
Representaciones mediáticas en torno a la vacunación contra la COVID-19: tematizaciones periodísticas

Media representations surrounding COVID-19 vaccination: journalistic thematizations

Faustina De Gennaro
Universidad de Buenos Aires
Buenos Aires, Argentina
degennaro.fausti@gmail.com

Fecha de envío: 10/10/2024

Fecha de aceptación: 19/06/2025

ARK: <https://id.caicyt.gov.ar/ark:/s26839784/krj2gbofd>

Resumen

El propósito de este trabajo es describir y comparar la tematización realizada por los principales diarios digitales argentinos respecto de los discursos asociados con la vacunación contra la COVID-19 en Argentina entre marzo de 2020 y agosto de 2021, mediante el estudio de las noticias publicadas por LaNación.com, Infobae.com y Clarín.com durante ese período. Para alcanzar dicho objetivo, se relevaron diferentes focos temáticos con una frecuencia mensual, de acuerdo con la cantidad de piezas periodísticas destinadas a cada tópico. A partir de un análisis de 1197 titulares, se evidenciaron las siguientes dimensiones predominantes: 1) Confianza social en las vacunas (efectividad y validaciones, movimientos antivacunas, daños colaterales y confianza social propiamente dicha); 2) Vacunas (producción local de vacunas, caso Sputnik y caso Pfizer); 3) Políticas e industria farmacéutica (desarrollo de las vacunas, negocios de los laboratorios, compra de vacunas en general y campaña de vacunación).

Palabras clave: representaciones mediáticas; Covid-19; vacunas; Sputnik; Pfizer; encuadres.

Abstract

The purpose of this work is to describe and compare the thematic framing carried out by the main Argentine digital newspapers regarding the discourses associated with COVID-19 vaccination in Argentina between March 2020 and August 2021, through the study of news published by LaNacion.com, Infobae.com, and Clarin.com during this period. In this regard, thematic peaks were also surveyed monthly, according to the number of journalistic pieces dedicated to each topic. Based on an analysis of 1,197 headlines, the following predominant dimensions were identified: 1) Social trust in vaccines (effectiveness and validations, anti-vaccine movements, collateral damage, and social trust itself); 2) Vaccines (local production of vaccines, the Sputnik case, and the Pfizer case); 3) Policies and the pharmaceutical industry (development of vaccines, laboratory business dealings, general vaccine purchases, and vaccination campaigns).

Keywords: Media representations; Covid-19; vaccines; Sputnik; Pfizer; frames.

Introducción

A finales de 2019, surgió en la ciudad china de Wuhan el virus SARS-COV-2, también denominado COVID-19 o nuevo coronavirus. La globalización -que implica movilidad internacional por razones migratorias o de traslado transitorio por turismo o cuestiones formativas y profesionales- permitió la difusión pandémica de este virus en el resto del mundo incluido nuestro país, Argentina (Buzai, 2020). Esto condujo a la OMS a declarar emergencia de salud pública de interés internacional y la confirmación pandémica el 11 de marzo de 2020 (OMS, 2022; Peña-Otero, 2020).

El mundo cambió tanto en los cuidados sanitarios como en los modos de habitarlo, de socializar y de realizar prácticas cotidianas (Zusman, Lus Bietti & Landini, 2020). Los países afectados comenzaron a tomar distintas medidas sanitarias preventivas –en Argentina se destacaron el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) y el Distanciamiento Social Preventivo y Obligatorio (DISPO)–, a apuntalar sus sistemas de salud y a negociar con grupos de compañías farmacéuticas y laboratorios internacionales para abastecerse de vacunas y

tratamientos posibles a desarrollarse con el fin de inocular y proteger a las poblaciones (Díaz-Langou et. al, 2020; Nogueira, Rocha & Akerman, 2021; OBLAT-CLACSO, 2020; Zárate, 2020).

Durante los años 2020 y 2021, luego de una carrera inédita por parte de los laboratorios en la producción de vacunas (algunas de ellas sin las tradicionales fases de testeo completadas) los Estados nacionales, entre ellos Argentina, fueron adquiriendo millones de dosis. Así, junto con el poder político –responsable de las medidas sanitarias en los distintos niveles y jerarquías gubernamentales– cobró relevancia otro actor social: la industria farmacéutica encarnada en laboratorios con diversas trayectorias científico-técnicas y anclajes geográfico-nacionales. El eje de la relación entre ambos fue uno solo: el desarrollo, la producción y la adquisición de vacunas contra la COVID-19.

En Argentina, los medios de comunicación no fueron ajenos a esta relación, dando cobertura al proceso de desarrollo de las distintas vacunas, así como a la adquisición de estas por parte del Poder Ejecutivo y al posicionamiento de los distintos actores políticos frente a estas negociaciones. Si históricamente el discurso periodístico había abordado el tópico político, ahora sumaría a este la temática científico-técnica de la vacunación. Este entrecruzamiento resulta singular y por ende un objeto de estudio novedoso por dos motivos que se explican a continuación.

Primero: en las noticias sobre las vacunas el discurso periodístico entremezcla el abordaje de la política –práctica y discurso que se destaca por su dimensión ideológica explícita– con el abordaje de la práctica científica –cuyo discurso se caracteriza por un desdoblamiento que genera un efecto de objetividad al mostrar su dimensión ideológica mediante la exhibición de sus condiciones de producción (Salgado Andrade, 2019; Verón, 1987)–.

Segundo: la ciudadanía argentina posee representaciones acerca de la pandemia y las políticas públicas en torno a la misma (Altamirano, 2021; Bacon, et al., 2020; Johnson et. al, 2020), pero los estudios observados no abordan la relevancia que adquiere en estas representaciones el discurso periodístico digital como principal fuente informativa respecto de sucesos relativos a la pandemia como la vacunación. Esta investigación parte de la premisa de que el discurso noticioso –principalmente el periodismo digital en el contexto de aislamiento

sanitario (ComScore, 2020; Rojas, 2020)– posee una difusión mayor a otros discursos (Calzado, Cirulli y Lío, 2021; D’Adamo, García Beaudoux & Freidenberg, 2000; Moguillansky, Fischer & Focas, 2020; Zunnino, Kessler & Vommaro, 2022), haciendo que sus construcciones de sentido –representaciones– tengan una situación preferencial dentro de la circulación social del sentido (Berger & Luckmann, 2003; Moscovici, 1976; Raiter, 2002).

Lineamientos de trabajo

Este artículo forma parte de la investigación titulada Representaciones mediáticas y sociales en torno a la vacunación para Covid-19 en Argentina (2020-2023) en la Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social de la Universidad del Salvador (USAL). En este trabajo, se abarcan tanto las representaciones mediáticas de este proceso (marzo 2020 a agosto 2021) por parte de los principales portales periodísticos digitales argentinos (Infobae.com, Clarin.com y LaNacion.com) como las representaciones sociales actuales (2023) ancladas en los habitantes del área metropolitana de Buenos Aires (AMBA), zona de mayor incidencia del virus y de las medidas sanitarias y repercusiones sociales en los inicios de la pandemia, a partir de la técnica de encuestas autoadministradas online.

El objetivo que abordamos en este artículo es describir y comparar la tematización realizada por los principales diarios digitales argentinos respecto de los discursos asociados con la vacunación contra la COVID-19 en Argentina entre marzo de 2020 y agosto de 2021, a partir de las noticias publicadas por LaNación.com, Infobae.com y Clarín.com durante ese período. En este sentido, también se relevaron los picos temáticos con una frecuencia mensual, de acuerdo con la cantidad de piezas periodísticas destinadas a cada tópico.

Metodología

Para esta investigación, se relevaron las noticias publicadas por los 3 portales periodísticos con mayor cantidad de usuarios únicos en Argentina según datos de *ComScore* (2020): Infobae (19 millones) La Nación (17 millones) y Clarín (16 millones) desde el 3 de marzo de 2020 hasta el 31 de agosto de 2021. La elección de estos portales, además de consolidarse como los más visitados, presentan matices en sus líneas editoriales que habilitan el análisis comparativo.

El recorte temporal se justificó a partir de dos hitos relevantes a nivel social y mediático en relación con la pandemia y la campaña de vacunación. El 3 de marzo de 2020 fue confirmado el primer caso de este COVID-19 en Argentina. Se trató de un hombre de 43 años que había regresado de un viaje a Italia, país que en ese momento estaba experimentando un brote significativo de la enfermedad. Los portales periodísticos sellaron el hecho como un punto de inflexión que confirmaba el inicio de un proceso que duró más de dos años.

En tanto, el 31 de agosto de 2021 marcó otro momento en la agenda mediática ya que se dio a conocer el comienzo de la distribución de la vacuna argentina desarrollada por el laboratorio local Richmond a partir de los componentes provistos por el inmunógeno proveniente de Rusia llamada Sputnik V. El acuerdo había sido firmado durante ese año entre la empresa farmacéutica argentina, a través del gobierno nacional y el Instituto Gamaleya de Rusia.

La selección de las noticias se ejecutó a partir del análisis de los titulares (título, bajada y volanta) que incluyeran la palabra vacuna o alguna de sus derivaciones, así como los nombres de los inmunógenos principales (Sputnik, Pfizer, Moderna, AstraZeneca, Johnson & Johnson, Sinovac, Curevac).

De acuerdo con los criterios mencionados anteriormente, se consolidó un total de 1197 (mil ciento noventa y siete) piezas periodísticas, clasificadas en temáticas predominantes (Tabla 1). La suma corresponde a los portales de los diarios La Nación, Clarín e Infobae, con 996, 89 y 112 notas, respectivamente.

Análisis

Entre marzo de 2020 y agosto de 2021, las temáticas que predominaron en las noticias publicadas por los portales digitales (listadas en Tabla 1) se centraron en la denominada “carrera por las vacunas” cuyos protagonistas fueron actores que no habían tenido tanta notoriedad mediática hasta el momento. Los procesos de aprobación también ocuparon la agenda, así como la adquisición de los diferentes inmunógenos por parte del gobierno nacional.

Los temas más relevantes que inferimos a partir del análisis de los titulares de las piezas periodísticas fueron los siguientes:

- Desarrollo de las vacunas: progresos en las pruebas clínicas, resultados de fases de ensayo y los correspondientes anuncios de los laboratorios acerca del nivel de eficacia de las vacunas durante cada etapa del proceso.
- Validaciones y aprobaciones por parte de la comunidad científica: datos sobre las regulaciones nacionales e internacionales, autorizaciones de emergencia (ej. Pfizer, Sputnik y Moderna) para acelerar la disponibilidad de las vacunas y debates en torno a la transparencia de esas auditorías.
- Campaña de vacunación: estrategias diferenciadas por países, fases de implementación, priorización de grupos de riesgo y personal de salud, difusión y propaganda. Almacenamiento masivo postproducción, respeto de la cadena de frío (ultracongelación para algunas vacunas) y logística específica y planificación necesaria para la entrega de los antígenos a los distintos países del mundo.
- Efectos secundarios y daños colaterales: monitoreo de la seguridad de las vacunas, reportes de casos leves, graves y hasta mortales. Durante 2021, comenzaron a publicarse noticias acerca de los casos de trombosis VITT en algunos países de Europa como Reino Unido, asociados a la aplicación de la vacuna AstraZeneca. Los portales argentinos dieron cuenta de estos sucesos y los encuadraron en la confianza social de las vacunas en general ya que hubo noticias donde se compararon los daños y efectos colaterales potenciales de cada vacuna.
- Confianza social en las vacunas: los diferentes portales publicaron noticias relacionadas con las percepciones ciudadanas acerca de la solidez de la evidencia respaldatoria para la seguridad y efectividad de las vacunas contra la COVID-19. A través de encuestas y sondeos, los medios publicaron las opiniones relacionadas con las experiencias de los pacientes, los miedos y las ansiedades como consecuencia de la vacunación.

TEMÁTICAS PREDOMINANTES MARZO 2020 - AGOSTO 2021	La Nación		Clarín		Infobae	
	Q	%	Q	%	Q	%
Efectividad y validaciones	203	20%	10	11%	16	14%
Desarrollo de vacunas	133	13%	15	17%	20	18%
Campaña de vacunación	110	11%	8	9%	5	4%
Caso Sputnik	87	9%	15	17%	20	18%
Daños colaterales de la vacunación	83	8%	7	8%	13	12%
Confianza social en las vacunas	83	8%	6	7%	12	11%
Compra de vacunas (general)	80	8%	7	8%	10	9%
Negocio de los laboratorios	77	8%	5	6%	7	6%
Caso Pfizer	75	8%	5	6%	2	2%
Producción local de vacunas	40	4%	8	9%	5	4%
Movimientos antivacunas	25	3%	3	3%	2	2%
Total	996	100%	89	100%	112	100%

Tabla 1. Cantidad y porcentajes de noticias por temática a partir del análisis de los 3 portales LaNación.com, Clarín.com e Infobae.com desde el 3 de marzo de 2020 hasta el 31 de agosto de 2021 (fuente: elaboración propia).

- Compra de vacuna Sputnik (caso Sputnik): Argentina comenzó la compra y aplicación de la vacuna Sputnik V en diciembre de 2020. La primera partida marcó el inicio de la campaña de vacunación en el país. Los portales cubrieron ese hito vinculado con la autorización de emergencia otorgada por la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT). El caso fue enfocado desde el plano político debido a que las negociaciones se realizaban directamente con el gobierno ruso de Vladimir Putin. Y en las noticias se destacaban preocupaciones expresadas por algunos sectores de la comunidad científica, tanto en Argentina como a nivel internacional, sobre la falta de datos completos y la rapidez con la que se aprobó la vacuna en Rusia. La seguridad y la efectividad de esta vacuna fue puesta en duda a través de notas

periodísticas que recogían voces de diferentes organismos científicos, de la medicina y hasta de la política que desconfiaban de la transparencia en la fase de ensayos clínicos.

- **Compra de vacuna Pfizer (caso Pfizer):** se visibilizó mediáticamente el estancamiento de las negociaciones entre la empresa estadounidense y el gobierno argentino para la adquisición de nuevas vacunas. Los diarios se enfocaron en las diferencias contractuales relacionadas con requisitos complejos (garantías financieras y responsabilidad legal por parte del laboratorio) que exigía la marca biofarmacéutica. En la agenda mediática se expusieron las demandas, sospechas y acusaciones de corrupción y negligencia por parte de la oposición hacia el gobierno de Alberto Fernández. El caso derivó a nivel periodístico en el impacto negativo para la campaña de vacunación gestionada por el gobierno nacional.
- **Movimientos antivacunas:** en relación con la temática anterior, los diarios digitales, en especial La Nación, tuvieron un abordaje crítico respecto de los grupos e individuos que utilizaban datos falsos o engañosos para desprestigiar la campaña de vacunación contra la Covid-19 y para rechazar las vacunas e inmunizaciones alopáticas a nivel general. A partir de las diferentes noticias y el tono valorativo que se analizó, se pudo evidenciar que quedaban desautorizadas las voces de aquellos actores sociales reticentes a las soluciones de los laboratorios y de la industria farmacéutica.
- **Negocios de los laboratorios:** este tema también se evidenció en los diferentes portales, aunque con menor frecuencia que los anteriores. Durante la etapa de venta y distribución de las vacunas, la industria farmacéutica apareció como un actor social más con intereses económicos significativos. Hubo enfoques en los precios y en la accesibilidad por parte de países de bajos ingresos. También se detectaron controversias sobre la transparencia en la información provista por los laboratorios, la gestión de la propiedad intelectual y los problemas legales asociados con las patentes de las vacunas.
- **Producción local de vacunas:** durante 2021 y principalmente entre junio y agosto de ese año, los portales incluyeron en la agenda mediática los avances en la producción local de la vacuna Sputnik V en el Laboratorio Richmond, a partir del antígeno provisto por el Instituto Gamaleya de Rusia. Los portales informativos clasificaron este tema dentro del

ámbito político, en lugar de la salud, otorgándole un encuadre desde las relaciones internacionales, más específicamente en los acuerdos bilaterales Rusia-Argentina.

Al analizar la evolución de los titulares relacionados con la vacunación contra la COVID-19 a lo largo de 2020 y 2021, en el trabajo se evidenciaron los aumentos y disminuciones de cada temática, así como también los picos de relevancia de cada una de ellas.

En los primeros meses de la pandemia (entre marzo y julio de 2020), la atención mediática se centró en el desarrollo de las vacunas por parte de los diferentes laboratorios (Tabla 2). Se fueron brindando datos acerca de los ensayos clínicos y se comenzaron a conocer los actores sociales de la industria farmacéutica a nivel mundial. Nombres que hasta el momento no formaban parte de la opinión pública como Moderna, AstraZeneca y en menor medida Pfizer (reconocida por medicamentos de venta libre principalmente) de pronto empezaron a aparecer en los titulares de los portales digitales.

Con frecuencia diaria, como fue en el caso de La Nación, se publicaron avances y novedades que provenían de diferentes agencias de noticias y publicaciones de divulgación científica. A esto se le sumaron algunos datos relacionados con el costo de los desarrollos y los ensayos clínicos, que prepararon el terreno para otra tematización significativa: la compra de las vacunas en general, Pfizer y Sputnik en particular.

En paralelo, la confianza social en las vacunas se presentó como una problemática incipiente debido a la incertidumbre de las pruebas clínicas y potenciales daños producidos por las vacunas debido a la velocidad de los experimentos. En esta misma línea, un tópico que acompañó la agenda mediática durante los 18 meses del relevamiento fueron los movimientos antivacunas. En general se trataban de noticias de agrupaciones pequeñas que se manifestaban en Europa (en algunos casos artistas famosos del ámbito de la música), pero se las encuadraba como sucesos marginales, sin argumentos sólidos y liderados por actores sociales negacionistas.

TEMATICAS PREDOMINANTES / MESES	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	TOTAL
EFFECTIVIDAD Y VALIDACIONES						0
DESARROLLO DE LAS VACUNAS	9	9	10	13	21	62
CAMPAÑA DE VACUNACIÓN						0
CASO SPUTNIK						0
DAÑOS COLATERALES DE LA VACUNACIÓN						0
CONFIANZA SOCIAL EN LAS VACUNAS	1	3			4	8
COMPRA DE VACUNAS (GENERAL)						0
NEGOCIOS DE LOS LABORATORIOS			2	1	4	7
CASO PFIZER						0
PRODUCCIÓN LOCAL DE VACUNAS			1			1
MOVIMIENTOS ANTIVACUNAS		3	2	2		7

Tabla 2. Cantidad de noticias por temática y por mes a partir del análisis de los 3 portales unificados desde el 3 de marzo hasta el 31 de julio de 2020 (fuente: elaboración propia).

Meses después de las primeras cuarentenas y con los desarrollos de las vacunas en etapa de experimentación, el proceso de validación y aprobación de las vacunas tomó notoriedad en la agenda de los portales digitales. A estos discursos se le complementaron las negociaciones por parte del Poder Ejecutivo para la adquisición de la vacuna desarrollada en Rusia, la denominada Sputnik, que siempre fue presentada mediáticamente como “la vacuna rusa”, con un encuadre geopolítico e ideológico.

Cada pieza periodística, si bien tenía como punto principal el desarrollo de una vacuna para combatir la COVID-19, era clasificada dentro del ámbito político desde la volanta. Y con alta frecuencia aparecía el nombre del presidente Vladimir Putin en algún párrafo para completar el encuadre mencionado anteriormente.¹

En la medida que avanzaban las campañas de vacunación en otras partes del mundo, también llegaban noticias que daban cuenta de algunos temores a causa del desconocimiento de las dosis, su efectividad y efectos. Sin embargo, para contrarrestar la desinformación y los miedos sociales, al mismo tiempo surgieron artistas, personalidades del espectáculo, futbolistas y líderes políticos

¹ En una etapa posterior dentro de la investigación, se procederá al análisis cualitativo de notas periodísticas pertenecientes a cada etapa, mediante la selección de una muestra no representativa intencional a la que se le aplicará la técnica de análisis del discurso para dar cuenta de un objeto de estudio con mayor nivel de certeza.

dispuestos a “dar el ejemplo” al vacunarse contra la COVID-19 incluso utilizando inmunógenos que aún estaban en etapa de validación. Estas situaciones también fueron incluidas en la agenda de los diarios digitales, construyendo así la categoría “confianza social en las vacunas”.

TEMATICAS PREDOMINANTES	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	TOTAL
EFFECTIVIDAD Y VALIDACIONES	9	2	3	26	21	61
DESARROLLO DE LAS VACUNAS	10	8	6	9	10	43
CAMPAÑA DE VACUNACIÓN			2	6	12	20
CASO SPUTNIK	1		2	17	25	45
DAÑOS COLATERALES DE LA VACUNACIÓN		10	3	1	6	20
CONFIANZA SOCIAL EN LAS VACUNAS	4	12	1	17	23	57
COMPRA DE VACUNAS (GENERAL)			2	5	1	8
NEGOCIOS DE LOS LABORATORIOS	4	1	3	9	5	22
CASO PFIZER					10	10
PRODUCCIÓN LOCAL DE VACUNAS	7			1	1	9
MOVIMIENTOS ANTIVACUNAS		1	2	3		6

Tabla 3. Cantidad de noticias por temática y por mes a partir del análisis de los 3 portales unificados desde el 1 de agosto hasta el 31 de diciembre de 2020 (fuente: elaboración propia).

Como se puede observar en la evolución del segundo semestre de 2020 (Tabla 3), las noticias relacionadas con el caso Pfizer empezaron a aparecer en diciembre de ese año. Esto significó el inicio de cuestionamientos severos a la estrategia del gobierno nacional para la compra de vacunas ya que las idas y vueltas en la conversación con la farmacéutica estadounidense derivaron en un retraso en la inmunización de una población agotada de las cuarentenas.

Finalmente, entre enero y agosto de 2021 (Tabla 4) disminuyó la tematización correspondiente con el desarrollo y producción de las vacunas. Aumentaron aquellas relacionadas con los datos de eficacia, hasta el punto de comparar resultados entre distintos laboratorios.

La atención migró hacia la campaña de vacunación, su implementación, transparencia² y difusión. Las noticias relacionadas con el arribo de nuevas dosis de vacuna Sputnik se mantuvieron con alta frecuencia durante todo 2021, hasta la producción local liderada por el laboratorio Richmond en Buenos Aires.

En estos meses también se destacaron las coberturas relacionadas con los casos de trombosis vinculados con la aplicación de la vacuna AstraZeneca, al punto que condujo a algunos países a suspender la campaña de inmunización con dicha farmacéutica.

Las protestas sociales en Argentina a causa de la polémica denominada Vacunatorio VIP adquirieron relevancia en los titulares. Y la discusión parlamentaria en torno a las negociaciones entre el gobierno nacional y el laboratorio Pfizer también fue ganando terreno en la agenda mediática.

En las últimas semanas del relevamiento, entre julio y agosto de 2021, las noticias adoptaron un encuadre centrado en el impacto de la confianza pública, reflejando el descontento social propiciado por las restricciones del aislamiento, la falta de transparencia en la gestión, las sospechas de corrupción asociadas con las negociaciones con Pfizer y los conflictos durante la campaña de vacunación (con su momento crítico en el denominado Vacunatorio VIP).

² Es necesario aclarar que uno de los temas relevantes vinculados con la vacunación fue el denominado Vacunatorio VIP. En febrero de 2021 esta polémica ocupó la agenda de todos los medios a partir del comentario realizado por el periodista Horacio Verbitsky, quien afirmó que había sido vacunado en la sede del Ministerio de Salud (cuando aún no le correspondía según el esquema de vacunación establecido que priorizaba grupos de riesgo y personal de salud). A partir de esas declaraciones, salieron a la luz otros casos de personas allegadas al poder que habían recibido la primera dosis fuera de la planificación oficial y antes de la disponibilidad al público en general. El caso derivó en la renuncia de funcionarios claves para el gobierno, como el ex ministro de Salud, Ginés González García y los portales cuestionaron la falta de transparencia en la campaña de vacunación. El tratamiento mediático incluyó los cuestionamientos éticos, el aumento de la indignación y del malhumor social, el impacto en la confianza en el sistema de salud pública, las reacciones de la oposición y los reclamos por parte de organizaciones no gubernamentales. A los fines de nuestro trabajo, el Vacunatorio VIP no fue incluido en el relevamiento de titulares debido a que no era pertinente para la dar cuenta de la representación mediática de las vacunas, sino que el acontecimiento fue construido mediáticamente desde el encuadre del debate o “rosca” política.

TEMATICAS PREDOMINANTES	ene-21	feb-21	mar-21	abr-21	may-21	jun-21	ago-21	TOTAL
EFFECTIVIDAD Y VALIDACIONES	19	20	12	21	15	32	22	141
DESARROLLO DE LAS VACUNAS	3	8	6	8	7	5	12	49
CAMPAÑA DE VACUNACIÓN	3	3	3	7	5	16	40	77
CASO SPUTNIK	10	13	6	7	5	20	5	66
DAÑOS COLATERALES DE LA VACUNACIÓN	6	5	20	17	6	14	6	74
CONFIANZA SOCIAL EN LAS VACUNAS	22	4	1	2	1	4	1	35
COMPRA DE VACUNAS (GENERAL)		10	4	12	21	17	8	72
NEGOCIOS DE LOS LABORATORIOS	7	4	7	9	16	8	2	53
CASO PFIZER		2	2	5	18	26	4	57
PRODUCCIÓN LOCAL DE VACUNAS		3	1	11	7	16	2	40
MOVIMIENTOS ANTIVACUNAS	1	2	1	1		2	5	12

Tabla 4. Cantidad de noticias por temática y por mes a partir del análisis de los 3 portales unificados desde el 1 de enero hasta el 31 de agosto de 2021 (fuente: elaboración propia).

Conclusión

A partir del análisis de la tematización predominante a lo largo de los meses, se puede resumir que los tres portales digitales abordaron la cobertura periodística de la vacunación contra la COVID-19 mediante una evolución temática que respondió tanto a la cronología de los hechos como a procesos discursivos más amplios. Las principales temáticas identificadas fueron: 1) desarrollo de vacunas; 2) procesos de validación y aprobación científica; 3) confianza social en las vacunas; 4) negociaciones y adquisición de la vacuna Sputnik; 5) niveles de efectividad; 6) campaña de vacunación; 7) compra general de vacunas; y 8) caso Pfizer.

Estas temáticas no deben entenderse como un mero reflejo de los acontecimientos, sino como producciones de sentido construidas discursivamente en el espacio mediático. En este sentido, los medios no solo comunican hechos, sino que —siguiendo a Eliseo Verón (1987)— participan activamente en procesos de semiosis social, es decir, en la generación de sentidos que se articulan dentro de series discursivas donde cada texto se inscribe en una red de otros textos anteriores y contemporáneos. Esta perspectiva permite comprender cómo los discursos mediáticos sobre la vacunación se producen dentro de una lógica interpretativa que configura ciertas versiones de lo real.

Al mismo tiempo, desde el enfoque de la construcción social de la realidad propuesto por Berger y Luckmann (2003), se reconoce que el conocimiento cotidiano –como las creencias sobre la eficacia o el peligro de las vacunas– no surge de manera espontánea, sino que es socialmente producido y compartido, institucionalizado a través de los medios de comunicación. Así, la cobertura de los portales digitales no solo informa, sino que contribuye a estabilizar sentidos en torno a la pandemia, las vacunas y los actores involucrados.

Por otro lado, desde la teoría de las representaciones sociales de Moscovici (1976), el proceso de comunicación mediática permite transformar lo desconocido en familiar. Las vacunas, en tanto objeto novedoso, fueron traducidas a un lenguaje comprensible para la audiencia a través de imágenes, metáforas y narrativas que les dieron sentido en el marco de la vida cotidiana. Alejandro Raiter (2002) retoma este enfoque para analizar cómo los medios configuran representaciones sociales que condensan discursos en tensión, poniendo en juego conflictos, intereses y valoraciones que revelan disputas simbólicas.

En este marco, las diferencias entre los diarios La Nación, Clarín e Infobae no solo remiten a estilos editoriales, sino a formas diferenciadas de construir sentidos en torno a la vacunación. La Nación distribuyó su cobertura de manera más equilibrada entre las distintas temáticas; Clarín enfatizó las negociaciones por la vacuna Sputnik desde una perspectiva centrada en la gestión gubernamental; mientras que Infobae priorizó un enfoque internacional, resaltando especialmente los casos de efectos adversos o controversias científicas. Estas decisiones editoriales se inscriben en estrategias discursivas que orientan la producción de sentido y participan activamente en la configuración de representaciones sociales diferenciadas.

Finalmente, en una futura publicación se desarrollará un análisis cualitativo de los encuadres temáticos y de los actores sociales implicados, a partir de una muestra no representativa de noticias publicadas entre marzo de 2020 y agosto de 2021 en LaNación.com, Clarín.com e Infobae.com. Este análisis se organizará en torno a tres dimensiones: 1) Confianza social en las vacunas; 2) Vacunas (producción local, caso Sputnik y caso Pfizer); y 3) Políticas e industria farmacéutica. La incorporación de estos marcos teóricos permitirá profundizar la comprensión de cómo los medios construyen sentidos en torno a fenómenos sanitarios complejos y cómo esas construcciones impactan en la vida social.

Referencias bibliográficas

- Altamirano V., Bacon, S., Baró, S., Benítez, D., Caravello, J., Filippa N., Gastaldo, Z., Gómez J. C., Grañana, N., Lavoie, K., Medina P., Muñoz, M., Nogueira Da Silva, A., Peláez, S., Pérez A., Potes, M., Santojanni, L., Sorbara, S., Souza Godinho, S., Taliercio, A., Zaracho, R. (2021). “Representaciones Sociales sobre las Vacunas y la Vacunación frente al COVID 19”. *Revista Científica Arbitrada de la Fundación MenteClara*, vol. 6 (252). DOI: <https://doi.org/10.32351/rca.v6.252>
- Bacon, S. (2020). “Representaciones de las medidas gubernamentales en el contexto del COVID-19”. *Prospectivas en Psicología*, vol. 5 (1). Recuperado de: https://www.kennedy.edu.ar/wp-content/uploads/2020/12/05_05_01_2.-REPRESENTACIONES-DE-LAS-MEDIDAS-GUBERNAMENTALES-EN-EL-CONTEXTO-DEL-COVID-19_sp.pdf
- Berger, P., Luckmann, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu.
- Buzai, G. D. (2020). *De Wuhan a Luján. Evolución espacial del COVID-19*. Universidad Nacional de Luján. Instituto de Investigaciones Geográficas. Recuperado de <https://ri.unlu.edu.ar/xmlui/handle/rediunlu/683>
- Calzado, M., Cirulli, A., Lio, V. (2021). “La ventana al exterior en la pandemia: Tecnologías, hábitos y confianza informativa en Argentina”. *Revista Iberoamericana de Ciencia Tecnología y Sociedad*, (16). Recuperado de <https://ojs.revistacts.net/index.php/CTS/article/view/203>
- ComScore (2020a). *Consumo digital 2020 en Latinoamérica: supremacía del móvil y crecimiento de la audiencia en internet*. Recuperado de <https://www.comscore.com/lat/Prensa-yEventos/Comunicados-de-prensa/2021/2/Consumo-digital-2020-en-Latinoamerica>
- D’Adamo, O., García Beaudoux, V., Freidenberg, F. (2000). “Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública”. *Una imagen, ¿vale más que mil palabras?* Editorial de Belgrano.
- Díaz-Langou, G., Kessler, G., Della-Paolera, C., Karczmarczyk, M. (2020). “Impacto social del COVID-19 en Argentina. Balance del primer semestre de 2020”. *Documento de Trabajo N°197*. CIPPEC.
-

-
- Johnson, M. C., Saletti-Cuesta, L., Tumas, N. (2020). “Emociones, preocupaciones y reflexiones frente a la pandemia del COVID-19 en Argentina”. *Ciência & Saúde Coletiva*. DOI: <https://doi.org/10.1590/1413-81232020256.1.10472020>
- Moguillansky, M., Fischer, M., Fócas, B. (2020). *Prácticas culturales, información y política en la pandemia*. IDAES. Recuperado de <https://www.unsam.edu.ar/escuelas/eidaes/docs/Doc12-InvestigacionMoguillansky.pdf>
- Moscovici, S. (1976) *Pensamiento y vida social*. Paidós.
- Nogueira J., Rocha, D., Akerman, M. (2021). “Políticas públicas adoptadas en la pandemia de la COVID-19 en tres países de América Latina: contribuciones de la Promoción de la Salud para no volver al mundo que existía”. *Global Health Promotion*, vol 28. DOI: <https://doi.org/10.1177/1757975920977837>
- OBLAT-Clacso (2020). *Pensar la pandemia. Políticas públicas en América Latina frente al Covid-19*. Recuperado de <https://www.clacso.org/politicas-publicas-en-america-latina-frente-al-covid-19/>
- Organización Mundial de la Salud (2022). *Actualizaciones epidemiológicas y operativas semanales 2020-2021*. Recuperado de <https://www.who.int/emergencias/diseases/novel-coronavirus2019/situation-reports>
- Peña-Otero, D., Díaz-Pérez, D., De la Rosa-Carrillo, D., Bello-Drona, S. (2020). “Are we ready for the new coronavirus?” *Archivos de Bronconeumología*. vol 56. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.arbres.2020.02.009>
- Raiter, A. (2002). *Representaciones Sociales*. Eudeba.
- Rojas, Leónidas. (2020). El consumo de medios en tiempos de cuarentena. *ComScore*. Recuperado de <https://www.comscore.com/lat/Prensa-y-Eventos/Blog/El-consumo-de-medios-en-tiemposde-cuarentena>
- Salgado Andrade, E. (2019). *Los estudios del discurso en las ciencias sociales*. México DF, México: Universidad Nacional Autónoma de México. DOI: <https://doi.org/10.35956/v.21.n1.2021.p.219-223>
- Verón, E. (1987). *La semiosis social*. Gedisa.
-

Zárate, R. (2020). “COVID-19: Pandemia, sociedad global y políticas públicas nacionales”. *Textos Y Contextos Desde El Sur*. Recuperado de <https://www.revistas.unp.edu.ar/index.php/textosycontextos/article/view/177>

Zunino, E., Kessler, G., Vommaro, G. (2022). “Consumo de información en redes sociales en tiempos de pandemia: Evidencias del caso argentino”. *In Mediaciones De La Comunicación*, vol 17. DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2022.17.1.3231>

Zusman, P., Lus Bietti, G., Landini, G. (2020). “Las múltiples implicancias espaciales de la difusión del COVID-19: Un estado de la cuestión”. *Punto Sur*, vol 3. DOI: <https://doi.org/10.34096/ps.n3.9707>