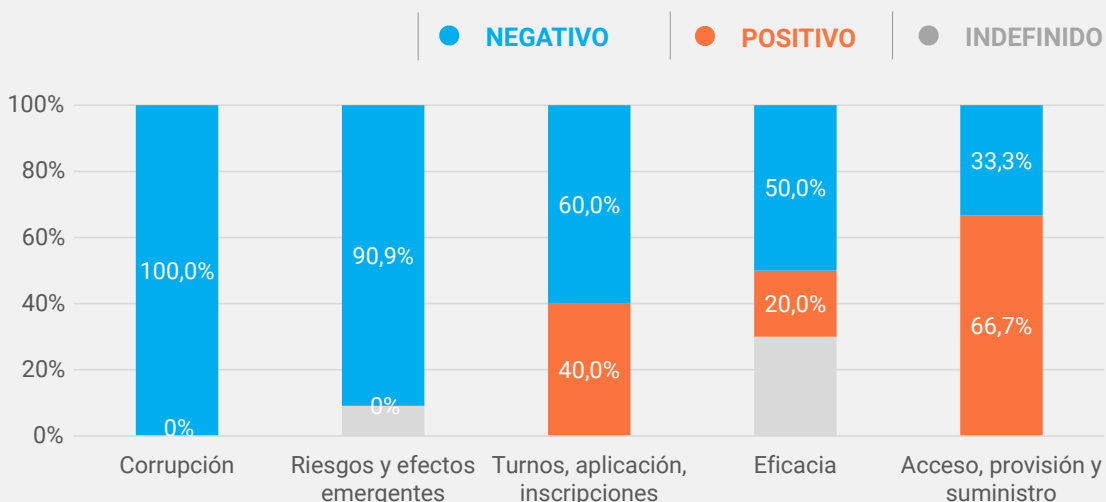


Fuente: elaboración propia

Sobre este punto, es importante destacar que las noticias sobre el proceso de desarrollo de las vacunas, segundas en frecuencia en las agendas mediáticas del proceso que se analiza, nunca llegaron a rankear entre las más relevantes en la red social. Algo similar ocurrió con otro de los temas presentes en la cobertura mediática, como lo fue el turismo de vacunas, que no concentró la atención de los usuarios de *Facebook*.

Ahora bien, en este punto resulta interesante analizar la fisonomía de las noticias que mayor nivel de involucramiento generaron en la red social con mayor penetración en el mundo y la Argentina.

GRÁFICO 18: TONO VALORATIVO NOTICIAS MÁS RELEVANTES EN FACEBOOK, MARZO DE 2020 - JUNIO DE 2021



Fuente: elaboración propia

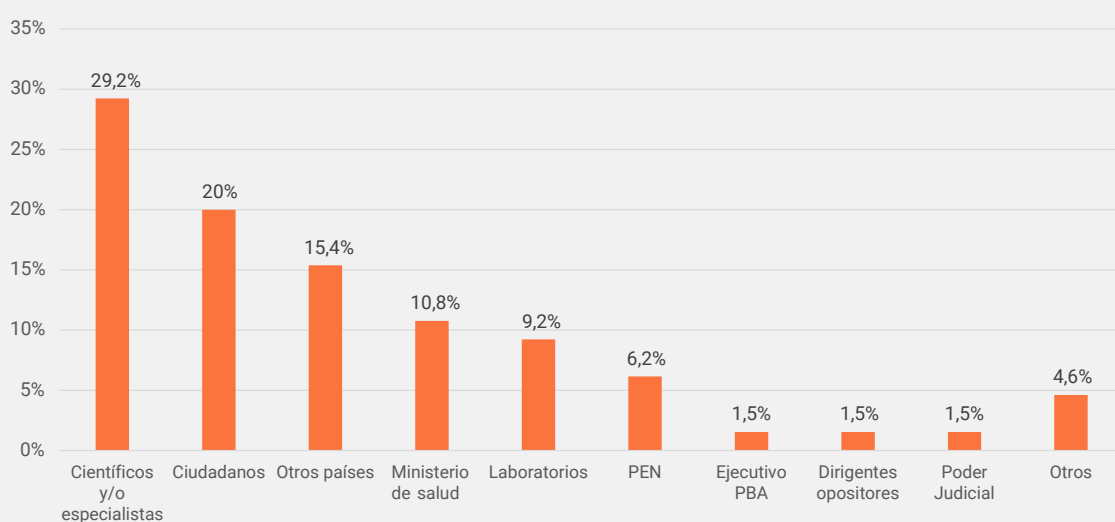
Un primer elemento para tener en cuenta en el análisis de los tipos de noticias que mayor nivel de involucramiento generaron en *Facebook* es que las piezas que rankearon más alto se caracterizaron por un mayor despliegue explícito de elementos afectivos respecto de las que mayor relevancia obtuvieron en las agendas mediáticas. Aún cuando en los medios hayan predominado notas construidas a partir de conflictos, mientras que el tono valorativo negativo acumulado en medios alcanzó al 48%, en *Facebook* la valencia negativa asociada a las vacunas trepó al 69,2%.

En cambio, el tono valorativo positivo disminuyó al 20,5% respecto del 24% que había acaparado en la cobertura mediática general. El dato llamativo en este punto es la disminución del tono indefinido al 10,3%, dato que permite confirmar la hipótesis que sostiene que las noticias que mayor nivel de involucramiento obtienen en redes contienen elementos afectivos explícitos.

Si se analiza la valoración respecto de cada tópico, fueron negativas todas las noticias sobre corrupción, nueve de cada diez referidas a riesgos y efectos emergentes, seis de cada diez relativas a la campaña de vacunación y gestión de turnos y cinco de cada diez de las que remitieron a la eficacia de las vacunas. En cambio, la valoración positiva se impuso sobre el acceso, la provisión y el suministro de las vacunas y alcanzó a cuatro de cada diez noticias sobre la campaña de vacunación y a dos de cada diez piezas relativas a la eficacia de los inoculantes. Sobre este punto también contrasta un dominio de noticias positivas sobre el acceso de la Argentina a las vacunas, principalmente relacionadas con la fabricación local de Sputnik V, cuando la cobertura mediática general fue mayormente negativa sobre este asunto.

En este punto también resulta importante establecer cuáles fueron los principales actores incluidos en los posteos.

GRÁFICO 19: FRECUENCIA ACTORES EN FACEBOOK, MARZO DE 2020 - JUNIO DE 2021



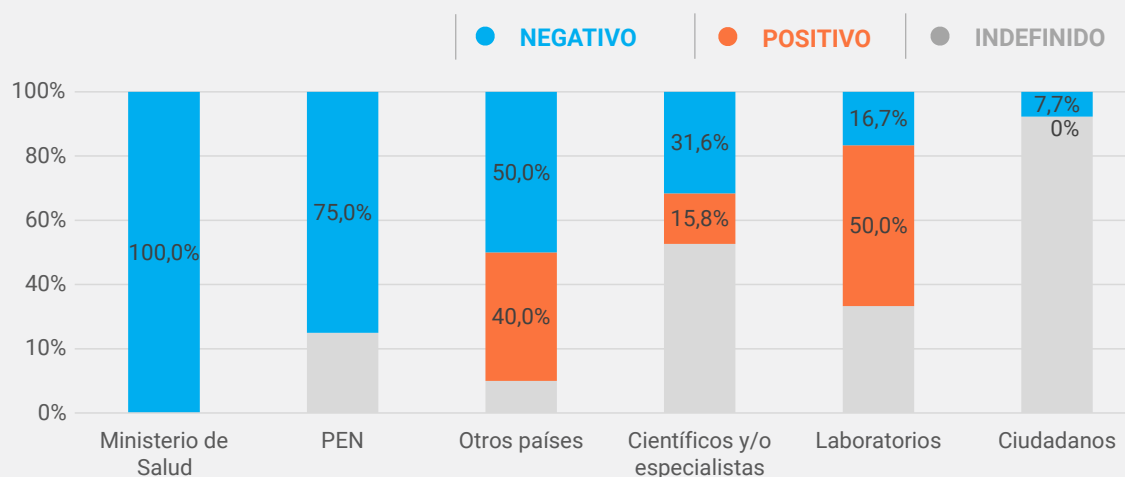
Fuente: elaboración propia

Tal como sucedió al analizar las fuentes de información en las coberturas noticiosas, los científicos y especialistas son los actores con mayor presencia en los posts informativos que incluyeron noticias sobre vacunas en *Facebook* (29,2%). Un primer elemento novedoso, que expresa la fisonomía particular de las informaciones que mayor nivel de involucramiento generaron en la red social, es que los ciudadanos comunes, generalmente presentados como víctimas de la enfermedad, aparecen como el segundo actor con mayor visibilidad (20%). El hallazgo da cuenta de otro rasgo central de las noticias más relevantes en la red social: la personalización de las noticias y la importancia de historias de vida que captan la atención de los usuarios.

En tercer lugar, se ubican las autoridades de otros países (15,4%), mientras que el Ministerio de Salud de la Nación ocupa el cuarto lugar (10,8%), bastante por delante del resto de los funcionarios del PEN, incluido el Presidente (6,2%). Los laboratorios, protagonistas centrales de la problemática, acaparan el quinto lugar (9,2%). Por último, el Ejecutivo de la Provincia de Buenos Aires, los dirigentes de la oposición y el Poder Judicial obtienen una presencia marginal (1,5% cada uno de ellos).

En este contexto, resulta revelador analizar la valoración que los principales actores en *Facebook* adquirieron en los posts.

GRÁFICO 20: TONO VALORATIVO ACTORES EN FACEBOOK, MARZO DE 2020 - JUNIO DE 2021



Fuente: elaboración propia

Tal como se desprende del gráfico 20, y en concordancia con el tono valorativo predominante en la totalidad de los posts, la mayoría de los actores presentes en las noticias más compartidas en *Facebook* sobre vacunas obtuvieron valoraciones negativas. Esto fue así para el 100% de las menciones del Ministerio de Salud, el 75% de las que remitieron a otros funcionarios del PEN y para el 50% de los funcionarios de otros países, especialmente los gobiernos y autoridades de Rusia y China.

En tanto, es de destacar que los científicos y/o especialistas aparecen valorados la mayor parte de las veces también de manera negativa. El fenómeno se explica por la alta frecuencia que obtuvieron en esta plataforma noticias relativas a los riesgos asociados a las vacunas y a las dudas respecto de su eficacia. En tanto, los laboratorios, especialmente los estadounidenses, son los únicos que adquirieron una valoración predominantemente positiva en los posteos informativos sobre vacunas más relevantes.

“

Desafíos y aprendizajes para el periodismo: cómo mejorar la comunicación de ciencia y de salud

La experiencia inédita de comunicar una pandemia y una campaña de vacunación con una vacuna desarrollada en tiempo récord planteó desafíos para los medios, los y las periodistas y para la gestión pública de la comunicación. ¿Qué aspectos de las prácticas de comunicación y periodísticas se pueden fortalecer a partir de esta experiencia?

Hay que fortalecer el rol del periodismo científico en general. Esto es fundamental y ha jugado su rol en la degradación del periodismo. Es un problema más internacional que argentino, pero que acá también lo sufrimos. El relativismo ha hecho mucho daño a la sociedad. El relativismo epistemológico y el relativismo moral que es creer que todo es igual, que todo es lo mismo. Esto es lo que facilitó esa degradación del periodismo. Hay especialidades, no es que cualquiera puede hablar de cualquier tema en cualquier lugar. Si hay gente que se especializa en cuestiones científicas, periodistas, bueno es lógico que sean los encargados de comunicar lo que ocurre en una pandemia. Hubo muchos periodistas científicos muy buenos, en Argentina los hay y el rol que tuvieron no fue más importante básicamente porque sus medios no les dieron el lugar que le tenían que dar. Ni sus medios ni el aparato público de medios tampoco.

DR. DANIEL FEIERSTEIN
INVESTIGADOR PRINCIPAL CONICET,
PROFESOR UNTREF Y UBA

”



SOL MINOLDO

CENTRO DE INVESTIGACIONES
Y ESTUDIOS SOBRE CULTURA
Y SOCIEDAD (CONICET / UNC)

La cobertura de la pandemia nos deja muy claro que hay que trabajar mucho la comunicación de ciencias. Hay muchísimo desarrollado en esa área como área disciplinaria propia. Y quizás algún abordaje más de las ciencias sociales para entender la diversidad desde una perspectiva de género, de edades, de clase, hasta política, entender un poco cómo los mensajes tienen que ir calando en públicos, audiencias muy diferentes. Ya no podemos pensar en un solo mensaje o una sola forma de hablar. Y después otra cosa que me parece que sería muy interesante generar formación en cómo trabajar interdisciplinariamente, porque algo que me parece que faltó mucho fue entender cómo articular distintas disciplinas.

JORGE ALIAGA

SECRETARIO DE PLANEAMIENTO Y EVALUACIÓN
INSTITUCIONAL - UNIVERSIDAD NACIONAL
DE HURLINGHAM

Hay que trabajar y machacar mucho en conocimientos básicos, es decir cosas básicas de pensamiento científico. A mí me tocó siendo decano la gripe H1N1 y también Botnia y me acuerdo que llamaban porque hicimos la línea de base de Botnia en Gualeguaychú con el grupo de investigadores de Exactas de la UBA y me decían “se demostró que tal cosa” y yo les decía que una cosa es demostrar que algo existe y otra cosa es demostrar que algo no existe. Si no encontraste uno puede ser que no encontraste, no que no existe. Entonces, la demostración de que no existe, no es no encontrarlo. Esas cosas tan básicas sería importante trabajarlas. Otra cosa muy común son las fluctuaciones: típica nota de todos los años, inscriptos a las carreras de la facultad. Entonces el o la periodista que hacía la nota te decía “ah bajó tal matrícula” y vos le decías “no mirá, bajó en tal porcentaje que está dentro de la fluctuación estadística” “¿Qué?”. Me parece que hay un tema de alfabetización que lo ideal sería que toda la gente tuviera cierta cultura de ese tipo de temas justamente para poder leer cierta información, y eso lo remarca mucho Paenza. Pero mucho más si además el que lo tiene que comunicar, comunica sacando conclusiones que en principio no se sostienen desde los datos. Ahí hay un tema para fortalecer mucho. El grupo de periodistas científicos es un grupo chico y las secciones de ciencia suelen estar subsumidas en salud o en información general. Si no tenés conciencia de esas cosas, eso se refleja después en cómo entendemos el tema vacunas.



MARÍA O DONNELL

PERIODISTA

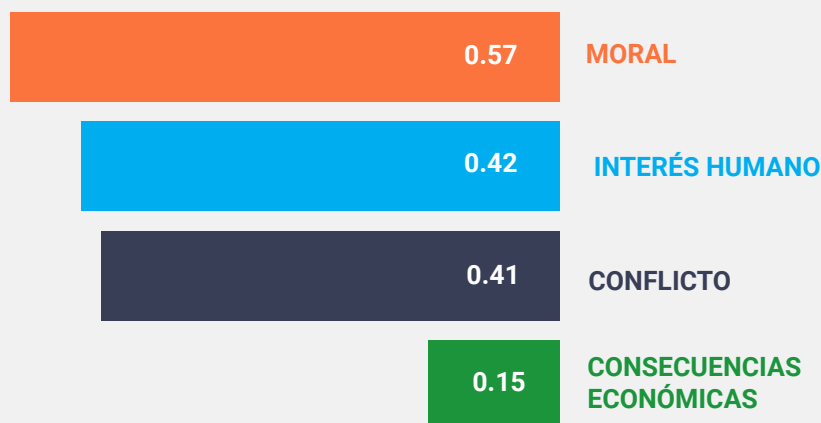
Creo que dentro de un periodismo lleno de grieta, muy irresponsable y muy subido de tono en su comportamiento en muchas cosas, dentro de todo creo que con la vacuna eso funcionó de otra manera, con un mayor grado de responsabilidad en términos generales, y esto tiene que ver con la adhesión de los argentinos a la campaña de vacunación. Por supuesto que cuando se tratan temas de salud o ciertos temas específicos se ven más las carencias del periodismo y se evidencia cuán importante es el periodismo especializado, en cualquier especialidad. La pandemia ha demostrado cuánto lo es en temas de salud y de ciencia.



Finalmente, es importante analizar, tal como se hizo en la cobertura mediática, cuáles fueron los encuadres predominantes de los *posts* en *Facebook* sobre vacunas. El estudio de esta variable posibilitará establecer con mayor precisión una caracterización de la fisonomía de los contenidos más compartidos en la red y una comparación entre lo que los medios jerarquizaron en relación con las vacunas y lo que los usuarios, a partir de su actividad online, jerarquizaron a través de sus consumos e interacciones con los contenidos informativos.

GRÁFICO 21: ENCUADRES PREDOMINANTES EN LAS NOTICIAS MÁS RELEVANTES EN FACEBOOK, MARZO DE 2020 - JUNIO DE 2021

MEDIA DE PRESENCIA DEL ENCUADRE
1 = Presencia total / 0 = Ausencia



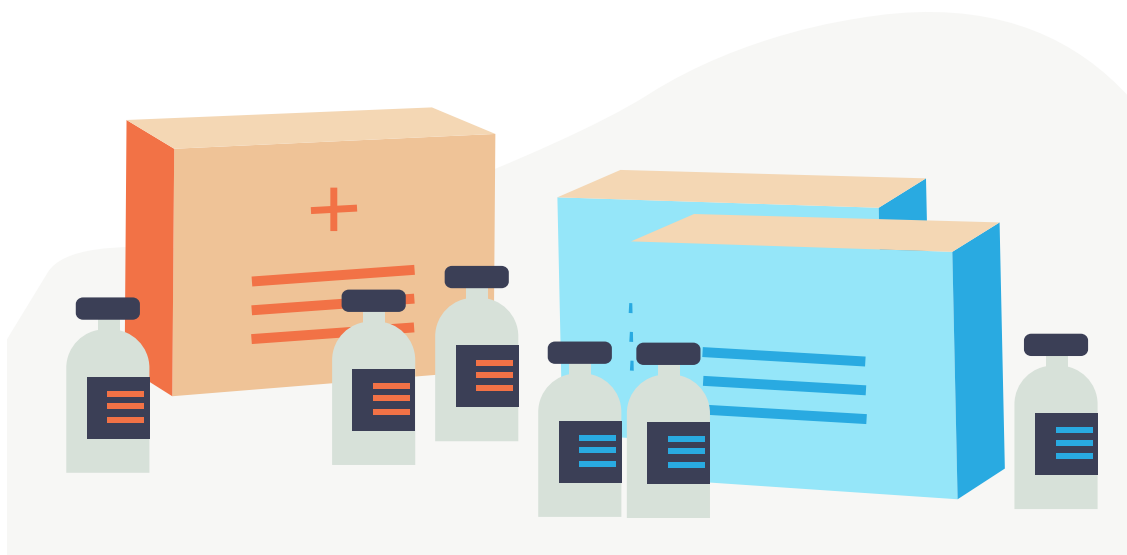
Fuente: elaboración propia

En primer lugar, es de destacar que, tal como en el tratamiento informativo general, predomina un enfoque moral sobre el problema que se condice con elementos valorativos explícitos que se analizaron tanto en la cobertura mediática general como entre las piezas predominantes en la red. Sin embargo, uno de los elementos novedosos que diferencia la jerarquización propuesta por los medios con la que los propios usuarios realizan en *Facebook* es que, además de una divergencia en los tópicos, que se constató previamente, existe una brecha también al nivel de los encuadres.

Mientras que las noticias sobre vacunas que incluyeron el encuadre de interés humano, es decir, aquellas que narraron historias de vida individuales o la afectación del problema al nivel de ciudadanos concretos, fueron marginales en la cobertura del problema, esas noticias fueron las que más llamaron la atención de los usuarios de *Facebook*. Concretamente, se constata que las piezas más relevantes en la plataforma recurrieron frecuentemente al despliegue de personas afectadas directamente en el marco de los diferentes tópicos que se analizaron. Por ejemplo, historias de afectación individuales relacionadas con efectos secundarios de las vacunas o con falta de eficacia que derivó en la enfermedad o incluso la muerte de personas vacunadas fueron recurrentes entre las que mayor nivel de *engagement* generaron en la red.

Asimismo, el gráfico 21 expresa una fuerte presencia del encuadre de conflicto entra las noticias que más rankearon en *Facebook*, lo que resulta concordante con la cobertura mediática general y complementario con los encuadres moral y de interés humano. En efecto, tanto las controversias como las historias de vida suelen incluir elementos afectivos explícitos que son centrales en las construcciones de las noticias.

Finalmente, también en concordancia con los hallazgos sobre la cobertura general, es posible advertir una baja presencia de notas sobre la dimensión económica de las vacunas entre las más relevantes en la red social *Facebook*.



4 Conclusiones

Los hallazgos de este trabajo, que tuvo como objetivo analizar la cobertura informativa sobre vacunas y el consumo de noticias en redes sociales durante más de un año y medio de pandemia, permitieron echar luz sobre diferentes aspectos del circuito informativo de uno de los tópicos centrales del Covid-19 en la Argentina. La discusión sobre las vacunas, una de las principales vías de salida a una situación de crisis global que afecta la salud y la vida de las personas en todo el planeta, acaparó un lugar preponderante tanto en la superficie mediática cuanto en el debate público. La comparación entre la agenda que los medios proponen y las noticias que los usuarios jerarquizan a partir de su actividad y consumo permite comprender más acabadamente dinámicas de la circulación de la información que resultan relevantes para el diseño de políticas públicas e iniciativas de información eficaces.

El tratamiento de la información sobre vacunas en medios atravesó diferentes etapas relacionadas con eventos críticos que tuvieron lugar a lo largo del proceso. En los comienzos, la preocupación sobre el desarrollo de las vacunas acaparó la atención de los periodistas. En el momento en el que la vacuna pasó de ser un proyecto lejano a una realidad palpable, las disputas y *lobbys* empresariales y gubernamentales generaron una discusión geopolítica que ocupó un lugar central.

Con la llegada de las vacunas al país, y en relación con problemas globales de suministro que impactaron fuertemente a nivel local, la discusión preponderante se orientó sobre las gestiones para el acceso a un bien escaso. Ese proceso, dramático por momentos, se vio afectado por el escándalo político a partir de la constatación de repartos discrecionales de vacunas por parte del gobierno nacional que incrementaron la polarización sobre el tema y desencadenaron una espiral de indignación social que incluyó demostraciones en el espacio público y acusaciones cruzadas entre dirigentes. Finalmente, con la estabilización de la llegada de vacunas, la información sobre la gestión de las inoculaciones ocupó un lugar central.

Del análisis realizado se desprende que **la valoración preponderante de las noticias sobre el tema fue negativa, rasgo que se acentúa entre aquellas más consumidas en redes sociales**. No obstante, tanto en los medios como en las redes, las piezas informativas con elementos afectivos explícitos, fuertemente moralizantes y que alentaron la polarización dominaron la discusión.

Sobre esa fuerte polarización influyó una variable central, como lo fue la localización de la noticia. Mientras que, por lo general, las informaciones sobre la campaña de vacunación en la Argentina fueron presentadas a partir de la

controversia y el conflicto, la vacunación en otros países fue contrastada con la nacional a partir de los rasgos positivos de los modelos foráneos.

A nivel nacional, existieron tratamientos diferenciales en relación con los territorios gestionados por el oficialismo y la oposición, lo que configuró una **cobertura partisana que afectó la calidad informativa** necesaria para dinamizar un debate público robusto.

En este punto, resultó central el análisis de los encuadres mediáticos predominantes, entre los que se destacan marcos morales y de conflicto que moldearon la información. **Los hallazgos refuerzan la hipótesis de una cobertura que, en buena medida, se mostró incapaz de sustraerse de la discusión político partidaria.**

Sin embargo, esos rasgos polarizantes que se inscriben en una lógica mediática en la que a nivel global tienden a prevalecer los sesgos de dramatización, personalización y descontextualización de la noticia, como producto de la crisis de modelos de negocio de los medios, fuertemente impulsada por la digitalización y el cambio en los hábitos de consumo, puede matizarse con aspectos positivos en el tratamiento de la información sobre vacunas.

Al analizar las fuentes de información presentes en las noticias se constata un promedio de 2,37 citas por nota, número mayor a la media del periodismo nacional. Asimismo, **se comprueba que los puntos de vista preponderantes en las noticias fueron formulados por la comunidad científica sobre la base de datos oficiales provistos por el Ministerio de Salud, otras autoridades sanitarias globales y los propios laboratorios, lo que coincide con las recomendaciones de la OMS para evitar la infodemia.**

Sobre la misma dimensión de análisis, se corrobora que las fuentes científicas y oficiales obtienen un fuerte nivel de crédito. Excepto cuando fueron consultadas sobre los escándalos políticos asociados al tema, situación que puso a los medios en actitud de sospecha, lo que es coherente con su rol de vigilancia de los poderes públicos.

La paradoja de una cobertura partisana basada en el conflicto que se sostiene sobre datos oficiales y fuentes científicas no permite afirmar que los medios hayan desalentado la campaña de vacunación. El informe permite avanzar en la comprensión del modo en que los condicionamientos de los modelos de negocio, líneas editoriales y la necesidad de captación de lectores impactan sobre el proceso productivo de la información. Ello explica que no sea contradictoria la existencia de titulares sensacionalistas fuertemente emocionales que no se condicen con desarrollos generalmente aceptables en el manejo y despliegue de la información y los datos.

Las dinámicas mediáticas, como se dijo, no pueden ser escindidas de los procesos de producción de la información ni de los de apropiación de las noticias por parte de los usuarios. **El consumo incidental a través de plataformas, redes y agregadores de contenidos impacta en las lógicas productivas. El resultado de estas tensiones condensa en la estructuración de las agendas.**

Los hallazgos sobre la información más relevante en *Facebook*, la red social con mayor penetración global, expresa, en alguna medida, las búsquedas y demandas de los usuarios. En ese terreno, se constata que la información más exitosa sobre vacunas evidencia brechas respecto de la jerarquización propuesta por los medios, tanto a nivel temático, como al nivel de los encuadres predominantes.

Mientras que el acceso y el suministro marcó el pulso de la discusión mediática, la eficacia y los efectos secundarios de las vacunas constituyeron los aspectos que más parecen haber captado la atención pública. En tanto, mientras que el conflicto político condicionó la oferta de los medios, las microhistorias más cercanas a las identificaciones individuales y posibles afectaciones concretas de las vacunas acapararon en mayor medida la atención de los consumidores.

En ese contexto, el presente informe se presenta como una herramienta de diagnóstico para el desarrollo de acciones concretas. Las condiciones de trabajo en redacciones en las que la inmediatez y la novedad marcan el pulso de la información impiden una formación adecuada de los periodistas para un tratamiento responsable y erudito de información sensible en un contexto de crisis global.

En ese marco, las capacitaciones en divulgación de la ciencia, en periodismo científico y en nociones básicas de epidemiología y manejo de comunicación de crisis se muestran como posibles contribuciones que, impulsadas tanto desde la política pública como desde iniciativas de responsabilidad social empresarial, pueden contribuir sustancialmente con la incorporación de un mayor valor agregado periodístico a la información. De ello depende, en buena medida, la calidad informativa que, en contextos de pandemia y sobre temas tan sensibles, se convierte en un bien sustancial para robustecer el debate público y contribuir con una toma de decisiones informada.

5 Referencias bibliográficas

- Entman, R. M. (2003). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance* (1.^a ed.). Stanford University Press.
- Kioussis, S. (2004). Explicating media salience: A factor analysis of New York Times issue coverage during the 2000 U. S. presidential election. *Journal of Communication*, 54(1), 71-87. <https://doi.org/10.1093/joc/54.1.71>
- Martin, J., & White, P. R. R. (2007). *The Language of Evaluation* (J. R. Martin & P. R. R. White (eds.)). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9780230511910>
- Newman, N., Flechter, R., Schulz, A., Andi, S., & Nielsen, R. (2020). Reuters Institute Digital News Report 2020. En *Reuters Institute Digital News Report 2020*. www.leibniz-hbi.de.
- Pellegrini, S., & Mujica, M. C. (2006). Valor Agregado Periodístico (VAP): la calidad periodística como un factor productivo en un entorno medial complejo. *Palabra Clave*, 9(1), 7-18.
- Reese, S. D. (2001). Framing Public Life: A Bridging Model for Media Research. En S. Reese, O. Gandy, & A. Grant (Eds.), *Framing Public Life: A Bridging Model for Media Research* (1.^a ed., pp. 7-31). Lawrence Erlbaum.
- Rodrigo Alsina, M. (1989). La producción de la noticia. En *La construcción de la noticia* (1.^a ed., pp. 140-200). Paidós.
- Sigal, S., & Verón, E. (2003). *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista* (1.^a ed.). Eudeba.
- Trilling, D., Tolochko, P., & Burscher, B. (2017). From Newsworthiness to Shareworthiness: How to Predict News Sharing Based on Article Characteristics. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 94(1), 38-60. <https://doi.org/10.1177/1077699016654682>
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales* (1.^a ed.). Siglo XXI.
- Zuazo, N. (2018). *Los dueños de internet. Cómo nos dominan los gigantes de la tecnología y qué hacer para cambiarlo* (1.^a ed.). Debate.