



Escuela de
Política y Gobierno
EPyG_UNSAM

Licenciatura en Ciencia Política

Escuela de Política y Gobierno
Universidad Nacional de San Martín

Tesina de Investigación

Título:

***Redes sociales y medios de comunicación tradicionales: una
polarización que se retroalimenta***

Tesista: Leandro Martín Pizarro

Tutora: Lucía Vincent

Fecha: 2021



Resumen:

¿Cómo la polarización en las redes sociales se relaciona con la que sucede en los medios de comunicación tradicionales?; Entre medios tradicionales y redes sociales se da un doble proceso que se retroalimenta: la agenda polarizante en las redes se impregna en los medios de comunicación tradicionales y, por otro lado, la agenda polarizante de los medios circula por las redes. Para comprobar esta hipótesis, se realizó un estudio cualitativo de un caso: la polarización de la agenda pública en las redes sociales y su relación con la polarización en los medios tradicionales durante el aislamiento social preventivo y obligatorio (A.S.P.O.) en la República Argentina desde agosto de 2020 a junio de 2021, focalizándonos en torno a la discusión sobre la/s vacuna/s, es decir, su procedencia, su llegada al país, su efectividad, su distribución, tanto en la información que circuló en redes sociales como en los medios tradicionales. El resultado fue que, efectivamente se da una relación simbiótica entre redes y medios tradicionales que, entre otras cosas, les sirve para viralizar consignas a los primeros y fortalecer argumentos a los segundos.

Palabras Clave: Medios de comunicación, cuarentena, polarización, redes sociales, opinión pública, vacunas.



Índice

Resumen:.....	2
Introducción:	4
Rol de los medios tradicionales y la irrupción de las redes sociales:	6
La polarización en medios y redes: un marco conceptual:	9
Metodología:.....	14
Proceso de retroalimentación entre redes sociales y medios convencionales	17
1.1 Vacunación, una nueva esperanza:.....	17
1.2 Sputnik V	18
1.3 Vacunatorio V.I.P.....	24
1.4 Sputnik V.I.D.A.	27
1.5 Pfizer	31
1.6 ¿Te cura o te mata?.....	34
Epílogo a modo de conclusión:	37
Bibliografía:	39

Introducción:

Las redes sociales son un factor relevante a la hora de marcar la agenda pública de temas. Son, además, una efectiva herramienta para generar e impulsar proclamas por parte de la sociedad civil, que, desde otros medios más tradicionales, sería casi imposible de lograr, debido a la falta de acceso a los mismos. De esta manera, existen temas o demandas generadas por una parte interesada de la población, que se activan desde las redes sociales y luego se les da cobertura mediática a través de medios convencionales (Schuliaquer y Vommaro, 2020).

De esta forma, se instalan, se promueven y se organizan, *marchas, cacerolazos, protestas, ruidazos*. Bajo variadas consignas y colores políticos, todas estas acciones se llevaron adelante en la Argentina en los últimos años con distintos grados de éxito, pero en todos los casos tuvieron su objetivo cumplido, que fue el de exponer y/o visibilizar una demanda popular, a través de “manifestaciones ciudadanas en la era digital” (Annunziata y Gold, 2018).

Estos temas que se instalan en la agenda pública, en numerosas oportunidades generan opiniones concentradas que se refuerzan por el uso de las redes sociales, es por ello, que son el medio favorito para instalar temas álgidos y provocativos, debido al anonimato, al bajo costo político de llevar la discusión a ese terreno y la utilización entre otras, de bots¹, trolls² y big data³ como herramientas. Las redes sociales, además, suelen ser

¹ Bot (aféresis de robot) es un programa informático que efectúa automáticamente tareas repetitivas a través de Internet, cuya realización por parte de una persona sería imposible o muy tediosa.

² Describe a una persona con identidad desconocida que publica mensajes provocadores, irrelevantes o fuera de tema en una comunidad en línea, como pueden ser un foro de discusión, sala de chat, comentarios de blog, o similar, con la principal intención de molestar o provocar una respuesta emocional negativa en los usuarios y lectores, con fines diversos.

³ El concepto de **big data** pertenece a la lengua inglesa y no forma parte del diccionario que elabora la Real Academia Española (RAE). La noción alude al almacenamiento y la gestión de una cantidad elevada de datos. (<https://definicion.de/big-data/>)

campo fértil para sembrar rumores, noticias falsas (fake news), videos falsos (Deepfake), discursos de odio, y otras tantas formas de manipulación de la información que nos llega y que muchas veces confundimos su veracidad con su verosimilitud. El grado de polarización alcanzado en las redes sociales, a la hora de intentar introducir una cuestión en la agenda pública de temas es muy amplio, suele darse dado a que la mayoría de las personas tienden a seguir cuentas que son afines a su forma de pensar y a sus creencias políticas, generando un descreimiento de aquellas otras cuentas o personas que sugieran lo opuesto a este pensamiento (Calvo y Aruguete, 2020).

La pregunta de investigación que propone este trabajo es: ¿Cómo la polarización en las redes sociales se relaciona con la que sucede en los medios de comunicación tradicionales?; Como respuesta a esta pregunta, esta tesis propone como hipótesis que entre medios tradicionales y redes sociales se da un doble proceso que se retroalimenta: la agenda polarizante en las redes sociales se impregna en los medios de comunicación tradicionales y, por otro lado, la agenda polarizante de los medios tradicionales circula por las redes. Es decir que, por un lado, los medios de comunicación tradicionales se valen de las consignas de las redes sociales para reforzar, apoyar o validar los argumentos, que son consonantes con la línea editorial, por el otro, en redes sociales circula información u opiniones desplegadas en medios tradicionales para validar las fuentes de la información de lo que se está compartiendo. De esta manera, partiendo de una consigna polarizante se realizan diferentes interpretaciones, se instalan o no temas en la agenda pública, y/o se generan nuevos temas para desviar la atención de otros, tanto en los medios tradicionales como en las redes sociales.

Para comprobar esta hipótesis, se realizó un estudio cualitativo de un caso: la polarización de la agenda pública en las redes sociales y su relación con la polarización en los medios tradicionales durante el A.S.P.O. (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio) en la República Argentina desde agosto de 2020 a junio de 2021, dando inicio a la era de la proliferación de consignas vía redes sociales, llamando a realizar *cacerolazos*, *aplausos a los médicos*, *marchas presenciales (respetando el distanciamiento social y con barbijos)*, *marchas contra el comunismo*, entre otras. La investigación se focalizó en torno a la

discusión sobre la/s vacuna/s, es decir, su procedencia, su llegada al país, su efectividad, su distribución, tanto en la información que circuló en redes sociales como en los medios tradicionales.

Para ello, se recolectaron muestras de la red social Twitter sobre un tema específico vinculado a la/s vacuna/s, y se analizó la relación de estos contenidos con el que circuló en los medios convencionales. Para ello se utilizó la herramienta “RStudio”, y se recolectaron tweets de diferentes cuentas, tanto oficialistas como opositoras al gobierno. Se analizó la discusión en términos dicotómicos, luego se mostró la repercusión mediática de dicha discusión en los medios tradicionales a partir del análisis de artículos en diarios digitales, para finalmente, mostrar de manera empírica la vinculación entre las polémicas desplegadas en la prensa tradicional y las discusiones surgidas en el seno de las redes sociales, y cómo estos temas toman relevancia al ser instalados por los medios masivos.

El objetivo de este trabajo es realizar un relevante aporte a nuestro campo de estudio a través de esta investigación empírica, al comprobar que existe una relación entre la polarización que surge en las redes sociales y la polarización en los medios masivos de comunicación, desde donde cobran relevancia y visibilidad, instalando temas en agenda que de otra manera serían ignorados o pasarían desapercibidos.

La presente tesina se estructura de la siguiente manera: en el primer apartado, se detalla el estado del arte en relación a la temática planteada, en el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico que sustentó el trabajo y el tercero presenta el caso de estudio que hemos analizado. Finalmente se desarrollan las conclusiones.

Rol de los medios tradicionales y la irrupción de las redes sociales:

La constitución de la realidad social es multicausal, no todos los temas son susceptibles de acceder a la esfera pública y entrar en debate y sólo cobran interés cuando afectan y organizan la experiencia de grupos o individuos (Molotch y Lester, 1974); cuando se convierten en cuestiones, se vuelven controversias públicas o fisuras políticas y, por

ende, son percibidos por la población como preocupaciones que se deben abordar y resolver (Aruguete 2010).

El establecimiento de la agenda es un proceso que afecta tanto los temas sobre los que pensamos como a la forma en que pensamos en ellos. Este segundo nivel de *agenda setting* es la que se relaciona con el concepto de encuadre (*framing*) McCombs y Shaw (1972).

Por su parte, para Alberto Ardèvol-Abreu (2015), el encuadre se localiza en el emisor, el receptor, el texto y la cultura, según el autor, estos elementos del proceso de comunicación se presentan de forma sistematizada, basado en convenciones narrativas que ofrecen una explicación acerca de quién está haciendo qué, y con qué fin. Es por ello, que subyacen en las actitudes de los periodistas, que son quienes organizan la información; en los receptores, que son capaces de comprenderla; en los textos en los que se esconden y la cultura en la que se generan.

Ya desde su obra *Homo Videns la sociedad teledirigida*, Giovanni Sartori (1998) nos advertía sobre el poder, la manipulación y las mentiras de los medios de comunicación. El autor realiza un valioso aporte a esta investigación al mencionar que los televidentes opinaban en función de cómo la televisión moldeaba esa opinión, “la televisión puede mentir y falsear la verdad” (Sartori 1998, 99) -exactamente igual que cualquier otro medio de comunicación-, es la fuerza de la veracidad inherente a la imagen la que hace a la mentira más eficaz y por tanto, más peligrosa.

La era digital supone, como dicen Casero-Ripollés, Ortells-Badenes y Rosique Cedillo (2015), que se potencian “los procesos de hibridación en el campo de la comunicación política” (2015, 1), para ellos las principales características de este nuevo entorno digital son: la debilitación de las líneas que separaban a los productores de los consumidores de información; el desvanecimiento de la diferenciación entre hechos y opiniones; la confusión entre lo público y lo privado: especialmente, la desaparición de la distinción entre información y entretenimiento, el análisis de las consecuencias de este fenómeno puede ayudar a comprender cómo van a ser los vínculos entre democracia y

comunicación en la era digital.

El *HomoVidens* sartoriano, planteaba en líneas generales la involución del homo sapiens a causa de la ignorancia y la apatía generadas por el temprano arribo a la sociedad de la televisión, y como esto fue aprovechado por los políticos para manipularlos en favor de sus propios intereses; César Cansino (2017), nos habla del *HomoTwitter* a quien describe como la nueva encarnación del *zoon Politikón*, es aquel que se realiza en el espacio público virtual. El autor establece una comparación con Twitter denominándola “la nueva ágora virtual”, en este espacio público es donde se construye cotidianamente la ciudadanía y se definen los valores sociales, y allí el *Homo Twitter* es la nueva representación del sujeto político, del ciudadano que opina de los asuntos públicos y que, en conjunto con otros *Homo Twitter*, redefine y llena de contenido los valores que han de regir a la sociedad. Cansino nos dice que Twitter es el vehículo moderno que restituye a la sociedad su centralidad y protagonismo frente al déficit de representatividad que acusaba desde hace tiempo, pero no hay que perder de vista el micro cosmos que representa una red social en general y Twitter en particular.

Desde luego la presente tesis plantea que no es sólo Twitter esa nueva arena virtual, sino que es sólo una herramienta más entre otras redes sociales, como Arugete y Calvo (2018) explican en su ensayo, el dialogo en las redes “crece de manera sostenida al tiempo que sus comunidades se polarizan.” en relación a hashtags utilizados en diversas redes sociales.

Por su parte, Annunziata y Gold (2018), en el trabajo que realizaron sobre el ciclo de cacerolazos (2012-2013) y la movilización #NiUnaMenos (2015), dejan en claro la colaboración de los medios tradicionales en la propagación de dichas consignas, dándole visibilidad e imponiéndolo temáticamente en la agenda pública, una vez lanzadas y viralizadas las convocatorias.

La sociedad se divide frente a temas polarizantes, más allá de estar de acuerdo en otros temas, uno de esos vectores es la identificación partidaria, que crea profundas identificaciones sociales y, además, organiza de manera creciente las visiones de sus

adherentes. Los debates del rol de los medios en la construcción de la polarización política, vienen de la mano de la emergencia y la centralidad de las redes sociales como vehículo de consumo de información y como espacio público, es allí donde se fomenta y se reproduce la polarización, mientras se sellan identidades y se consolidan fronteras con el otro, y los medios tradicionales, fomentan esa polarización afectiva a través de la sobrerrepresentación de fuertes sentimientos políticos (Schuliaquer y Vommaro, 2020).

Este trabajo tiene como propuesta seguir enriqueciendo los aportes realizados por las investigaciones previas que abordaron temáticas similares en relación a los medios de comunicación y su influencia con la opinión pública, pero desde una perspectiva novedosa, al observar el proceso de polarización generado en las redes sociales y su influencia en los medios tradicionales para traccionar temas y ponerlos en agenda por un lado, y por otro lado, mostrar cómo los medios tradicionales utilizan dicha polarización en las redes sociales para sustentar sus líneas editoriales.

La polarización en medios y redes: un marco conceptual:

En este apartado, realizaremos una descripción conceptual que conformará el andamiaje teórico sobre el que se sustentará la hipótesis de la presente tesina. Veremos definiciones de *Agenda Setting*, de conceptos como *Framing* y cómo las noticias sean verdaderas o no (fake news), son un disparador a la hora de generar polarización, en tanto que más allá de su veracidad, las mismas generan discusiones que llevan en algunos casos a instalar temas en la Agenda Pública, o bien distraen la atención de temas que son más relevantes. Definiremos qué es la polarización y, cómo se relaciona con la conformación de la agenda en la Esfera Pública Virtual (E.P.V.) y en los medios convencionales, evidenciando la relación entre los conceptos de agenda de temas, encuadre, fake news y redes sociales.

En una definición más tradicional, podemos afirmar que polarización (política) es el proceso por el cual la opinión pública se divide en dos extremos opuestos. Es también

posible definirlo como las facciones extremas de un partido político que ganan espacio o apoyo dentro del mismo y quedan enfrentados en lados diametralmente opuestos. Autores como Schuliaquer y Vommaro (2020) concuerdan en que los efectos de la polarización en el público masivo sigue siendo motivo de debate, pero también destacan que los medios son actores que cumplen un rol central en la definición de la agenda pública y en la provisión de encuadres.

La presente tesis utiliza la definición de polarización siguiendo a Javier Gracia-Arenas (2019), quien dice que el grado de polarización política de una sociedad es una variable clave, que cuantifica hasta qué punto la opinión pública se divide en dos extremos opuestos, y sostiene que, a mayor polarización, más difícil resulta generar consensos amplios y que esta situación puede dar lugar a posiciones irreconciliables, lo que dificulta la posibilidad de alcanzar acuerdos.

La confrontación nosotros-ellos, nos hace perder incluso la sensibilidad de apelar al sentido común porque se encuentran cuestionados los presupuestos mismos de la convivencia (Lozada, 2004). La polarización social fractura el tejido social favoreciendo, naturalizando y legitimando la violencia, que puede ser en casos extremos material, pero también simbólica. Esta violencia, una vez internalizada, trastoca la identidad del individuo y sus relaciones; Mireya Lozada (2004) afirma que esta batalla se libra en el espacio virtual, donde la violencia discursiva en la red está menos por su coherencia racional y más por la intensidad de la carga emocional que moviliza. Así, amparados por el anonimato adeptos u opositores multiplican los estereotipos, el uso de la sátira, la discriminación y la exclusión del otro a través de insultos que hacen extensivas a familiares y allegados del opositor.

Los medios de comunicación han tenido tradicionalmente un rol clave en la instalación de temas en la agenda pública y en la generación de climas polarizantes. Aruguete (2009), dice que la agenda se conforma con cuestiones o temas (*issues*), que son *aquello* sobre lo que la gente piensa y se forma una opinión, y que para Shaw (1977), un *tema* es la acumulación de una serie de acontecimientos periodísticos y que se agrupan unidos en una categoría más amplia, es poner de manifiesto una cuestión y que esta reclame

una solución de parte del público. Define, por tanto, el establecimiento de la agenda como la capacidad de los medios de trasladar en el público la importancia de ciertos temas, teniendo siempre presente la jerarquía informativa que le otorga a los temas. Es por ello que la mera presencia de un tema marca prioridad de intereses: “lo que aparece en la agenda tiene preferencia sobre lo que no está” (Arguete 2009, 13 y 14).

Por su lado, Mary Luz Alzate Zuluaga y Gerardo Romo Morales (2017,14), definen a la agenda pública como un “proceso a través del cual determinados asuntos o problemas públicos se posicionan, adquieren un interés general, y son trasladados al nivel de la decisión gubernamental mediante distintas estrategias y políticas públicas para su atención”.

De este modo, vemos la importancia de posicionar los asuntos públicos para instalarlos en discusión por parte de los medios masivos de comunicación, pero no es menos importante el *encuadre* que estos le dan a los temas que instalan.

Que un tema esté en agenda marca una primacía por sobre aquellos temas que no están presentes. Siguiendo a Aruguete (2009) y a Alzate Zuluaga y Romo Morales (2017), sostenemos la capacidad que tienen los medios de trasladar al público la relevancia de ciertos temas y cómo determinados asuntos se posicionan, es allí donde el encuadre cobra importancia. Siguiendo los conceptos de Ardévol-Abreu (2015), de *emisor, receptor, texto y cultura*, definiremos encuadre como la relación que existe entre estos cuatro elementos para dar importancia a ciertos temas y a otros no. Para entender un encuadre hay que comprender previamente las condiciones particulares de quien es el emisor y el receptor de la noticia, entender el entorno social y cultural donde ese intercambio de significados se realiza, ya que, cuando estos se vuelven controversias públicas, son percibidos por el receptor como preocupaciones que se deben tratar y resolver (Aruguete 2010).

Para mostrar cómo estas controversias se perciben por el receptor como preocupaciones que deben tratarse y seguidamente resolverse, es que nos apoyamos en el concepto de esfera pública virtual (E.P.V.); este concepto nos muestra cómo de una manera accesible y sencilla, se realiza este intercambio de opiniones entre emisores y receptores, que generan, impulsan y dimensionan los temas que, finalmente, se instalan en la agenda

pública.

Se toma la definición de E.P.V. que nos brinda Mariano Vázquez (2018), este concepto, nos permite entender que las redes sociales son más que meras herramientas digitales, y muestra, además, que la vida privada (*offline*) de los ciudadanos, se entremezcla con la vida pública (*online*), haciéndonos partícipes activos en la construcción de la realidad social.

El autor nos brinda un bagaje teórico de los conceptos de espacio público y espacio privado, que se consolida con la irrupción de la *Web 2.0*⁴ que entre otras cosas permite a los usuarios colaborar e interactuar entre sí, al punto de desdibujar la línea que divide los ámbitos *online* y *offline*, ya que concibe que estos ámbitos están conectados de formas complejas más allá de la máquina y del soporte de esa conexión (Vázquez, 2018).

Manuel Castells (2013), nos habla de individualización como el resultado material de estas nuevas formas de organización que han ido surgiendo en las diferentes actividades sociales, ya sea, económica, política o en la vida social misma, en la transformación del espacio laboral, económico, comunicacional y cultural. Pero aclara que la individualización no es aislación ni el fin de la comunidad: “la sociabilidad se reconstruye en forma de individualismo y comunidad en red a través de la búsqueda de personas afines, en un proceso que combina interacción virtual (*online*) con interacción real (*offline*), ciberespacio con espacio físico y local.” (Castells, 2013:13).

Como se menciona en lo pretérito, las noticias disparan en muchos casos opiniones y posturas polarizantes, suele ocurrir que muchas veces se confunde la veracidad de esas noticias con su verosimilitud, y es allí donde nos encontramos frente a noticias que generan gran controversia y posturas de polarización extrema, pero que no son reales, es decir, nos encontramos con noticias falsas, que ya sea por falta de profesionalismo de quien las difunde o por motivos malintencionados, nos enfrenta a la realidad de tener que lidiar con la desinformación que estas generan. Es por ello que tomamos el concepto de fake news

⁴ El término Web 2.0 comprende aquellos sitios web que facilitan compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la World Wide Web.

(noticias falsas), siguiendo a Nuria Fernández-García (2017) quien dice que se trata de una falsedad que continúa siendo aceptada aun a sabiendas de que es una falsedad, lo que no impide tomar decisiones basándose en ella.

Por otro lado, y en palabras de Sascha Lobo (2017), la noticia falsa es una forma tecnificada de rumor, según este autor se trata más de generar empatía entre aquellos que piensan políticamente de manera similar, diferenciándose del otro, sin importar la veracidad o la objetividad. Vemos que la forma y la rapidez en que algunos mensajes o contenidos se vuelven virales son asombrosas, en especial debido a que las redes sociales presentan las noticias de la misma manera sea cual fuere su origen, es decir, de una fuente veraz o no. Y aquí es donde juegan un papel central las *fake news*, las informaciones inventadas en las redes sociales actúan como formadoras de opinión (Lobo 2017), generando la típica dicotomía amigo/enemigo.

La presente tesis, plantea como hipótesis que: por un lado, la agenda pública se polariza en las redes sociales y que esta polarización, tiene una repercusión en los diferentes medios de comunicación tradicionales, y por el otro, son las redes sociales quienes toman las repercusiones en los medios tradicionales para validar su información, en un juego simbiótico de retro alimentación.

Como plantea Castells (2013), los aparatos tecnológicos y los medios de comunicación tradicionales fueron y siguen siendo herramientas útiles para manipular la comunicación y afianzar el poder, la continua transformación de la tecnología en la era digital, pone al alcance de los medios tradicionales todos los aspectos de la vida social en una red que es local y global, personalizada y genérica, en un modelo en cambio constante.

Esta transformación de la comunicación de masas en auto comunicación de masas contribuyó de forma decisiva a modificar el proceso del cambio social, esa retroalimentación que se da entre medios y redes, produce una horizontalidad en la propagación de la información que deja de estar mediada sólo por grandes conglomerados empresariales, pero no hay que perder de vista el gran poder de fuego que tienen estos medios a la hora de hacer su trabajo, es decir, cuentan con recursos, credibilidad y un sinfín de cuestiones que al ciudadano de a pie le

son esquivas, ello no le quita mérito a los medios, pero desnivela la democratización mediática de la que nos habla Castells.

En este sentido, uniendo la definición de polarización con la de agenda y encuadre, es que sostenemos que los medios tradicionales retroalimentan la disputa generada en las redes sociales, amplían la grieta política y permiten que se instalen temas que de otra manera no lo lograrían. La agenda polarizante en las redes se impregna en los medios de comunicación tradicionales y, por otro lado, la agenda polarizante de los medios circula por las redes. Estos temas que se instalan en la agenda pública, en numerosas oportunidades generan opiniones concentradas que se refuerzan por el uso de las redes sociales, donde encuentran campo fértil para sembrar rumores, noticias falsas, discursos de odio, y otras tantas formas de manipulación de la información que nos llega y que muchas veces confundimos su veracidad con su verosimilitud.

Metodología:

Para dar respuesta a nuestra hipótesis, se empleó una metodología cualitativa de estudio de caso, donde nos propusimos demostrar empíricamente que entre medios tradicionales y redes sociales se da un doble proceso que se retroalimenta; Para ello, se recolectaron muestras de la red social Twitter, y se contrastaron con las noticias surgidas en relación a esos temas en los medios de comunicación tradicionales.

El período analizado comprende el aislamiento social preventivo y obligatorio en la Argentina, en el contexto de la pandemia causada por el virus del Covid-19, desde agosto de 2020 hasta junio de 2021. Se tomó este recorte temporal debido a que, si bien el A.S.P.O. dio inicio en marzo de 2020, fue en agosto que Rusia sacó al mercado la vacuna Spurnik V siendo este evento relevante para la investigación. Consideramos que es un período emblemático en la polarización política al darse una coyuntura extraordinaria que permite realizar un análisis que pueda dar respuesta a la hipótesis planteada.

Específicamente se tomó el periodo en relación a la llegada y distribución de la/s vacunas/s contra el SarsCov2, para analizar diversas disputas llevadas adelante en redes sociales: se estudiaron proclamas surgidas en las redes en el período de aislamiento y se contrastaron con la evolución empírica de dicha proclama, y la repercusión en los medios tradicionales, controversias referentes a las vacunas y el plan nacional de vacunación llevado adelante por el gobierno nacional y los gobiernos sub nacionales, poniendo el foco en el AMBA por ser la zona demográficamente más poblada y estadísticamente más relevante. Además de tener el condimento adicional de ser una zona repartida en cuanto a su posicionamiento político, es decir, el oficialismo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, es oposición al gobierno Nacional y, el oficialismo de la Provincia de Buenos Aires comparte coalición de gobierno con el Ejecutivo Nacional, esta situación redundante en que todos los actores políticos intervinientes quieren lo mejor para sus respectivos distritos, y no quieren perder la imagen positiva que los llevó al gobierno mediante el voto popular, pero difieren en las formas de llevar adelante la administración de la pandemia y estas decisiones afectan a una población que, no sólo se encuentra en la zona más caliente de casos positivos, sino que además, convive con el desgaste de las restricciones más duras desde que comenzó el aislamiento.

A través de la herramienta “RStudio” se recolectaron tweets de diferentes cuentas, tanto oficialistas como opositoras al gobierno, ya sea de políticos, periodistas, artistas, medios de comunicación o cuentas vinculadas a generar opinión partidaria. Estas cuentas, nos permiten visualizar la opinión pública en el espacio público virtual y poder observar la retroalimentación que se genera con las cuentas de los medios tradicionales que hemos seleccionado.

Con los datos recolectados de estas fuentes primarias, se realizó la búsqueda y comparación entre tuits y medios, utilizando palabras clave (coronavirus, pandemia, vacunas, sputnik, Pfizer, #27F, #25M, #ArgentinaUnida, #QuedateEnCasa, vacunatorio VIP, Sputnik V.I.D.A., covid, libertad, república, futuro, cuarentena), analizando el contenido tanto del tuit como de la nota periodística.

Las cuentas utilizadas para tal fin fueron:

Las que reconocemos en este trabajo como oficialistas son: @alferdez del presidente argentino Alberto Fernández, @CFKArgentina de la vicepresidenta Cristina Fernández, @kicillofok del gobernador de la provincia de Bs. As. Axel Kicillof, @fernandezanibal del interventor de Yacimiento Carbonífero Río Turbio Aníbal Fernández, @FrenteDeTodos cuenta oficial del bloque de la coalición de gobierno, @Diputados_Todos cuenta oficial de los Diputados del Frente de Todos (coalición gobernante), @MoreauLeopoldo del Diputado oficialista Leopoldo Moreau.

Las cuentas reconocidas como opositoras son: @mauriciomacri del ex presidente Mauricio Macri, @elisacarrío de ex Diputada de la coalición Cambiemos Elisa Carrió, @PatoBullrich de la presidenta del PRO Patricia Bullrich, @MiguelPichetto del auditor general de la Nación y ex candidato a vicepresidente por la coalición Juntos por el Cambio Miguel Ángel Pichetto, @CambiemosBloque cuenta oficial del bloque de Juntos por el Cambio, @CambiemosSenado cuenta oficial de los Senadores de Juntos por el Cambio, @horaciolarreta del Jefe de Gobierno porteño Horacio Rodríguez Larreta.

Las cuentas de los medios tradicionales utilizadas fueron: @pagina12 del diario Pagina 12, @infobae del diario Infobae, @izquierdadiario del periódico online la izquierda diario, @LANACION del diario La Nación, @clarincom del diario Clarin, y @tiempoarg del diario Tiempo Argentino.

También se utilizaron versiones online de diarios nacionales como *Clarín*, *Pagina 12*, *Infobae* y *La Nación*, cuya orientación editorial está claramente posicionada y dirigida a públicos políticamente enfrentados. El seguimiento de estos medios de comunicación se realizó triangulando la información recolectada de las cuentas de la red social Twitter y el motor de búsquedas Google utilizando las mismas palabras clave que mencionamos con anterioridad.

Proceso de retroalimentación entre redes sociales y medios convencionales

En este apartado, desarrollaremos los puntos más relevantes de nuestra investigación y analizaremos los resultados del trabajo empírico. En primer lugar, realizaremos el recorrido de las vacunas contra el Covid-19 que se están aplicando en nuestro país, haremos mención al plan de vacunación que lanzó el gobierno nacional a finales del año pasado y, se realizará una breve descripción técnica de las vacunas que se están suministrando.

En segundo término haremos una breve reseña de las vacunas que fueron llegando al país, cómo se dio esa llegada y las reacciones que tuvo la misma en las redes sociales y los medios tradicionales, donde se incluirá otro caso paradigmático en la Argentina como es el que se suscitó con la vacuna del laboratorio norteamericano Pfizer, ello nos permitirá mostrar cómo la interacción entre redes sociales y medios masivos se reproduce y retroalimenta.

Por último, se realizarán las conclusiones a las que hemos arribado con la investigación empírica llevada adelante en el presente trabajo.

1.1 Vacunación, una nueva esperanza:

El 23 de diciembre de 2020, Argentina pone en marcha “el plan estratégico para la vacunación contra la covid-19 en la República Argentina”, documento emitido por el Ministerio de Salud de la Nación.

El día 24 de diciembre de ese mismo año, Argentina recibía la primera remesa de vacunas provenientes de la Federación Rusa; y con ellas, el gobierno nacional dispuso comenzar el martes 29 de diciembre a las 09:00 de la mañana la vacunación simultánea en todo el país.

Hasta el momento en la Argentina se están administrando cuatro vacunas diferentes, con niveles de eficacia distintos, en todos los casos se requieren de dos dosis para llegar a los niveles óptimos de la mencionada eficacia, aunque sigue siendo una carrera contra reloj debido a la mutación de nuevas cepas que ponen en jaque la inoculación recibida.

Las vacunas que se aplican en Argentina actualizado al recorte temporal de la presente tesis, es decir, a junio de 2021 son:

NOMBRE	DESARROLLADOR	PAIS DE ORIGEN	NOMBRE COMERCIAL
Gam-COVID-Vac	Centro Nacional Gamaleya de Epidemiología y Microbiología	FEDERACION RUSA	Sputnik V
ChAdOx1 nCoV-19 Corona Virus Vaccine (Recombinant)	Serum Institute	INDIA	Covishield
SARS COV-2 (células vero) inactivada	Beijing Institute of Biological Products	REPÚBLICA POPULAR CHINA	Sinopharm
ChAdOx1 nCoV-19 vaccine (AZD1222)	AstraZeneca-Oxford	REINO UNIDO	AstraZeneca

El cuadro es elaboración propia con información obtenida de la página oficial <https://www.argentina.gob.ar/coronavirus/vacuna/cuales>, donde presentamos un informe de las vacunas que se suministran, pero no nos concentraremos en todas ellas para el desarrollo de la presente tesis, sólo una de ellas concentrará la atención de este trabajo por ser relevante para el mismo.

1.2 Sputnik V

El primer caso que expondremos es uno de los más sobresalientes por su connotación política a nivel global, pero específicamente por el trato que recibió de parte de los periodistas y los actores políticos de nuestro país. Estamos hablando de la vacuna Sputnik V desarrollada / fabricada por el Centro de Investigación de Epidemiología y Microbiología Gamaleya (Federación Rusa).

Esta vacuna fue la primera registrada en el mundo (Rusia, 11 de agosto de 2020), en base a estudios de fases I y II, y fue esta rápida aprobación, sin esperar estudios de fase III,

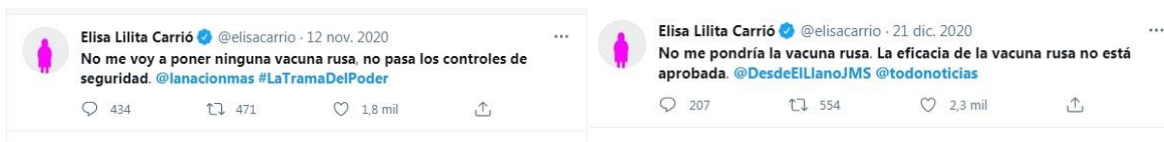
lo que inundó de críticas la salida de la vacuna al mercado, de parte de los medios de comunicación y miembros de la comunidad científica, como el ministerio de salud alemán⁵.

En nuestro país, estas críticas fueron recibidas de buena manera por parte de un sector político y mediático, mientras que para el otro, se combatió esta embestida en contra de la vacuna “*Rusa*”.

Apenas arribadas al país las primeras 300.000 dosis de Sputnik-V empezó la polémica: por un lado, el embajador ruso en Argentina (Dmitry Feoktistov) elogió el acuerdo país-país que permitió que la Argentina fuese el primer Estado al que Rusia exportara sus vacunas, y valoró “la amistad sincera y la asociación estratégica integral” que une a ambos Estados, también expresó que “en estos tiempos difíciles damos la mano de ayuda a la República Argentina, que es uno de los primeros países de América latina en recibir el producto ruso”, para finalmente señalar que espera que la vacuna “ayude a salvar vidas de millones de argentinos. Es segura y eficaz.” (Cuenta oficial de la Embajada Rusa en Argentina @EmbRusiaEnArgEs, tuits del 24 de diciembre del 2020).

Por otro lado, desde la oposición no se hizo esperar el rechazo a este convenio, aduciendo cuestiones técnicas, como el control de seguridad o cuan eficaz era la vacuna, tal como hizo Elisa Carrió (ex Diputada Nacional por la coalición Juntos por el Cambio) en un tuit fechado el 12 de noviembre de 2020, y otro el 21 de diciembre de 2020. En ambos tuits, Carrió hace mención a programas televisivos pertenecientes a medios gráficos cuya línea editorial está claramente en oposición al Gobierno Nacional, en el primer caso se trata del programa “La trama del poder” que se emite por el canal La Nación Más (LN+) obviamente del diario La Nación, y en el segundo, al programa “Desde el llano” conducido por Joaquín Morales Solá y emitido por Todo Noticias (TN), perteneciente al grupo Clarín.

⁵ <https://www.dw.com/es/el-ministerio-de-salud-alem%C3%A1n-pone-en-duda-la-eficacia-de-la-vacuna-rusa/a-54530500>



Por su parte, la presidenta del PRO Patricia Bullrich, en su cuenta de la red social twitter, también se pronunciaba en contra de la vacuna a días de su llegada, haciéndose eco de una nota publicada por el diario La Nación, quienes mencionaban que el presidente de la Federación Rusa Vladimir Putin no se había aplicado la vacuna porque (en ese momento) no se recomendaba para mayores de 60 años. En este caso, la situación vista en el párrafo anterior se produce a la inversa, el medio (diario La Nación) es la fuente que se replica en la red social.



La Coalición Cívica, liderada por la antes mencionada Dra. Elisa Carrió, junto con diputados de este espacio político fueron aún más allá, al radicar una denuncia penal al presidente Alberto Fernández, al por entonces ministro de salud Ginés González García y “contra cualquier otro funcionario que hubiera participado en gestiones, contratación y firma de contratos con el gobierno de Rusia, para la reserva, adquisición y comercialización

de la vacuna Sputnik⁶ V” (Tuit del 22/12/2020 publicado en @elisacarrio), esto no pasó desapercibido para los medios tradicionales, que al día siguiente tenían en su sección “política” algo que decir al respecto.

Como se expone en la hipótesis de la presente tesis, cuando un medio (vía su línea editorial) está más alineado con el oficialismo o con la oposición, no dejan de expresarlo en los títulos y las bajadas de las notas que realizan, en este caso podemos leer el título que utilizó el diario Clarín con fecha 23/12/2020 para describir este acontecimiento:



The image shows a screenshot of a news article from the website Clarín Política. The header includes a navigation menu with 'Secciones', a search icon, the 'Clarín' logo, and the word 'Política'. The article title is 'Sputnik V' in red, followed by the subtitle 'La polémica por la vacuna rusa: los argumentos de Elisa Carrió para denunciar a Alberto Fernández y Ginés González García'. Below the title is a short summary: 'La titular de la Coalición Cívica-ARI apuntó que la operación es un atentado “contra la salud pública” y una “defraudación al Estado”.' At the bottom of the article preview, there is a red bullet point followed by the text: '• Coronavirus: el ministerio de Salud autorizó el uso de la vacuna rusa Sputnik V'.

7

Mientras que, Página 12 con fecha 24/12/2020 por su parte, titulaba:

⁶ Aquí debo aclarar que no es un error de tipéo de mi parte, sino que así figura en la captura (foto) de la denuncia que publicara en su cuenta de twitter la Diputada Mónica Frade y que replicara (Retweet) la Dra. Carrió.

⁷https://www.clarin.com/politica/polemica-vacuna-rusa-argumentos-elisa-carrio-denunciar-alberto-fernandez-gines-gonzalez-garcia_0_J3yBSdd5g.html



Página12

SECCIONES Y SUPLEMENTOS ▾ El país | Economía | Sociedad | Cultura y Espectáculos | Deportes | El mundo | Universidad

EL PAÍS

TEMAS
Carrió
coronavirus
Sputnik V

24 de diciembre de 2020

Cuestionó la gestión de la Sputnik V

La absurda denuncia de Carrió contra el Gobierno por "envenenamiento"

En una presentación judicial con errores de ortografía y nombres de funcionarios alterados, la dirigente de Cambiemos apunta contra Alberto Fernández, Ginés González García y Carla Vizzotti por la llegada de la vacuna rusa contra el coronavirus. Pide a la Justicia que investigue si incurrieron en "delitos de atentado contra la salud pública, defraudación al Estado e Incumplimiento de Deberes de Funcionario Público".

8



Elisa Lilita Carrió @elisacarrio · 22 dic. 2020

Denuncia contra el poder ejecutivo nacional a cargo del dr Alberto Fernández, contra su ministro de salud dr Gines González Garcia...



Monica Frade @MonicaFradeok · 22 dic. 2020

Secretos de Fernández -Putin y sus vacunas.

No pueden jugar con la angustia de un Pueblo y negociar a espaldas de todos.

Carrió y diputados de la CC denunciamos penalmente se investigue y se proteja la integridad física de los ciudadanos.

La honorable Cámara de Diputados de la Nación, el pasado día 6 de octubre, su proyecto de ley. El día 29 de octubre el Senado de la Nación convirtió en ley la investigación, desarrollo, fabricación y adquisición de vacunas contra el Covid 19, declarándola de "interés público".

Fue promulgada por el PE y el día 6 de noviembre de 2020, fue publicada en el Boletín Oficial, Ley N°27.573.-

El Proyecto incluía cláusulas de confidencialidad para los Laboratorios y prórroga de jurisdicción. A la fecha de su tratamiento y, aún hoy, los ciudadanos argentinos y, los legisladores carecemos de información fidedigna sobre tratativas, contratantes, laboratorios, número de dosis a adquirirse, costos, fechas de entrega, etc.

A la fecha de la presente, la información sobre reserva y adquisición se mantiene absolutamente blindada por parte del gobierno argentino. Los Legisladores Información Pública, al conocimiento de cuáles son las reservas...

⁸ <https://www.pagina12.com.ar/313371-la-absurda-denuncia-de-carrio-contr-el-gobierno-por-envenen>

El desprestigio a la vacuna Sputnik V, se llevó adelante desde diferentes sectores de la oposición y, algunos medios de comunicación, que alineados con estos, hicieron las veces de voceros de la desinformación, ya sea, por mencionar solamente la procedencia de la vacuna y, con ello generar el efecto despectivo de la connotación de origen, llamándola “la rusa”, o hacer programas dedicados a ella, como por ejemplo el programa de Canal 13 Periodismo Para Todos (PPT) conducido por el periodista Jorge Lanata que nos iba a contar “quien es quien en el negocio de la vacuna rusa” utilizando el hashtag #AlbertoTeVacuna para promocionar la emisión del mismo (tuit de la cuenta oficial del programa @PPT_oficial del 08/11/2020).

Por su parte, desde el oficialismo y los medios tradicionales cuya línea editorial es más afín al gobierno, también podemos mostrar esa retroalimentación entre redes y medios que se produjeron con este tema, pero con una óptica diametralmente opuesta a la anterior.

En la primera imagen, vemos un tuit publicado el día 2 de noviembre del año 2020 por el presidente Alberto Fernández, quien señala que el país estaba en condiciones de recibir entre los meses de diciembre y enero 25 millones de dosis de la vacuna Sputnik V, mientras que en la segunda, podemos ver un tuit fechado el 26 diciembre de ese año, donde el presidente anuncia que ya llegaron las primeras dosis y cómo se distribuirán.



Los diarios Página 12 y Tiempo Argentino, cuyas líneas editoriales tienen más acercamiento al oficialismo, publicaron el mismo día 26 de diciembre del 2020 en el caso del diario Página 12, el “elogio de los gobernadores” por la llegada de las vacunas, y por su parte, Tiempo Argentino puso en tapa del domingo 27 de diciembre de 2020 “Las claves del histórico operativo de vacunación”.



Como podemos observar, la retórica de retroalimentación entre redes sociales y medios tradicionales no conoce distinciones partidarias y se mantiene intacta a ambos lados de la grieta política que atraviesa hace varios años la República Argentina.

[1.3 Vacunatorio V.I.P.](#)

A poco de comenzar con el plan de vacunación, surgió un escándalo que empañó el proceso que, con lentitud debido a la escasez de inoculantes, el Gobierno Nacional venía llevando adelante. Los grupos prioritarios que fijó el Gobierno para comenzar con la vacunación estaban sujetos a la exposición a la enfermedad, por las funciones estratégicas que tuvieran dichas personas o por los riesgos que presentaban, de este modo, el primer grupo serían el personal de establecimientos de salud públicos y privados, luego los mayores de 70 años y quienes viven en establecimientos geriátricos, posteriormente los mayores de 60 años, más tarde, el personal de las Fuerzas Armadas, de Seguridad y servicios penitenciarios, después los adultos entre 18 y 59 años que presenten factores de riesgo (comorbilidades), el anteúltimo grupo está compuesto por el personal docente y no docente de los niveles educativos inicial, primaria y secundaria y, finalmente, poblaciones

estratégicas que definan las jurisdicciones y el resto de los mayores de 18 años sin factores de riesgo⁹.

Pero a menos de dos meses de iniciado el plan de vacunación, tuvo lugar un hecho que llamó la atención de propios y extraños: el 19 de febrero de 2021, el periodista Horacio Verbitsky contó públicamente que el día anterior se había aplicado la primera dosis de la vacuna Sputnik-V. El escándalo fue bautizado mediáticamente como “vacunatorio VIP” debido a que, las alrededor de 70 personas¹⁰ que recibieron la vacuna eran del entorno del Presidente Alberto Fernández y del Ministro de Salud Ginés González García.

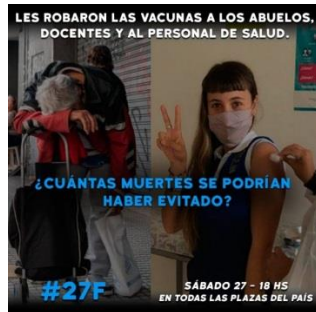
Pero decimos que sorprendió a propios, al punto tal que el Ministro González García tuvo que renunciar a su puesto y ser reemplazado por la Vice Ministra Carla Vizzotti, quien ahora comanda la cartera de Salud. El propio CELS (Centro de Estudio Legales y Sociales) en su cuenta de Twitter tomó distancia del hecho ocurrido que involucraba al mencionado periodista y presidente de la organización quien “fuera vacunado por fuera del sistema establecido, a través de una cadena de favores” mientras ellos esperaban como el resto de los argentinos conseguir un turno para los adultos mayores de sus familias.



⁹ <https://www.argentina.gob.ar/coronavirus/vacuna/preguntas-frecuentes#indice>

¹⁰ <https://www.infobae.com/politica/2021/02/22/el-gobierno-difundio-la-lista-de-algunos-de-los-vacunados-vip-los-nombres-que-fueron-atendidos-en-el-hospital-posadas/>

Por su parte, la oposición, supo capitalizar este hecho y dejó de lado las críticas a la “vacuna rusa” y el envenenamiento que podría causar, para concentrarse en que ahora el poder Ejecutivo “les roba las vacunas a los abuelos, docentes y al personal de salud”¹¹



Y con ello, motorizar desde las redes sociales una marcha presencial (pese a las restricciones sanitarias) con el hashtag #27F de la que gran parte del arco político opositor se hizo eco, y fue levantado y replicado por medios tradicionales de comunicación que no hicieron otra cosa que colaborar con la visualización, propagación y divulgación de esta iniciativa surgida desde las redes sociales.



¹¹ Tuit publicado por la cuenta @Mercede83626393 el 24 de febrero de 2021



También se puede observar que se mantiene tensa la polarización entre ambos lados de la grieta, en las tapas del domingo 28 de febrero de 2021, tanto Clarín como Página 12, hacen referencia a la marcha del día anterior, pero para uno (Clarín) como nota central y destacada fue “Una protesta contra los vacunados de privilegio”, y para el otro (Página 12) fue “Otra vez la plaza del odio” mientras destaca como nota central “El escándalo del insólito crédito que el FMI le dio a Macri”. Como se muestra en este apartado, observamos que la retroalimentación entre redes sociales y medios tradicionales, no distingue entre grietas políticas.

1.4 Sputnik V.I.D.A.

Tal el acrónimo que se utilizará para la fabricación nacional de la vacuna Sputnik-V, la dosis de Sputnik V.I.D.A. (Vacuna de Inmunización para el Desarrollo Argentino), será

producida por Laboratorios Richmond, en su planta de Pilar, convirtiendo a la Argentina en un país pionero en producir la vacuna fuera del territorio de la Federación Rusa¹².

Desde su anuncio a mediados del mes de abril del 2021, la tensión entre quienes simpatizan con el Gobierno del Presidente Alberto Fernández y quienes son oposición a dicho gobierno, no tardaron en profundizar la grieta política que atraviesa el país, y volvieron a politizar un tema transversal, como es la salud de todos y todas.

La militancia de un sector de los medios masivos de comunicación quedó al desnudo cuando el periodista Eduardo Feinmann, en el pase entre programas con su colega Pablo Rossi en el canal LN+ pusieron al aire un tape¹³ donde se muestran imágenes recientes sobre la manufacturación de la Sputnik V.I.D.A. entre otras imágenes del oficialismo, con una canción de fondo que está interpretada por el artista (youtuber¹⁴), cómico conocido como *Negro Andante*, quien interpreta canciones populares y les modifica la letra con connotaciones políticas partidarias, en este caso, son consignas peronistas dada su inclinación política. La canción en cuestión es el conocido jingle publicitario de las pilas Eveready de principios de los años 80's y con imágenes de esa publicidad mezcladas con imágenes actuales el artista creó "SPUTNIK VIDA¹⁵", un jingle en broma, que el autor publicó también en su cuenta de Twitter el 26 de abril, con la pregunta "¿podría ser este el jingle de la Sputnik V.I.D.A.?"

¹²<https://www.infobae.com/salud/2021/04/20/sputnik-vida-asi-se-llamara-la-vacuna-rusa-que-se-fabricara-en-argentina/>

¹³<https://www.youtube.com/watch?v=Uwd9HMOmiQw&t=17s>

¹⁴ Un **youtuber** es un productor y gestor de contenido audiovisual que usa **You Tube** como su plataforma de comunicación.

¹⁵<https://www.youtube.com/watch?v=t9A-DJ7OVAg&list=PLZb2D8ccMj04IwvnsnzygcfYkwqZOodEuT&index=47>



En este caso, el material fue utilizado por el programa televisivo para tomar partido por una disputa que sólo busca denostar al oficialismo, haciéndolos parte del mencionado jingle. Desde luego un canal con la centralidad de LN+, y un programa emitido en la Capital Federal, no tardó en tener repercusiones en los medios locales de las diferentes provincias y en medios digitales de menor envergadura.

Como se muestra en los ejemplos, el medio digital Nexofin y el tucumano La Critica recogieron el guante y propagaron la *fake news*, por su parte el artista Negro Andante agradeció la repercusión a nivel nacional.



¹⁶ <https://www.nexofin.com/notas/955217-el-kirchnerismo-ya-le-hizo-hasta-una-cancion-a-la-sputnik-vida-como-de-rusia-pero-hecha-en-casa-n-/>

¹⁷ <https://lacritica.com.ar/2021/06/08/el-kirchnerismo-ya-le-hizo-hasta-una-cancion-a-la-sputnik-vida-como-de-rusia-pero-hecha-en-casa/>



Este es un claro ejemplo de la utilización mediática que realizan algunos periodistas para instalar temas que, surgidos desde redes sociales, y con una intención diferente a la que se le dio mediáticamente, polarizan y generan controversias marcando una clara postura (en este caso) de confrontación con el gobierno.

Por su parte, el periodismo que milita desde el otro lado de la grita política, también se hace notar y dedica programas televisivos a la producción nacional de Sputnik V, como se muestra en este tuit publicado por el periodista Gustavo Sylvestre con fecha 20 de abril de 2021, haciendo referencia a su programa televisivo del canal de cable C5N y donde invita a opinar con el hashtag #SputnikVArgentina:



Se observa que la circulación de información y su retroalimentación incluye también noticias falsas, que son utilizadas para generar manipulación, como planteaban Castells (2013) y Sartori (1998).

1.5 Pfizer

Este apartado nos gustaría comenzar con la frase atribuida a Harry Truman “si no puedes convencerlos, confúndelos”. El derrotero que hay detrás de la vacuna BNT162b2 o mejor conocida por el nombre del fabricante y el desarrollador Pfizer / BioNTech (respectivamente), despertó singular atención en la República Argentina debido a que es una de las vacunas que no se está aplicando en el país, pese a haber realizado estudios de Fase 3 en la Argentina¹⁸. Mucho se dijo y se escribió al respecto, pero lo cierto es que otra vez, los medios y las redes sociales tienen más que decir.

Para una parte de la oposición, el contrato con Pfizer no se llevó a cabo por irregularidades que sindicaban corrupción de parte del Gobierno, por supuesto, desde el oficialismo estas versiones fueron desmentidas y se hablaba de las condiciones leoninas que pretendía imponer Pfizer para la entrega de sus vacunas.

Lo concreto es que una versión periodística surgida de un informe de The Bureau of Investigative Journalism (TBIJ) de Londres, que expone las exigencias de la farmacéutica a los países latinoamericanos, sirvió para nuevamente encender al periodismo partidario y, que a su vez, estas repercusiones mediáticas se retroalimentaran en las redes.

El 24 de febrero de 2021, Página 12 publica “Un informe [que] demuestra las abusivas exigencias de Pfizer para proveer vacunas”, mientras podemos observar un tuit de Leopoldo Moreau del 28 de mayo de este mismo año, donde expresa que Pfizer pidió “glaciares y permisos de pesca como garantía para el contrato por la vacuna” y, por otro lado, vemos un tuit

¹⁸ <https://www.ambito.com/informacion-general/coronavirus/argentina-inician-estudio-fase-3-una-vacuna-contra-el-n5144926>

fechado el 28 de abril de 2021 de la cuenta oficial del canal C5N que muestra una captura de pantalla del programa del periodista Gustavo Sylvestre donde se refuerza la idea del pedido por parte del laboratorio para quedarse con “Reservas, activos soberanos y glaciares”.

Página 12
 02 de julio de 2021 | EDICIÓN IMPRESA | PDF AM 750

SECCIONES Y SUPLEMENTOS ▾ El país | Economía | Sociedad | Cultura y Espectáculos | Deportes | El mundo | Universidad Hoy: 1

SOCIEDAD
 Temas: Pfizer, coronavirus
 24 de febrero de 2021

Pidió a países latinoamericanos que usen sus activos como garantía

Coronavirus: un informe demuestra las abusivas exigencias de Pfizer para proveer vacunas

El gigante farmacéutico estadounidense exigió edificios de embajadas, bases militares y reservas bancarias como aval contra el costo de futuros casos legales. También solicitó cláusulas que la eximan de responsabilidades ante demoras en la producción y efectos adversos de la vacuna. Funcionarios de distintos países catalogaron a estas exigencias como “una especie de chantaje”.

Leopoldo Moreau @MoreauLeopoldo · 28 may.

Afirman que Pfizer pidió “glaciares y permisos de pesca” como garantía para el contrato por la vacuna noticiasdel6.com/afirman-que-pfizer-pidio-glaciares-y-permisos-de-pesca-como-garantia-para-el-contrato-por-la-vacuna noticiasdel6.com/afirman-que-pfizer-pidio-glaciares-y-permisos-de-pesca-como-garantia-para-el-contrato-por-la-vacuna via [noticiasdel6](https://noticiasdel6.com/afirman-que-pfizer-pidio-glaciares-y-permisos-de-pesca-como-garantia-para-el-contrato-por-la-vacuna)



Afirman que Pfizer pidió “glaciares y permisos de pesca” como garanti... El médico cirujano y sanitarista que forma parte del grupo de asesores del gobierno bonaerense, Jorge Rachid, aseguró que Pfizer pidió al ... noticiasdel6.com

61 371 541

C5N @C5N · 28 abr.

Juntos por “Pfizer”: feroz lobby de la oposición y los medios hegemónicos.

Análisis de @Gatosylvestre en Minuto Uno.

#LosVendePatria

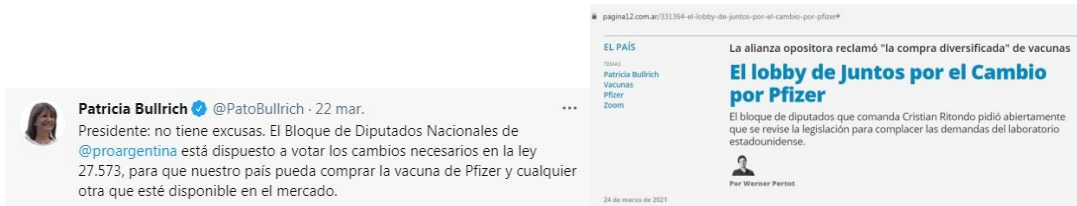


71 97 175

Además, desde medios afines al gobierno, se quiso instalar la idea que la oposición estaba llevando adelante un “lobby” en favor de la empresa que suministra la vacuna Pfizer.

El 22 de marzo de 2021, Patricia Bullrich tuitea que el Bloque de Diputados de Juntos por el Cambio está dispuesto a modificar la Ley para que lleguen al país vacunas Pfizer, por su parte el 24 de marzo de 2021, Página 12 publica una nota sobre “El lobby de Juntos por el Cambio por Pfizer”, en otro claro ejemplo de retroalimentación entre redes sociales y medios tradicionales,

pero esta vez con el objetivo de desmentir, atacar o contradecir en lugar de reforzar y robustecer una idea publicada en uno de estos medios y replicada en el otro.



Del lado “opositor” de la grieta, la respuesta no se hizo esperar y se tomaron las declaraciones de Santiago Cornejo, director regional de Covax¹⁹ quien estaba en una video llamada en el marco del evento virtual *Salud y cooperación, la iniciativa Covax contra la Covid-19*, declaraciones que el mismo Cornejo se encargó de aclarar e incluso le envió una carta a la ministra de salud Carla Vizzotti, con el fin de dejar en claro cuáles fueron sus intenciones y qué fue lo que realmente sucedió.



¹⁹ Fondo de acceso global para vacunas Covid-19

Según publica Infobae el 24 de mayo de 2021, las exigencias no eran tales, ni hubo pedidos de “coimas” para traer las vacunas de Pfizer a la Argentina²⁰, si bien algunos países de la región modificaron sus leyes para poder recibir esas vacunas a instancias de las exigencias del laboratorio. Se observa en el análisis de este apartado, que la retroalimentación entre redes y medios es un hecho, se logró introducir en la polarización ideológica a las vacunas, es decir, a la vacuna Sputnik V se la colocó de un lado de la grieta y a la vacuna de Pfizer del otro, con connotaciones ideológicas que las vacunas per se no poseen.

1.6 ¿Te cura o te mata?

En la letra de la canción *Nueva Roma* el grupo de rock Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota no se lo preguntan sino que lo afirman. En este apartado, jugamos con la frase de dicha letra. La pandemia por la que atravesamos dio para muchas cosas, pero una de las más curiosas fue el surgimiento de un grupo de “expertos” autodenominados *Médicos por la Verdad*²¹. Se trata de un grupo transnacional (surgido en España) de virólogos, inmunólogos y médicos, que critican las medidas sanitarias adoptadas por los gobiernos, descreen del virus y lo tratan como un tema de dominación mundial, promueven el dióxido de cloro y desaconsejan el uso del tapaboca.

Surgidos en las redes sociales, este grupo se propagó casi con la misma rapidez que el coronavirus, además de España y Alemania en Europa, en la región ya tienen presencia en Argentina, Paraguay, Bolivia, Uruguay, Ecuador, Chile, Guatemala, Venezuela, Costa Rica, Colombia, República Dominicana y México.

²⁰ <https://www.infobae.com/politica/2021/05/24/contundente-desmentida-de-pfizer-a-la-denuncia-de-patricia-bullrich-sobre-un-supuesto-pedido-de-coimas/>

²¹ <https://chequeado.com/el-explicador/quienes-son-los-medicos-por-la-verdad-y-los-epidemiologos-argentinos-los-2-grupos-que-difunden-desinformaciones-sobre-el-coronavirus/>



A la par que desde redes sociales circulaban estas (des) informaciones y noticias falsas, la conductora televisiva Viviana Canosa bebió dióxido de cloro en vivo en su programa “Nada Personal” emitido por canal 9, con el trágico desenlace de la muerte de un niño de cinco años por ingesta de esta sustancia en la provincia de Neuquén.



22



23

La reproducción de las noticias falsas, la retroalimentación que de ellas se hace entre las redes sociales y los medios masivos, tienen efectos materiales, que trascienden dichos medios.



²² https://www.clarin.com/fama/viviana-canosa-tomo-vivo-dioxido-cloro-falso-tratamiento-coronavirus_0_RqT7MTIze.html

²³ <https://www.pagina12.com.ar/288249-neuquen-confirman-que-el-nino-de-plottier-murio-por-tomar-di>

Mientras el mundo, o gran parte de él, espera inocularse contra el virus del SARS-CoV-2, el grupo auto proclamado *Médicos por la Verdad*, alimenta la hipótesis de que la vacuna es un “veneno genocida”, y como hemos mostrado, sus acciones trascienden las redes sociales y los medios tradicionales de comunicación.

 Clarín Política
Contra las restricciones
Libertarios y antivacunas marcharon a la Plaza de Mayo para rechazar las medidas del Gobierno
La convocatoria fue a través de las redes sociales. Cuestionaron la constitucionalidad del decreto presidencial.
09/04/2021 2:15 | Clarín.com Política | Actualizado al 09/04/2021 2:18
En la entrada en vigor de las nuevas restricciones anunciadas por el Gobierno nacional ante el fuerte aumento de los contagios de **coronavirus**, un grupo de libertarios se concentró este viernes frente a la **Casa Rosada** para rechazar las medidas sanitarias.

24

 Página 12
SECCIONES Y SUPLEMENTOS | El país | Economía | Sociedad | Cultura y Espectáculos | Deportes | El mundo | Psicología
31/05/2021
SOCIEDAD
Tema: anti cuarentena Antivacunas
"Médicos por la verdad" que siempre es de derecha
Quiénes son y qué hay detrás de los grupos negacionistas de la cuarentena
Los antivacunas se ligan con los sectores más conservadores y extremos en el mundo, y en Argentina convergen con el partido de Biondini. Sus teorías conspiranoicas desvían el eje del debate necesario.
Por Karina Micholetto

25

LA NACION

Los antivacuna y los límites de la libertad individual

12 de noviembre de 2020 • 20:41



Omar Argüello
PARA LA NACION

26

En este apartado, observamos que la retroalimentación que se da entre redes sociales y medios de comunicación tradicionales, tienen su impacto en la opinión pública, con consecuencias que trascienden a los mismos medios, y generan acciones en muchos casos irreversibles e irreparables.

²⁴ https://www.clarin.com/politica/libertarios-antivacuna-marcharon-plaza-mayo-rechazar-medidas-gobierno_0_b7wPMICVm.html

²⁵ <https://www.pagina12.com.ar/344966-quienes-son-y-que-hay-detras-de-los-grupos-negacionistas-de->

²⁶ <https://www.lanacion.com.ar/opinion/los-antivacuna-limites-libertad-individual-nid2508007/>

Epílogo a modo de conclusión:

La pregunta que motorizó esta investigación estaba relacionada con la polarización en las redes sociales y cómo ésta se vinculaba con los medios de comunicación tradicionales, es decir, qué se visualizaba en diarios, programas de televisión y otros medios masivos de comunicación, de aquello que se hablaba en medios no convencionales y atomizados como son las redes sociales. Pudimos observar que esta relación es simbiótica, dado que se produce un doble proceso de retroalimentación entre redes sociales y medios tradicionales. Por un lado, los medios de comunicación tradicionales se valen de las consignas de las redes sociales para reforzar, apoyar o validar los argumentos, que son consonantes con la línea editorial, por el otro, en redes sociales circula información u opiniones desplegadas en medios tradicionales para validar las fuentes de la información de lo que se está compartiendo.

Hemos observado que la irrupción de la pandemia que nos aqueja desde principios del año 2020, no hizo más que reforzar nuestra hipótesis al concentrar las opiniones polarizadas de usuarios (de redes sociales) y consumidores (de medios tradicionales).

Se pudo demostrar empíricamente que una consigna impulsada desde las redes sociales puede tener cobertura mediática a nivel nacional, sean o no verdaderas dichas consignas, y al mismo tiempo, esa cobertura mediática retroalimenta a las redes sociales dando validez a esas consignas.

La presente tesis, se llevó adelante recabando tuits de diversas fuentes y contrastándolos con informaciones publicadas en medios nacionales, se observó que cuando las cuentas de la red social Twitter eran oficialistas, los medios que recogían la información para resaltar el contenido de esos tuits son los que tienen afinidad con el Gobierno Nacional, y por otro lado, de aquellas cuentas opositoras, los medios que publicaban notas al respecto son aquellos distanciados con el oficialismo.

Se puede observar que cuando se realizó la cobertura mediática del arribo y distribución de la vacuna Sputnik V, fueron Pagina 12 y Tiempo Argentino los diarios que mejor trataron la noticia, es decir, acompañaron la difusión oficial de la compra y distribución del inoculante ruso, en cambio, desde los diarios La Nación y Clarín, las notas eran referidas a las polémicas que generó la entrada de Sputnik al país, apoyando las publicaciones con tuits de figuras de la oposición al Gobierno Nacional. Algo similar ocurrió con la fallida adquisición de la vacuna del laboratorio estadounidense Pfizer, pero en este caso, observamos que fueron los medios afines al Gobierno quienes impulsaron o quisieron instalar una campaña de lobby de la coalición opositora en favor de Pfizer, mientras que desde los medios menos allegados al Gobierno, se quiso instalar la idea de corrupción para evitar la llegada al país de la vacuna de Pfizer / BioNTech.

También se pudo mostrar, que desde las redes sociales se impulsan contenidos que son tomados por los medios de comunicación tradicionales, y que, dichos contenidos tienen consecuencias que van más allá de generar empatía con su público, la dialéctica utilizada por grupos pseudocientíficos que toman relevancia nacional y trascienden los límites mediáticos, tuvo consecuencias trágicas.

Podemos concluir por un lado, que la polarización que se ve en redes sociales, se retroalimenta en los medios masivos de comunicación, y por otro lado, la reciprocidad que dichos medios dan a las redes sociales encuentra campo fértil para reproducirse y expandirse.

Los límites de una tesina de grado, no permiten ahondar en los resquicios de una investigación más profunda sobre este tema, que podría desarrollarse en un futuro. La irrupción de la web 2.0 nos está atravesando y cada día se complejizan más las relaciones entre redes y medios: la relación recíproca de validación nos insta a poner el ojo en un asunto tan relevante. Considero que es desde la academia que deben tomarse esas líneas de investigación que nos permitan allanar el camino para descubrir cuáles son los cambios que se han producido desde el siglo pasado, donde los medios tradicionales tenían el monopolio de la información, y cuál es el rol que juegan hoy esos mismos medios insertos en un mundo rodeado de actores digitales que irrumpen con sus voces y toman protagonismo.

Bibliografía:

Alzate Zuluaga, Mary Luz y Romo Morales, Gerardo. (2017), *La agenda pública en sus teorías y aproximaciones metodológicas. Una clasificación alternativa*, Revista Enfoques • Vol. XV • N° 26 • 2017 • pp. 13-35

Annunziata, Rocío y Gold, Tomás. (2018), *Manifestaciones ciudadanas en la era digital. El ciclo de cacerolazos (2012- 2013) y la movilización #NiUnaMenos (2015) en Argentina. Desarrollo Económico*, vol. 57, N° 223 (enero-abril 2018). (<https://www.researchgate.net/publication/327110386>)

Ardèvol-Abreu, Alberto. (2015), *Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España*, Revista Latina de Comunicación Social, 70, pp. 423 a 450. <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1053/23es.html> DOI: 10.4185/RLCS-2015-1053

Aruguete, Natalia. (2009), *Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting*, [versión electrónica], Ecos de la comunicación, 2(2). Recuperado el 05 de junio de 2020 de <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/estableciendo-la-agenda.pdf>

Aruguete, Natalia. (2010), *Los encuadres noticiosos en los medios argentinos. Un análisis de la privatización de Entel*, Biblid.

Aruguete, Natalia y Calvo, Ernesto, (2018). <http://revistaanfibia.com/ensayo/una-voz-imposible-callar-donde-esta-santiago-maldonado/>

Aruguete, Natalia y Calvo, Ernesto, (2020). *Fake news, trolls y otros encantos*. Siglo veintiuno editores. Editor digital: thekat (ePub base r2.1), thekat09.04.2020

Cansino, César. (2017), *Viejas y nuevas tesis sobre el Homo Twitter*, Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales | Universidad Nacional Autónoma de México Nueva Época, Año lxii, núm. 231 septiembre-diciembre de 2017 pp. 389-406 ISSN-2448-492X

Casero-Ripollés, Andreu; Ortells-Badenes, Sara y Rosique Cedillo, Gloria. (2015), Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación) | ISSN: 0213-084X | pp. 1/10 | Octubre 2014 - enero 2015 | www.telos.es Editada por Fundación Telefónica - Gran Vía, 28 - 28013 Madrid

Castells, Manuel. (2013). *El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global*. En el libro *C@mbio: 19 ensayos fundamentales sobre cómo internet está cambiando nuestras vidas*, 19 autores, OpenMind (www.bbvaopenmind.com/libro/cambio-19-ensayos-fundamentales-sobre-como-internetesta-cambiando-nuestras-vidas/)

Fernández-García, Nuria. (2017), *Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática*, Revista Nueva Sociedad N° 269 mayo-junio (www.nuso.org).

García-Arenas, Javier. (2019), *Polarización política: el fenómeno que debería estar en boca de todos*, Dossier: las causas de la polarización política, CaixaBank Research pp. 31 a 33

Lobo, Sascha. (2017), *Cómo influyen las redes sociales en las elecciones*, Revista Nueva Sociedad N° 269 mayo-junio (www.nuso.org).

Lozada, Mireya. (2004). *El otro es el enemigo: imaginarios sociales y polarización*, Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales [en línea]. 2004, 10(2), 195-209[fecha de Consulta 04 de Junio de 2020]. ISSN: 1315-6411. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17710214>

Magnani, Esteban. (2017), *Big data y política, el poder de los algoritmos*, Revista Nueva Sociedad N° 269 mayo-junio (www.nuso.org).

McCombs, Maxwell & Shaw, Donald. (1972), *The Agenda-Setting Function of Mass Media*, Fuente: The Public Opinion Quarterly, Vol. 36, No. 2 (Verano, 1972), pp. 176-187 publicado por: Oxford University Press on behalf of the American Association for Public Opinion Research Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/2747787> . Acceso: 30/05/2020



Sartori, Giovanni. (1998), *Homo Videns, la sociedad teledirigida*, Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, SA, Beazley 3860. (1437) Buenos Aires.

Schuliaquer, Iván y Vommaro, Gabriel (2020), *Introducción: La polarización política, los medios y las redes. Coordinadas de una agenda en construcción* Revista SAAP (ISSN 1666-7883) Vol. 14, N° 2, noviembre 2020. (<https://doi.org/10.46468/rsaap.14.2.I>)

Soroush Vosoughi, Deb Roy, Sinan Aral. (2018), *La difusión de noticias verdaderas y falsas en línea*, *Ciencia* 09 de marzo, vol. 359, número 6380, pp. 1146-1151 DOI: 10.1126 / science.aap9559. (<https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146.full>)

Vázquez, Mariano (2018). *Esfera pública virtual Una lectura política y comunicacional de lo público en la web*. INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN 2018 - VOL. 13 / N° 1 - 49-69 - ISSN 1510-5091 - ISSN 1688-8626 (en línea). (<https://doi.org/10.18861/ic.2018.13.1.2825>)