

# Evolución de la desinformación sobre COVID-19 en Argentina a través de los desmentidos del verificador Chequeado

Raquel Tarullo<sup>(1)</sup> y José Gamir-Ríos<sup>(2)</sup>

---

**Resumen:** Este trabajo estudia la evolución de la desinformación sobre COVID-19 en Argentina desde la declaración de la situación de pandemia por la OMS en marzo de 2020 hasta junio de 2021. La investigación aplica un análisis de contenido de cuatro variables —intención, temática, protagonismo y apelación emocional— a los 154 desmentidos publicados al respecto en dicho periodo por el medio Chequeado, único del país acreditado por la *International Fact-Checking Network*. Los resultados evidencian el predominio de la intención desestabilizadora, la temática negacionista, el protagonismo de las instituciones y del personal sanitario, y la apelación emocional negativa. Además, la puesta en relación de dichas variables con la situación sociopolítica y sanitaria vinculada a la pandemia durante dichos meses permite corroborar la plena adaptación de las narrativas desinformativas al contexto temporal en el que operan.

**Palabras clave:** Desinformación - redes sociales - COVID-19 - verificación de información - Argentina

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 71]

---

<sup>(1)</sup> Investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET, Argentina). Doctora en Ciencias Sociales y Humanas (UNQui) y magíster en Comunicación, Cultura y Sociedad (Goldsmiths, University of London). Miembro del grupo de I+D Mediaflows. Su línea de investigación aborda la interacción entre comunicación política y activismo digital y las prácticas de participación de la ciudadanía. raqueltarullo@gmail.com

<sup>(2)</sup> Doctor en Comunicación y profesor en el Departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación de la Universitat València. Miembro del grupo de I+D Mediaflows, a través del cual ha participado en diversos proyectos de investigación. Sus líneas de trabajo están orientadas al estudio de la comunicación política, la desinformación y la estructura de la comunicación. Departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación. Facultad de Filología, Traducción y Comunicación. Universitat de València. jose.gamir@uv.es

## 1. Introducción

El aumento del uso de las redes sociales para el consumo de información, la crisis de desintermediación de los actores tradicionales y el descreimiento progresivo de la ciudadanía hacia los medios han traído consigo un incremento notable de los flujos de desinformación durante los últimos años (Bennett y Livingstone, 2018). Tanto es así que meses después de que en marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró la situación de pandemia por la propagación de COVID-19, la misma institución -junto con otras organizaciones globales- alertaron sobre las consecuencias de la infodemia (OMS, 2020), caracterizada por la sobreabundancia de información (Cebral-Loureda y Sued-Palmeiro, 2021) y la difusión de contenidos pseudocientíficos (Larson, 2020) diseñados gracias a los comportamientos prosumidores de internautas que, con sus *cheapfakes* (Gamir-Ríos y Tarullo, 2022), no solo perjudican la calidad del debate público, sino que han traído consigo derivaciones de índole sanitario (Salaverría et al., 2020).

La desinformación encontró en este contexto dos dimensiones con las cuales se retroalimenta en bucle. Por un lado, la polarización afectiva (Soares y Recuero, 2021) y por otro la incertidumbre (Casero-Ripollés, 2020). Así, en este escenario caracterizado por el desorden informativo (Wardle y Derakhshan, 2017), las posibilidades de compartición de los contenidos engañosos aumentan (Vosoughi, Roy y Aral, 2018). Con ello, el sesgo de confirmación y el juego invisible de los algoritmos colaboran en la conformación de comunidades afines, en las que las cosmovisiones se buscan y se encuentran (Bennett y Livingstone, 2018). Asimismo, en momentos en los que reina la incertidumbre y la vacilación, la ciudadanía tiende a aumentar la búsqueda y el consumo de información para ordenar y ajustar sus comportamientos (Casero-Ripollés, 2020): con la pandemia, la avidez de las audiencias por tener información de manera exprés en un mar de abundancia informativa y de engaños contaminó el acceso de la ciudadanía a información científica de calidad. Una ciudadanía que en esta maraña de contenidos médico-científicos sobre COVID-19 cuenta con pocos recursos para distinguir las narrativas informativas de las desinformativas (Sued y Rodríguez Kedikian, 2020) sobre una temática que no estaba acostumbrada a consumir pero que protagonizó la agenda mediática durante al menos dos años (Calzado, Cirulli y Lio, 2021).

Por ello el rol de las plataformas de verificación se volvió fundamental durante la pandemia, hasta el punto de que la directora de la International Fact-Checking Network (IFCN), institución que aglutina a chequeadores de todo el mundo, Cristina Tardáguila, afirmó que la pandemia es el desafío más grande al que se han enfrentado los verificadores en su labor cotidiana (Brennen et al. 2020). En este sentido, instituciones como universidades, medios de comunicación y gobiernos implementaron distintas estrategias para hacer frente a esta problemática. En el caso de Argentina, además del trabajo de Chequeado, se sumó la plataforma Confiar, impulsada por el gobierno nacional para que la ciudadanía pudiera controlar la veracidad de la información circulante (Telam, 2020).

En paralelo, el interés académico por este fenómeno también fue creciendo. Y si bien la temática sobre desinformación y COVID-19 ha sido abordada desde múltiples aristas, en el caso de la Argentina, la investigación está aún en ciernes. En este sentido, este artículo busca ser un aporte a la discusión al estudiar los temas, protagonistas, emociones apeladas e intención de la desinformación durante el período comprendido entre marzo de 2020 y junio de 2021, observando cómo se comportaron estas variables en relación con el desarrollo noticioso de la pandemia.

### 1.1. Pandemia, redes y engaños

Con la pandemia declarada por la OMS en 2020, el escenario se convirtió en terreno fértil para el aumento de la circulación de engaños. Desde el punto de vista político-gubernamental, las medidas sanitarias de prevención adoptadas por los gobiernos en la mayoría de los países del mundo dieron lugar a opiniones a favor y en contra, lo que ocasionó un recrudecimiento de la polarización social (Gutiérrez-Coba, Coba-Gutiérrez y Gómez-Díaz, 2020), que en el caso de Argentina se caracterizó, en líneas generales, por la contraposición entre los grupos favorables a una extensión de la cuarentena (mayormente ligados al gobierno nacional) y los que consideraban que el confinamiento debía cesar debido a las dificultades económicas que ocasionaba (grupos opositores al gobierno nacional).

Además, el uso de los espacios digitales para informarse se incrementó exponencialmente con la cuarentena obligatoria (Nielsen et al., 2020). Si bien Argentina registró un acercamiento de las audiencias al periodismo tradicional televisivo en los primeros momentos de evolución de pandemia, luego de algunos meses la ciudadanía volvió a las plataformas para buscar información que se compartía de manera inmediata, sin la intermediación de actores tradicionales (Nielsen et al., 2020). De esta manera, y junto con un aumento de la información circulante, se acrecentó la difusión de contenidos no chequeados y poco fiables (Masip et al., 2020), que buscaban no solo desestabilizar (Gamir-Ríos y Tarullo, 2022; Gutiérrez-Coba, Coba-Gutiérrez y Gómez-Díaz, 2020), sino también conseguir clicks y, con ello, rédito económico, otro de los objetivos de la desinformación (Tandoc, Lim y Ling, 2018). En este sentido, los estudios han indicado que las narrativas desinformativas consiguen mayor viralización que los contenidos verdaderos, en parte porque apelan a emociones primarias (Damasio, 2001) como el miedo, el enojo, la alegría y la sorpresa, y son estas dimensiones las que alientan la compartición del material digital (Tarullo, 2018). Desde la perspectiva social, se suma una población desconcertada ante un escenario inédito y desconocido: con todo, las teorías conspirativas que las narrativas desinformativas trajeron consigo encontraron más probabilidades de ser aceptadas (Vega-Dienstmaier, 2020).

El trabajo parte de las siguientes preguntas de investigación:

PI1. ¿Qué intenciones, temas, protagonistas y apelaciones emocionales presenta la desinformación sobre COVID-19 en Argentina?

PI2. ¿Cómo han evolucionado dichas variables a lo largo de la pandemia?

Que afronta a partir de la siguiente hipótesis:

H: La desinformación sobre COVID-19 ha modulado sus intenciones, temas, protagonistas y apelaciones emocionales a la evolución de la situación sociopolítica y sanitaria vinculada a la pandemia

## 2. Metodología

### 2.1. Materiales

La investigación analiza los 154 engaños relacionados con la pandemia de COVID-19 que fueron desmentidos entre el 1 de enero de 2020 y el 30 de junio de 2021 por el medio argentino Chequeado, único verificador de su país acreditado por la International Fact-Checking Network (IFCN, red que en julio de 2021 agrupaba a 115 *fact checkers* de todo el mundo). El estudio de la desinformación circulante en redes sociales a través de los desmentidos publicados por *fact checkers* es un recurso previamente utilizado en investigaciones sobre materiales informativos problemáticos, en general, y sobre los referidos a la pandemia, en particular (Brennen et al, 2020; Gamir-Ríos, Tarullo e Ibáñez-Cuquerella, 2021; Gamir-Ríos y Tarullo, 2022; Gutiérrez-Coba, Coba-Gutiérrez y Gómez-Díaz, 2020; Magallón-Rosa y Sánchez-Duarte, 2021; Peña Ascacibar, Bermejo Malumbres y Zanni, 2021; Salaverría et al., 2020).

La composición del corpus atravesó dos etapas: en primer lugar, el 1/07/2021 se descargaron de manera manual todos los desmentidos (N=302) publicados durante dicho periodo en la sección #FalsoEnLasRedes de Chequeado, dedicada a la verificación de desinformaciones propagadas en redes sociales y de mensajería como Facebook, Twitter y WhatsApp. En segundo lugar, se aplicó una codificación de variable única dicotómica que permitió seleccionar solo los desmentidos relacionados con la pandemia que se referían exclusivamente a una desinformación (n=154), descartando tanto las publicaciones referidas simultáneamente a varias desinformaciones como los textos relativos a informaciones verificadas como ciertas. La Tabla 1 muestra la distribución mensual de los desmentidos que componen el corpus.

Variable	Categorías y subcategorías
1. Intención	Reputacional-informativa / Polarizadora-hiperpartidista / Desestabilizadora-antisistema
2. Tema	Medidas / Comportamiento / Recomendaciones contra el contagio o para la cura / Situación
3. Protagonista	Sin protagonista o actores anónimos / Actores institucionales y políticos / Actores de ámbito
4. Apelación emocional	Positiva (sorpresa / felicidad-alegría) Negativa (miedo, ira-enojo, asco, tristeza)

**Tabla 1.** Composición del corpus por meses. Fuente: Elaboración propia.

## 2.2. Método

El trabajo ha aplicado un análisis de contenido (Krippendorff, 2004; Neuendorf, 2002; Silverman, 2016) a las 154 unidades que componen el corpus. El libro de códigos, resumido en la Tabla 2, contempla cuatro variables categóricas: 1) intención, 2) tema, 3) protagonista y 4) apelación emocional. El proceso de codificación ha tomado en consideración tanto los datos aportados por Chequeado en sus desmentidos como el propio material desinformativo.

<b>Año</b>	<b>Mes</b>	<b>Desmentidos</b>
2020	Enero	0
2020	Febrero	0
2020	Marzo	17
2020	Abril	12
2020	Mayo	14
2020	Junio	11
2020	Julio	10
2020	Agosto	9
2020	Septiembre	10
2020	Octubre	14
2020	Noviembre	8
2020	Diciembre	6
2021	Enero	7
2021	Febrero	3
2021	Marzo	4
2021	Abril	12
2021	Mayo	7
2021	Junio	10
		<b>154</b>

**Tabla 2.** Variables de análisis, categorías y subcategorías. Fuente: Elaboración propia.

La variable 1, que investiga las intenciones de la desinformación, toma en consideración las categorías elaboradas al respecto por Brennen et al. (2020) y por Gutiérrez-Coba, Coba-Gutiérrez y Gómez-Díaz (2020). Considera que la intención es a) reputacional/informativa, cuando el material no genera un perjuicio tangible y ha sido publicado por un medio de comunicación para obtener tráfico digital mediante una estrategia de *clickbait*, generado por un supuesto especialista con aspiración de notoriedad o difundido por ciudadanía anónima con pretensión de servicio pero sin comprobación previa; b) polarizadora-hiperpartidista, cuando la falsedad perjudica a gobiernos, partidos o actores públicos concretos; y c) desestabilizadora-antisistema, cuando se cuestiona de manera global el régimen democrático y/o su estructura sanitaria.

Las variables 2 y 3, que se ocupan de los temas y los protagonismos, son de elaboración propia. El catálogo de categorías de ambas variables se elaboró de manera inductiva después de una aproximación exploratoria inicial al corpus.

La variable 2 distingue entre: a) medidas, como restricciones, insumos para la protección o prevención, vacunas y ayudas económicas; b) comportamiento social o de la clase política; c) recomendaciones contra el contagio o para la cura; d) situación sanitaria y previsiones de evolución de la pandemia, incluyendo las comparaciones con otros países; e) negacionismo, que incluye tanto el cuestionamiento de la existencia del virus y del efecto de las medidas adoptadas contra él, como las teorías problemáticas sobre su origen; y f) otros. La variable 3 diferencia entre: a) sin protagonismo o protagonismo ciudadano; b) agentes políticos; c) agentes del ámbito sanitario; d) otros agentes públicos; e) agentes procedentes de terceros países, como gobiernos o mandatarios. Se ha optado siempre por asignar el rol de protagonista al agente presente en la desinformación sobre el que recae la emoción a la que se apela.

Por último, la variable 4 estudia la emoción a la que apela la desinformación mediante la clasificación de emociones primarias formulada por Damasio (2001): a) sorpresa, b) felicidad/alegría, c) miedo, d) ira/enojo, e) asco y f) tristeza. Las dos primeras han sido agrupadas en la categoría de emociones positivas; las otras cuatro, en negativas.

La codificación fue desarrollada por la autora y el autor firmantes, previo test de fiabilidad interjueces sobre una muestra aleatoria del 32,5% del corpus (n=50). Los coeficientes Alfa de Krippendorff obtenidos fueron siempre superiores a 0.8, lo que permite validar la fiabilidad de la investigación (Igartua, 2006).

A su vez, el análisis de contenido de la desinformación sobre COVID-19 desmentida por Chequeado ha sido complementado por el seguimiento de los principales hitos informativos de la pandemia en Argentina, lo que ha permitido contextualizar temporalmente los engaños y relacionarlos con la actualidad del momento en el que se difundieron.

### 3. Resultados

#### 3.1. Las intenciones de la desinformación

El estudio de la variable 1, referida a las intenciones de las desinformaciones sobre la pandemia de COVID-19 en Argentina hasta el 30 de junio de 2021, constata el predominio de los materiales con finalidad desestabilizadora (51,3%, n=79) sobre los de voluntad polarizadora (25,3%, n=39) y los de aspiración reputacional o informativa (23,4%, n=36). El análisis evolutivo de las intenciones desinformativas, reflejado en la Figura 1, permite observar que dicha preponderancia se mantuvo estable durante los dieciocho meses analizados, con solo cuatro excepciones. La voluntad hiperpartidista-polarizadora fue mayoritaria en marzo y mayo de 2020, durante el inicio de la pandemia y el desconcierto que la misma trajo consigo, mediante la difusión de comparaciones engañosas entre la situación de Argentina con la de otros países, como España y Chile; de medidas ficticias, como la retirada de ayudas sociales por parte del Gobierno a quienes incumplieran el confinamiento (en contradicción con la creación del Ingreso Familiar de Emergencia, anunciado por el poder ejecutivo nacional para paliar las consecuencias de la pandemia entre los sectores más desfavorecidos) o la liberación de presos para evitar el contagio masivo; de previsiones falsas sobre la evolución del virus que suponían una crítica implícita a la gestión sanitaria del Ejecutivo; y de acusaciones sobre comportamientos poco ejemplares por parte del presidente Alberto Fernández y de la vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner. A su vez, la intención reputacional/informativa predominó en septiembre de 2020 y febrero de 2021, con recomendaciones falsas para su prevención o cura (como consumir alimentos alcalinos, usar nebulizaciones o ingerir paracetamol). Mientras tanto, las narrativas informativas daban cuenta de una alta ocupación de las unidades de terapia intensiva y una manifestación en el centro de la ciudad de Buenos Aires, puntualmente en el icónico Obelisco, en la cual opositores al gobierno quemaron barbijos (Pagina/12, 2020). También se viralizaron narrativas desinformativas sobre los centros de vacunación. Los puntos álgidos de la intención desestabilizadora se produjeron en octubre de 2020 y abril de 2021, mediante teorías conspiratorias sobre el origen del virus (supuestamente creado en un laboratorio de manera intencionada), en el primer caso, falsos efectos secundarios de las medidas (como el efecto cancerígeno de los PCR o perjuicios causados por las vacunas), en el segundo, y el cuestionamiento de los criterios médicos de las autoridades sanitarias, en ambos. En paralelo, en los medios tradicionales se difundían noticias sobre nuevas restricciones y la creación de un impuesto que el gobierno nacional establecía para la compra de dólares (Chequeado, 2020). Así, las narrativas informativas comenzaban a dar cuenta de las disputas entre el gobierno y los grupos opositores —mayoritariamente con Mauricio Macri, ex presidente de la Argentina, a la cabeza— y parte de la prensa empezaba a hablar de una nueva devaluación del peso argentino, que el presidente Fernández desmintió (González, 2020).

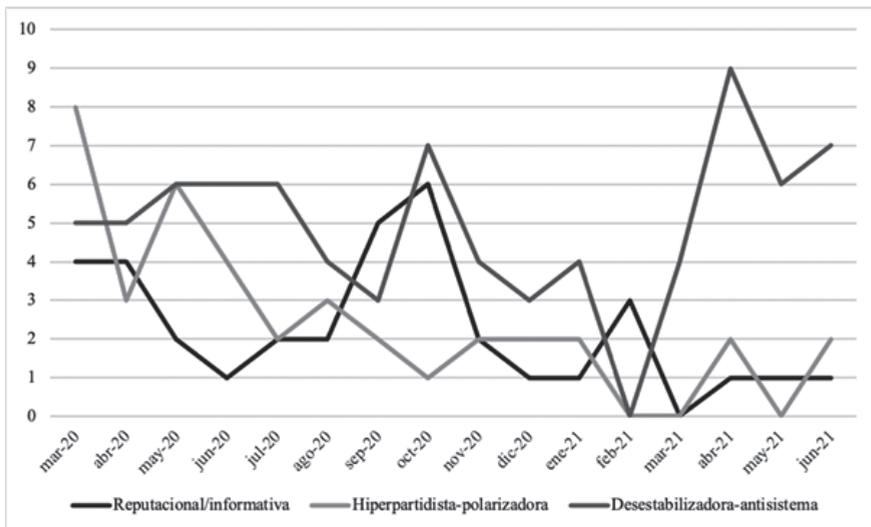


Figura 1. Evolución mensual de las intenciones de la desinformación sobre COVID-19 en Argentina. Fuente: Elaboración propia.

### 3.2. Los temas de la desinformación

El análisis de la variable 2, vinculada a la agenda temática de la desinformación sobre COVID-19, revela que los materiales relacionados con el negacionismo fueron mayoritarios (41,6%, n=64), seguidos por las recomendaciones contra el contagio o para la cura (19,5%, n=30), los engaños sobre las medidas adoptadas por el Gobierno (14,9%, n=23), las falacias sobre la situación sanitaria (13,6%, n=21) y, por último, las informaciones falsas sobre el comportamiento social o político (7,8%, n=12).

El estudio de la evolución de dichos temas, recogido en la Figura 2, muestra que durante el primer mes de pandemia predominaron las recomendaciones (como tomar agua con limón, hacer gárgaras con agua tibia o aspirar vapor de agua) y las desinformaciones sobre la situación sanitaria (mediante falsas comparaciones con Chile y España y audios ficticios de personal sanitario); estas últimas también fueron mayoritarias en abril de 2020. En este sentido, los primeros meses de la pandemia fueron los de mayor incertidumbre, cuando la cuarentena se renovaba en cada nuevo período. A partir de entonces predominaron los materiales negacionistas en prácticamente todos los meses, excepto en agosto de 2020, cuando fueron mayoritarias las atribuciones de comportamientos poco ejemplares a la clase política (como que Estanislao Fernández, hijo del presidente, posó sin barbijo junto a un granadero en la Casa Rosada o que numerosas personas fueron invitadas a comer un asado en la quinta presidencial de Olivos); y en octubre de 2020 y febrero de 2021, cuando

volvieron a ser preponderantes las recomendaciones (como ingerir agua alcalina hidrogenada o beber infusiones de distintas hierbas).

Los meses en los que el negacionismo tuvo una mayor presencia fueron mayo y junio de 2020, con desinformaciones como que la pandemia está relacionada con la tecnología 5G, que los barbijos producen hipoxia o que las vacunas incrementan la posibilidad de contraer la enfermedad de Alzheimer. Durante todo este período, se dan marchas y manifestaciones tanto en plazas como en los espacios virtuales, reclamando el cese de las restricciones, alegando que “la pandemia es falsa” y que el virus es una conspiración del orden mundial, a la vez que los y las manifestantes pedían “Queremos trabajar” (Ámbito, 2020). En enero de 2021, cuando comenzó el plan de vacunación, se difundieron contenidos falsos sobre supuestos fallecimientos como consecuencia de la vacuna; y durante el periodo abril-junio de 2021, mientras que el país atravesaba inconvenientes en la provisión de vacunas, volvieron a aparecer desinformaciones críticas con las vacunas.

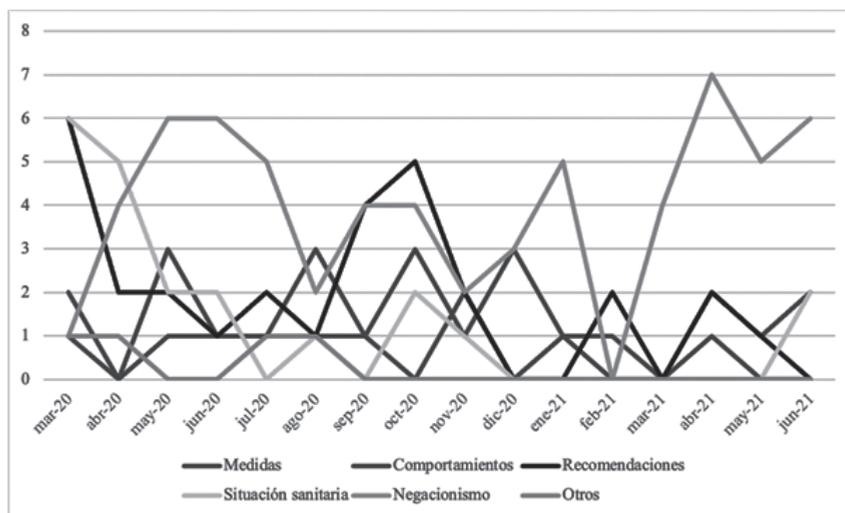


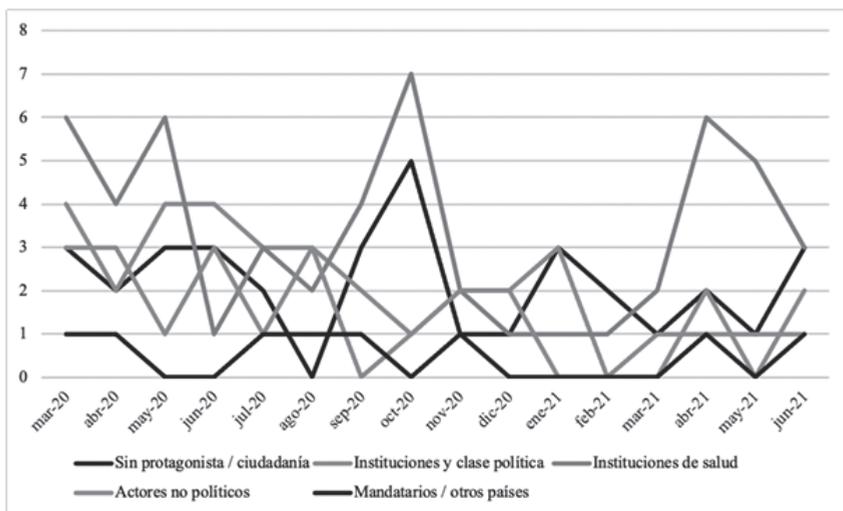
Figura 2. Evolución mensual de los temas de la desinformación sobre COVID-19 en Argentina. Fuente: Elaboración propia.

### 3.3. El protagonismo de la desinformación

La observación de la variable 3, relativa a los protagonistas de la desinformación, muestra una distribución más desigual. Agentes vinculados al sistema sanitario, como las autoridades en materia de salud y el personal médico, protagonizaron el 35,1% de los materiales pro-

blemáticos (n=54); las instituciones y la clase política, el 22,1%; los agentes no vinculados a la clase política, como empresas y empresariado, referentes públicos, colectivos vulnerables y académicos no relacionados con la salud, el 14,9% (n=23); y los gobiernos o la clase dirigente de terceros países, el 5,2% (n=8). Los materiales sin protagonista o referidos a la ciudadanía, anónima o como colectivo, registraron una frecuencia del 22,7% (n=35).

La ausencia de protagonismos absolutos se ve reflejada en la Figura 3, que muestra la variación mensual de los agentes sobre los que recaen las apelaciones emocionales. Sí se observa, sin embargo, que las desinformaciones protagonizadas por las instituciones de salud y el personal sanitario fueron mayoritarias en los tres primeros meses de la pandemia, de marzo a mayo de 2020, acompañando la presencia inusitada que estos actores estaban teniendo en el espacio mediático tradicional (Nielsen et al., 2020). Las desinformaciones vinculadas a la clase política tuvieron mayor circulación entre junio y septiembre de 2020, justamente cuando comenzaron las manifestaciones anticuarentena en distintos puntos del país, muchas de ellas acompañadas por sectores partidistas opositores al gobierno (France/24, 2020). Desde septiembre y hasta el final del período analizado, de nuevo, vuelven a protagonizar los engaños los actores vinculados a la salud, con la única excepción de enero de 2021 cuando la clase dirigente, una vez más, ocupa las narrativas desinformativas de manera recurrente, justamente cuando comenzó el plan de vacunación, que fue denunciado por los sectores opositores al gobierno por ser desorganizado y con una vacuna, la Sputnik V, a la que desprestigiaban desde distintos ámbitos (La Nación, 2021).

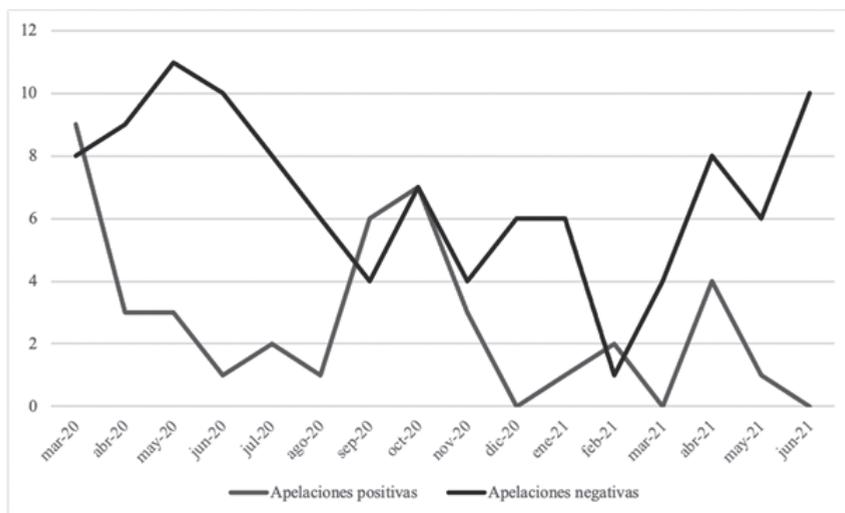


**Figura 3.** Evolución mensual del protagonismo de la desinformación sobre COVID-19 en Argentina. Fuente: Elaboración propia.

### 3.4. Las apelaciones emocionales de la desinformación

Por último, el estudio de la variable 4, relacionada con la apelación emocional de los materiales problemáticos, refleja el predominio de las apelaciones negativas (70,1%, n=108) sobre las positivas (27,9%, n=43). Entre las negativas, destacan las apelaciones al miedo (40,3%, n=62) y a la ira o el enojo (29,9%, n=46), mientras que la tristeza registró una presencia residual (1,9%, n=3) y el asco, nula. Entre las positivas, las apelaciones a la sorpresa (13,6%, n=21) y a la felicidad o la alegría (14,3%, n=22) presentaron una frecuencia muy similar.

Como se muestra en la Figura 4, el predominio de las apelaciones emocionales negativas solo se quebró en tres ocasiones: marzo de 2020, septiembre-octubre de 2020 y febrero de 2021, en los tres períodos mediante la difusión, sobre todo, de falsas recomendaciones. Los períodos en que se registraron las frecuencias más altas de negatividad fueron abril-julio de 2020 y abril-junio de 2021. En el primer caso, mediante engaños respecto a la situación sanitaria, como el contagio masivo del personal hospitalario, así como a través de la negación de la existencia del virus, de las teorizaciones infundadas sobre su origen y de la difusión de falsos efectos secundarios de las medidas sanitarias adoptadas. Al margen de los primeros meses, el único momento en el que la apelación a emociones positivas alcanzó a las emociones negativas fue en octubre 2020, cuando el gobierno nacional comenzó las negociaciones para la compra de vacunas Sputnik V y se anunció el colapso del personal sanitario, mientras que la oposición posaba su mirada en la cuestión de la economía y empezaba a hablar de una nueva devaluación (González, 2020).



**Figura 4.** Evolución mensual agregada de las apelaciones emocionales de la desinformación sobre COVID-19 en Argentina. Fuente: Elaboración propia.

#### 4. Discusión y conclusiones

Este trabajo ha abordado la evolución de la desinformación sobre COVID-19 en Argentina desde la declaración de la situación de pandemia en marzo de 2020 hasta junio de 2021, aportando así un nuevo enfoque al estudio de una temática que, por su complejidad, ha acaparado la atención de la academia en todo el mundo. La investigación ha aplicado un análisis de contenido de cuatro variables categóricas —intención, temática, protagonismo y apelación emocional— a los 154 desmentidos publicados al respecto en dicho periodo por el medio Chequeado, único del país acreditado por la International Fact-Checking Network. En respuesta a la PI1, los resultados evidencian el predominio general de la intención desestabilizadora, la temática negacionista, el protagonismo de las instituciones y el personal sanitario, y la apelación emocional negativa, en especial la ira y el miedo. Sin embargo, en respuesta a la PI2, dichas preponderancias no se mantuvieron completamente estables en el tiempo. Así, durante los primeros meses de la pandemia predominaron las intenciones polarizadoras y las recomendaciones falsas contra el contagio o para la cura; en ese periodo, además, las apelaciones emocionales positivas registraron una frecuencia similar a las negativas. En los siguientes meses, aumentó el protagonismo de la clase política dirigente, que después volvió a decaer en beneficio de las instituciones y el personal sanitario.

En un segundo momento de la pesquisa, estas variables se pusieron en relación con la situación sociopolítica y sanitaria vinculada a la pandemia durante dichos meses. Esto permitió dar cuenta de los modos en que las narrativas desinformativas respondían al contexto de producción, que a su vez es el mismo desde el cual también las narrativas informativas se construyen. Se da así un juego de desinformación-información sobre temáticas polarizantes (cuarentena versus economía, por ejemplo) que provoca un aumento de la polarización, aunando cosmovisiones afines en comunidades afectivas en las cuales distinguir un contenido científico del que no lo es se vuelve más una cuestión emocional que racional, al operar todo en un contexto de desorden informativo, donde la búsqueda de información se incrementa para así hacer frente a la incertidumbre y la angustia en un escenario totalmente desconocido. Si bien ello permite corroborar la hipótesis de partida que sostenía que la desinformación sobre COVID-19 moduló sus intenciones, temas, protagonistas y apelaciones emocionales a la evolución de la situación sociopolítica y sanitaria vinculada a la pandemia; este estudio también constata que la cuestión de la economía, más allá de la pandemia, es un tema que motiva, al ritmo de la información, contenidos engañosos que contaminan el ambiente digital.

En este sentido, este trabajo evidencia que si bien son necesarias las iniciativas como la de Confiar, creada por el gobierno nacional con el fin de dar a la ciudadanía un espacio para la verificación de la información, esto debería ir acompañado de políticas públicas amplias y congregantes de distintos espacios y actores sociales —como las instituciones educativas, la prensa, las plataformas sociales, los gobiernos de todas las escalas—, con el fin de diseñar programas de alfabetización digital en pos de una ciudadanía con valores democráticos.

La principal limitación de este trabajo es la restricción del estudio de la desinformación circulante en redes sociales y aplicaciones de mensajería a los desmentidos publicados por Chequeado, lo que lo hace dependiente de su metodología de selección de engaños.

Consideramos, sin embargo, que ello no le resta validez, pues constituye un modo consolidado de construcción de los corpus para el estudio de la desinformación (Brennen et al, 2020; Gamir-Ríos, Tarullo e Ibáñez-Cuquerella, 2021; Gamir-Ríos y Tarullo, 2022; Gutiérrez-Coba, Coba-Gutiérrez y Gómez-Díaz, 2020; Magallón-Rosa y Sánchez-Duarte, 2021; Peña Ascacibar, Bermejo Malumbres y Zanni, 2021; Salaverría et al., 2020).

## Financiación

Este trabajo se ha realizado en el marco del proyecto “Flujos de desinformación, polarización y crisis de la intermediación mediática (Disflows)” (ref. PID2020-113574RB-I00), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España.

## Bibliografía

- Ámbito (2020) “*La pandemia es falsa*”, *la insólita marcha en Plaza de Mayo*. <https://www.ambito.com/informacion-general/cuarentena/la-pandemia-es-falsa-la-insolita-marcha-plaza-mayo-n5104993>.
- Bennett, W. L. y Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122–139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Brennen, J. S.; Simon, F. M.; Howard, P. N. y Nielsen, R. K. (7/4/2020). *Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation*. Oxford University Press. <https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/publications/types-sources-and-claims-of-covid-19-misinformation/>
- Calzado, M., Cirulli, A. y Lio, V. (2021). La ventana al exterior en la pandemia: Tecnologías, hábitos y confianza informativa en Argentina. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS*, (18). <http://ojs.revistacts.net/index.php/CTS/article/view/203>
- Casero-Ripollés, A. (2020). Impact of Covid-19 on the media system: Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *Profesional de la Información*, 29 (2), e290223. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- Cebral-Loureda, M. y Sued-Palmeiro, G. E. (2021). Los inicios de la pandemia de COVID19 en Twitter: Análisis computacional de la conversación pública en lengua española. *Cuadernos.Info*, (49), 1–25. <https://doi.org/10.7764/cdi.49.27467>
- Chequeado (16 de septiembre de 2020). Dólar: qué anunció el Banco Central y cómo cambia el cepo. *Chequeado*. Recuperado de <https://chequeado.com/hilando-fino/dolar-que-anuncio-el-banco-central-y-como-cambia-el-cepo/>
- Damasio, A. (2001). Fundamental feelings. *Nature*, (413), 781. <https://doi.org/10.1038/35101669>
- France/24 (2 de agosto de 2020). Nueva marcha opositora en pleno confinamiento en Buenos Aires. *France/24*. <https://france24.com/es/20200801-nueva-marcha-opositora-en-pleno-confinamiento-en-buenos-aires>

- Gamir-Ríos, J., Tarullo, R. e Ibáñez-Cuquerella, M. (2021). Multimodal disinformation about otherness on the internet: The spread of racist, xenophobic and Islamophobic fake news in 2020. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, (64), 49–64. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3398>
- Gamir-Ríos, J. y Tarullo, R. (2022). Predominio de las cheapfakes en redes sociales. Complejidad técnica y funciones textuales de la desinformación desmentida en Argentina durante 2020. *AdComunica*, (23), 97-118. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.6299>
- González, E. (14 de octubre de 2020). Alberto Fernández asegura que el peso argentino no volverá a devaluarse. *El País*. <https://elpais.com/internacional/2020-10-14/alberto-fernandez-asegura-que-el-peso-argentino-no-volvera-a-devaluarse.html>
- Gutiérrez-Coba, L., Coba-Gutiérrez, P. y Gómez-Díaz, J. A. (2020). Las noticias falsas y desinformación sobre el Covid-19: Análisis comparativo de seis países iberoamericanos. *Revista Latina de Comunicación Social*, (78), 237-264. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1476>
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- La Nación (28 de enero de 2021). “Vacuna trucha”: la demoledora crítica de Durán Barba a la Sputnik V. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/politica/duran-barba-me-preocupa-esten-aplicando-vacuna-nid2585748/>
- Larson, H. (2020). A lack of information can become misinformation. *Nature* (580), 306. <https://doi.org/10.1038/d41586-020-00920-w>
- Magallón-Rosa, R. y Sánchez-Duarte, J. M. (2021). Information verification during COVID19: Comparative analysis in Southern European Countries. *Janus.Net*, Thematic dossier International Relations and Social Networks. <https://doi.org/10.26619/1647-7251.DT21.10>
- Masip, P.; Aran-Ramspott, S.; Ruiz-Caballero, C.; Suau, J.; Almenar, E. y Puertas-Graell, D. (2020). Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: Sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo. *Profesional de la Información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.12>
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Nielsen, R. K., Fletcher, R., Newman, N., Brennen, J. S. y Howard, P. N. (2020). *Navigating the “Infodemic”: How people in six countries access and rate news and information about coronavirus*. Reuters Institute. University of Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-04/Navigating%20the%20Coronavirus%20Infodemic%20FINAL.pdf>
- OMS (23 de septiembre de 2020). *Managing the COVID-19 infodemic: Promoting healthy behaviours and mitigating the harm from misinformation and disinformation*. <https://www.who.int/es/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>
- Página/12 (6 de septiembre de 2020). Repudio general contra la “quema de barbijos” en el Obelisco. *Página/12*. <https://www.pagina12.com.ar/290321-repudio-general-contra-la-quema-de-barbijos-en-el-obelisco>

- Peña Ascacibar, G.; Bermejo Malumbres, E. y Zanni, S. (2021). Fact checking durante la COVID-19: Análisis comparativo de la verificación de contenidos falsos en España e Italia. *Revista de Comunicación*, 20(1), 197–215. <https://doi.org/10.26441/rc20.1-2021-a11>
- Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., y Erviti, M.-C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: Tipología de los bulos sobre la Covid-19. *Profesional de la Información*, 29(3), e290315. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- Silverman, D. (2016). *Qualitative research*. Sage Publications.
- Soares, F. B. y Recuero, R. (2021). Hashtag Wars: Political Disinformation and Discursive Struggles on Twitter Conversations During the 2018 Brazilian Presidential Campaign. *Social Media + Society*. <https://doi.org/10.1177/20563051211009073>
- Sued, G. E. y Rodríguez Kedikian, M. (2020). Noticias falsas en Facebook: narrativas, circulación y verificación. Los casos de Argentina y México. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 26 (3), 1229–1242. <https://doi.org/10.5209/esmp.65136>
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W. y Ling, R. (2017). Defining “Fake News.” *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Tarullo, R. (2018). La emoción en la comunicación política en Facebook: Un análisis de los mensajes publicados en Facebook por los dirigentes políticos argentinos. *Austral Comunicación*, 7 (1), 27-55. <https://doi.org/10.26422/aucom.2018.0701.tar>
- Telam (5 de abril de 2020). Coronavirus: el Gobierno lanza una plataforma para combatir la desinformación. *Telam*. Recuperado de <https://confiar.telam.com.ar/coronavirus-el-gobierno-lanza-una-plataforma-para-combatir-la-desinformacion/>
- Vega-Dienstmaier, J. M. (2020). Teorías de conspiración y desinformación en torno a la epidemia de la COVID-19. *Revista de Neuro-Psiquiatría*, 83 (3), 135–137. <https://doi.org/10.20453/rnp.v83i3.3792>
- Vosoughi, S., Roy, D. y Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Wardle, C. y Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe Report DGI (2017)09. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>

---

**Abstract:** This paper studies the evolution of disinformation on COVID-19 in Argentina since the declaration of the pandemic in March 2020 until June 2021. The research applies a content analysis of four variables -intention, thematic, protagonism and emotional appeal- to the 154 denials published on the subject in that period by the media Chequeado, the only one in the country accredited by the International Fact-Checking Network. The results show the predominance of the destabilizing intention, the negationist theme, the prominence of institutions and health staff, and the negative emotional appeal. Furthermore, the relationship between these variables and the socio-political and health situation related to the pandemic during those months allows us to corroborate the full adaptation of disinformation to the temporal context in which it operates.

**Keywords:** Disinformation; social media; COVID-19; fact-checking; Argentina

**Resumo:** Este documento estuda a evolução da desinformação sobre a COVID-19 na Argentina desde a declaração da situação pandémica em Março de 2020 até Junho de 2021. A investigação aplica uma análise de conteúdo de quatro variáveis - intenção, assunto, destaque e apelo emocional - às 154 negações publicadas sobre o assunto durante este período pelos meios de comunicação social Chequeado, o único no país acreditado pela International Fact-Checking Network. Os resultados mostram a predominância de intenções desestabilizadoras, temas negacionistas, a proeminência das instituições e do pessoal de saúde, e o apelo emocional negativo. Além disso, a relação entre estas variáveis e a situação sócio-política e sanitária ligada à pandemia durante esses meses permite-nos corroborar a plena adaptação da desinformação ao contexto temporal em que opera.

**Palavras chave:** Desinformación; redes sociales; COVID-19; verificación de información; Argentina.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por su autor]

---