



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

## Telam

15/10/2021

Por Claudio  
Campanari

### Casi 60% de las noticias sobre la campaña de vacunación en Argentina fueron negativas

Así lo muestra un estudio realizado por la Flacso junto con la Fundación Medifé, que relevó las informaciones publicadas sobre vacunas en los principales medios digitales, la red social Facebook y las búsquedas en Google entre enero del 2020 y junio pasado.

<https://www.telam.com.ar/notas/202110/571907-pese-a-la-cobertura-mediatica-negativa-crecio-el-interes-del-publico-por-la-campana-de-vacunacion.html>

### Casi 60% de las noticias sobre la campaña de vacunación en Argentina fueron negativas

Así lo muestra un estudio realizado por la Flacso junto con la Fundación Medifé, que relevó las informaciones publicadas sobre vacunas en los principales medios digitales, la red social Facebook y las búsquedas en Google entre enero del 2020 y junio pasado.

Por Claudio Campanari



#### La campaña de vacunación tuvo fuerte enfoque "porteño-céntrico" en medios digitales

El enfoque de los medios digitales sobre la campaña de vacunación fue "porteño-céntrico" con un 21,5% de noticias referidas a la CABA; el 7,2 %, a la provincia de Buenos Aires; el 32,3%, a otros países; el 37,3%, a nacionales y solo el 1,4%, específico a otras provincias, aseguró el estudio que elaboraron en forma conjunta Flacso y la Fundación Medifé.

Hubo una "sobrerrepresentación del AMBA y una subrepresentación del desarrollo de las campañas de vacunación en el resto de las

## Perfil

24/10/2021

Por Esteban Zurino

## Vacunas en la grieta

Un estudio de Flacso despliega una mirada condenatoria de la cobertura de la pandemia que hizo la mayoría de los medios: alarmismo, descontextualización, cobertura partisana, propagación de conflicto y temor, son algunos de los defectos que destaca.

<https://www.perfil.com/noticias/opinion/vacunas-en-la-grieta.phtml>

The screenshot shows the top of the Perfil website. The main headline is "Vacunas en la grieta" with a sub-headline: "Un estudio de Flacso despliega una mirada condenatoria de la cobertura de la pandemia que hizo la mayoría de los medios: alarmismo, descontextualización, cobertura partisana, propagación de conflicto y temor, son algunos de los defectos que destaca." Below the headline are several newspaper thumbnails: Clarín (headline: "Investigan si hubo más funcionarios en la trama del 'Vacunatorio VIP'"), LA NACION (headline: "Salud usaba el Hospital Posadas como vacunatorio paralelo"), LA CAPITAL (headline: "Médicos piden transparencia con el plan de vacunación"), and LA GACETA (headline: "Vacunatorio VIP: en Tucumán se desligan del escudado"). To the right is a "DIVISAS" table and an "OPINIÓN" section.

DIVISAS	COMPRA	VENTA
Dólar Oficial	98.87	104.94
Dólar blue	191.25	194.25
Dólar Solidario		173.15
Euro oficial	106.31	112.84
Euro blue	205.65	208.87

## El colectivo

16/10/2021

Por Lourdes Vigouroux

## Campaña de vacunación: seis de cada diez noticias fueron en contra

Hubo un aumento en las búsquedas de Google sobre el proceso de inoculación debido a las fake news.

<https://elcolectivo.com.ar/sociedad/2021/10/16/campana-de-vacunacion-seis-de-cada-diez-noticias-fueron-en-contra-20974.html>



CONICET

## Campaña de vacunación: seis de cada diez noticias fueron en contra

Hubo un aumento en las búsquedas de Google sobre el proceso de inoculación debido a las fake news.



# 7 claves de la información sobre la pandemia

Una investigación del área de Comunicación y Cultura de FLACSO analizó cómo fueron los mensajes y las búsquedas relacionadas con el COVID.

Edición impresa

Una investigación realizada por el equipo del área de Comunicación y Cultura de Flacso y la Fundación Modificó acerca del tratamiento periodístico de cuestiones como la campaña de vacunación contra el Covid en Argentina y el consumo de las noticias asociadas con el tema en redes sociales entre marzo 2020 y junio 2021 arrojó algunas conclusiones sobre su difusión.

Respecto de las tendencias de Google, los momentos en donde se observó una mayor cantidad de búsquedas relacionadas con el término "vacuna" o con la vacunación están asociados a eventos determinantes que suelen tener una gran repercusión mediática (ya sea a nivel político o a nivel sanitario). En ese sentido, el grueso de búsquedas ligadas a "vacuna" como tema se concentró entre la última semana de mayo y la primera de junio de 2021, fecha que coincide con el mayor número de casos reportados dentro del país y se corresponde con las últimas medidas sanitarias que limitaban la circulación. Aquí las principales conclusiones:

- 1- Una importante visibilidad del tema que fue creciendo a partir de eventos concretos como el desarrollo, la experimentación, la aprobación de las vacunas, su disponibilidad y la puesta en marcha de la campaña de vacunación en medio de dificultades globales de aprovisionamiento y suministro.
- 2- El incremento de la noticiabilidad del tema estuvo asociado con aspectos dramáticos y controversiales de la campaña de inmunización, como el denominado "vacunatorio VIP", la discusión (fuertemente polarizada) sobre el arribo de dosis al país, las negociaciones con laboratorios,

Una investigación del área de Comunicación y Cultura de Flacso analizó cómo fueron los mensajes y las búsquedas relacionadas con el Covid

## 7 claves de la información sobre la pandemia



los alineamientos geopolíticos y la efectividad de las vacunas.

3- La verificación de una alta permeabilidad del proceso general de polarización política y disputa en el plano simbólico sobre la arena mediática, un aspecto que moldeó los contenidos informativos.

4- Una consecuente cobertura dicotómica que tendió a ubicar a las vacunas, sus efectos para la salud y las campañas de vacunación en alguno de los polos del binomio "bueno-malo" en función de la procedencia, los laboratorios y los colores partidarios de las administraciones políticas que gestionaron la pandemia en las diferentes jurisdicciones. Por ejemplo, se constató una cobertura mediática positiva sobre las campañas de vacunación

de otros países contra una negativa acerca de la campaña nacional; una valoración aceptable de las iniciativas del Gobierno de la Ciudad contra un marcado rechazo hacia las implementadas por la provincia de Buenos Aires.

5- Una cobertura "porteñoecéntrica" que se enfocó solo en los sucesos más relevantes del AMBA en detrimento de la visibilidad de los hechos y particularidades de los procesos relacionados con vacunas en las diferentes provincias que integran el territorio nacional.

6- Una cobertura paradójica que conjugó titulares "gancho" dramáticos, sesgados y controversiales que no contemplan, en general, criterios mínimos de calidad informativa con desarrollos

Hubo una cobertura "porteñoecéntrica" que se enfocó solo en los sucesos del AMBA en detrimento de las provincias

más extensos que las noticias promedio sobre otros asuntos, con mayor cantidad y diversidad de fuentes, apego a evidencias científicas y datos oficiales, lo que se corresponde con las recomendaciones de la OMS para el tratamiento responsable de este tipo de temas en un contexto de pandemia.

7- La predominancia de encuadres morales y de conflicto como predictores de la noticiabilidad del tema.

La noticiabilidad del tema estuvo asociada a aspectos dramáticos y controversiales

## Vacunas en la grieta

<https://www.diariotiempo.com.ar/coronavirus/vacunas-en-la-grieta-perfil/>



Inicio / Coronavirus / Vacunas en la grieta | Perfil

Coronavirus

## Vacunas en la grieta | Perfil

octubre 24, 2021



## El 60% de las noticias sobre la campaña de vacunación en Argentina fueron negativas

Sputnik y AstraZeneca fueron las vacunas más buscadas en Google.

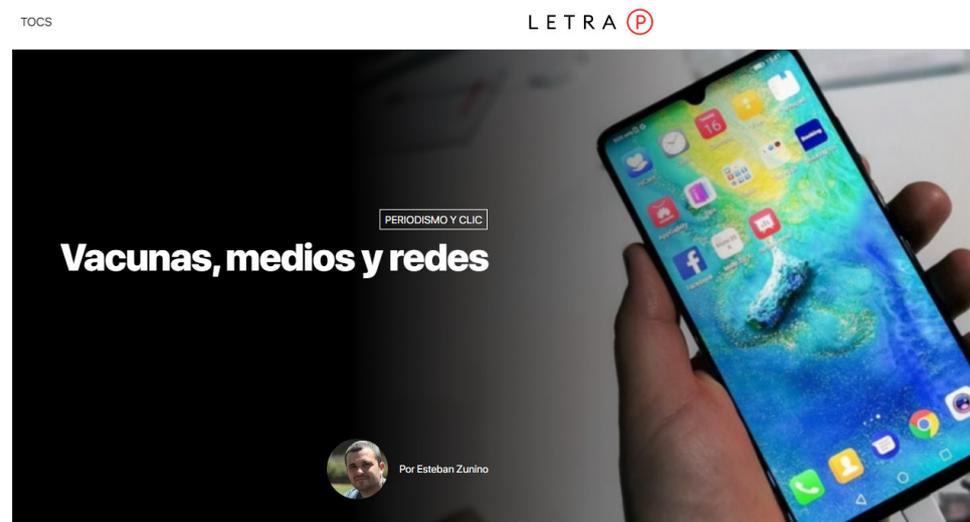
<https://www.lagaceta.com.ar/nota/915436/actualidad/60porciento-noticias-sobre-campana-vacunacion-argentina-fueron-negativas.html>



## Vacunas, medios y redes

Las dinámicas del debate público entre las redes sociales y los medios digitales, la campaña de vacunación y su centralidad temática en la agenda 2021.

<https://www.letrap.com.ar/nota/2021-9-5-17-9-0-vacunas-medios-y-redes/>



## Cobertura mediática de la campaña de vacunación en Argentina muestra que el 60% de las noticias fueron negativas

El trabajo fue realizado por Flacso y la Fundación Medifé. Relevó las informaciones publicadas sobre vacunas en los principales medios digitales, la red social Facebook y las búsquedas en Google, entre enero del 2020 y junio de 2021.

<https://www.ambito.com/informacion-general/coronavirus/cobertura-mediatica-la-campana-vacunacion-argentina-muestra-que-el-60-las-noticias-fueron-negativas-n5304883>

25 de Octubre de 2021

ambito

DÓLAR ECONOMÍA FINANZAS POLÍTICA NEGOCIOS EDICIÓN IMPRESA



## Cobertura mediática de la campaña de vacunación en Argentina muestra que el 60% de las noticias fueron negativas

INFORMACIÓN GENERAL 25 Octubre 2021 - 11:41

El trabajo fue realizado por Flacso y la Fundación Medifé. Relevó las informaciones publicadas sobre vacunas en los principales medios digitales, la red social Facebook y las búsquedas en Google, entre enero del 2020 y junio de 2021.

## Casi 60% de las noticias sobre la campaña de vacunación en Argentina fueron negativas

Así lo muestra un estudio realizado por la Flacso junto con la Fundación Medifé, que relevó las informaciones publicadas sobre vacunas en los principales medios digitales, la red social Facebook y las búsquedas en Google entre enero del 2020 y junio pasado. La "influencia alarmista de los medios no influyó para que la gente se vacune, los resultados están a la vista", dijo Eduardo Zunino, investigador del CONICET.

<https://www.chacodiapordia.com/2021/10/16/casi-60-de-las-noticias-sobre-la-campana-de-vacunacion-en-argentina-fueron-negativas/>