



Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad
e-ISSN: 2007-3607
Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
México
paakat@udgvirtual.udg.mx

Año 14, número 26, marzo – agosto 2024

#VacunatorioVip. Aproximación al estudio de los escándalos de corrupción en Twitter (X)

#VaccinationVip. Approach to the study of corruption scandals on Twitter (X)

Wanda Juarez*

<https://orcid.org/0000-0002-5329-6947>

Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina

Estefanía Zjlistra**

<https://orcid.org/0000-0002-9801-1642>

Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina

[Recibido: 02/06/2023. Aceptado para su publicación: 22/11/2023]

DOI: <http://dx.doi.org/10.32870/Pk.a14n26.832>

Resumen

En febrero de 2021, Argentina se vio envuelta en un escándalo político de corrupción conocido como #VacunatorioVip, que surgió en el contexto de la campaña de vacunación contra la covid-19. Esta conmoción se convirtió en un punto focal de debate público y de participación en Twitter (ahora X), destacando la intersección entre el escándalo político, la corrupción, la pandemia y el papel de Twitter como espacio público-mediático digital. Al tomar este caso, proponemos estudiar cómo Twitter ha transformado la dinámica de los escándalos de corrupción en la esfera pública, a partir del análisis de los internautas, las narrativas y la topología de la red. Haciendo uso de un enfoque metodológico mixto, que incorpora métodos digitales, buscamos aportar a la reflexión sobre el impacto de las redes sociales en la configuración y amplificación de escándalos sobre corrupción.

Palabras clave

Redes sociales; escándalo político, covid-19; espacio público digital; métodos digitales.

Abstract

In February 2021, Argentina became embroiled in a political corruption scandal known as #VacunatorioVip, which emerged in the context of the covid-19 vaccination campaign. This commotion became a focal point of public debate and engagement on Twitter (now X), highlighting the intersection between political scandal, corruption, pandemic, and the role of Twitter as a digital public-media space. Taking this case, we propose to study how Twitter has transformed the dynamics of corruption scandals in the public sphere by studying internet users, narratives, and network topology. Using a mixed methodological approach that incorporates digital methodologies, we aim to contribute to the reflection on the impact of Twitter in shaping and amplifying corruption scandals.

Keywords

Social networks; Political scandal; covid-19; digital public spaces; digital methods.

Introducción

La configuración de un nuevo espacio público en el entorno digital reapertura viejos debates alrededor la democracia y las dinámicas políticas. Entre los tópicos acuciantes de la agenda pública, política y mediática, se encuentran los escándalos políticos de corrupción, un problema creciente en Latinoamérica que ha sido objeto de variados análisis. Ante esto, se propone una aproximación desde la sociología política y la sociología digital para examinar el fenómeno de los escándalos políticos de corrupción en Twitter (X).¹

El escándalo #VacunatorioVip estalló el 19 de febrero de 2021 en Argentina, en el marco del plan de vacunación contra la covid-19, a raíz de las denuncias a una aplicación privilegiada de las dosis entre figuras políticas. Entre las principales consecuencias que tuvo este hecho se encuentran la renuncia del ministro de salud Ginés González García y las acusaciones al gobierno de irresponsabilidad en el manejo de la pandemia.

Este evento profundizó el quiebre en el discurso político gubernamental que intentaba crear una identidad colectiva de “argentinos contra la pandemia” que rompiera las fronteras de la polarización política en torno a ideas de solidaridad, cuidado y guerra contra el virus (Montero, 2021). De igual forma, también activó narrativas sobre el descontento social y las acusaciones de corrupción asociadas al oficialismo. Para esta coyuntura, Zunino (2022) observa el tratamiento informativo de covid-19 en los diarios digitales argentinos, y señala que el tópico “corrupción” ligado a las vacunas se ubica en cuarto lugar (12,5%) del total de temas analizados.

La singularidad del fenómeno epidemiológico se vio influenciada de manera significativa por la plena vigencia de las redes sociales, las cuales posibilitaron que la población siguiera minuciosamente los acontecimientos y accediera a una proliferación de información como nunca antes se había experimentado en la

historia de las pandemias. Al respecto, Álvarez y Manzo (2021) denominan a este fenómeno como la "pandemia *online*", destacando la importancia del espacio digital, y en particular de las plataformas de redes sociales, en las interacciones cotidianas durante el período de aislamiento obligatorio y la restricción en espacios presenciales.

Antes de la proliferación de las redes sociales, Thompson (2001) prevenía la relevancia de examinar las conexiones entre los escándalos y las nuevas tecnologías en el contexto del crecimiento de estos eventos en la esfera pública. En esta línea, indagamos los efectos de Twitter en la masificación, la difusión y el debate público en relación con la corrupción como un problema público.

Se propone explorar cómo las redes sociales transforman la problematización del escándalo político en el espacio público. Al centrarnos en el caso de Twitter se plantean dos aproximaciones: primero se analiza la configuración que adquieren las distintas comunidades de usuarios y qué sucede en este evento con el fenómeno de polarización.

Posteriormente, se indagó en el perfil del exministro González García y las repercusiones sobre la identidad degradada (Thompson, 2001) tanto de sí mismo como de la fuerza política de pertenencia. Las preguntas que guiaron este trabajo fueron: ¿qué rol tiene Twitter en la conformación del escándalo?, ¿cómo se articulan los antagonismos políticos?, ¿contribuye a la democracia en tanto y en cuanto impulsa una denuncia de corrupción? o, por el contrario, ¿se trata solamente de un acto opositor?

Escándalos de corrupción y Twitter

En relación con el estudio de los escándalos políticos, diversos autores concuerdan en que un escándalo implica, por un lado, la transgresión de valores socialmente aceptados, y por otro, el abuso de poder, autoridad y confianza por parte de los perpetradores (Thompson, 2001; Pereyra, 2012; Aguerre y Tarullo, 2016; Pérez Lago y Cabral Salles, 2018). Cuando este hecho se hace público, con la divulgación a terceros, desencadena una respuesta social y, por lo general, se anticipa una sanción hacia los involucrados. La magnitud del escándalo puede afectar la imagen y la trayectoria político-profesional de los actores implicados.

En este recorrido teórico destaca la distinción entre los escándalos políticos y los casos de corrupción, señalando que no todo escándalo político implica corrupción, y que, a su vez, no todo acto de corrupción se convierte necesariamente en un escándalo. En este último contexto, la problemática de la

corrupción emergió como un asunto relevante en la región latinoamericana a partir de la década de los ochenta, intensificándose en los años noventa (Balán, 2011; Pereyra, 2013) y consolidándose como un tema constante en la agenda pública y mediática (Astarita, 2014).

Su análisis implica una discusión atravesada por controversias y tensiones sobre la construcción y la nominación del objeto. Según Gupta (2015), el discurso de la corrupción se produce a través de prácticas culturales en las que el Estado u otras organizaciones son simbólicamente representados por las personas que las constituyen, a través de discusiones mediadas por los medios de comunicación.

La corrupción como problema público tiene predominancia en la esfera mediática, aunque se aborda de manera que la veracidad de los casos no es esencial (Strömbäck & Esser, 2014). En estas situaciones, el debate público que involucra discursos de defensa o de condena de actores y prácticas consideradas corruptas hace que el fenómeno sea tratado como un evento mediático que influye en la realidad política (Breit, 2011).

Diversos estudios empíricos sobre problemas públicos hacen hincapié en los escándalos para exponer cierto conjunto de elementos que facilitan la comprensión de algunas aristas del problema en cuestión (De Blic & Lemieux, 2005; Boltanski *et al.*, 2007). Pereyra (2012) se nutre de estas lecturas y aporta una serie de preguntas sistemáticas para el análisis del escándalo político: ¿qué tipos de denunciantes y denunciados podemos identificar, ¿cuáles son las consecuencias que los escándalos producen en dichas figuras?, ¿hasta qué punto la multiplicación de escándalos de corrupción implica la fijación de nuevos estándares morales para el desarrollo de la actividad política profesional? (p. 48). Encontramos interés en retomar estos interrogantes para poner la mirada en las mediaciones desde la plataforma Twitter.

La bibliografía clásica colocaba a los medios periodísticos en el centro de la construcción del relato sobre el escándalo; aquí hay un primer quiebre a partir de la mediatización de la política. Las redes sociales habilitan nuevas formas de expresión de la opinión pública, donde los discursos de los políticos conviven con los discursos de ciudadanos que acceden al espacio público sin los medios tradicionales como intermediarios (Slimovich, 2012). Así, la presente investigación busca conocer la forma en que las nuevas dinámicas tecno-sociales modifican el desarrollo de los escándalos.

El ecosistema de plataformas como Twitter es un espacio legítimo de producción y difusión de discursos en el que participan infinidad de usuarios, entre ellos instituciones, medios periodísticos, políticos, activistas y ciudadanos en general, por lo que la plataforma se constituye como un universo de disputa y

construcción de sentidos sociales, políticos y culturales en el espacio público digital. A diferencia de otras redes sociales, Twitter es reconocida por su importancia para rastrear sentidos y relaciones entre distintos actores vinculados al campo político (Van Dijck, 2016).

Aunque es un terreno incipiente, algunos autores ya han sondeado el escándalo de corrupción en redes sociales, especialmente en Facebook y Twitter. Algunas investigaciones se enfocan al tópico de corrupción en momentos de campaña política (Zugasti Azagra y García Ortega, 2018; Giraldo Quintero, 2018), mientras que otras líneas de trabajo apuntan a comparar la agenda mediática y la agenda pública en torno a los casos de corrupción, tomando las conversaciones en Twitter como espacio de opinión pública (Aguerre y Tarullo, 2016; Pérez, 2017; Alvarado Vivas, 2022).

Asimismo, otras investigaciones analizan casos de corrupción en Twitter. Por ejemplo, Pérez Lago y Cabral Salles (2018) observan cómo se visibiliza el escándalo *Panamá Papers* en Chile, dando cuenta de las nuevas temporalidades que otorga la dimensión *online*. Por su parte, Tagle Montt *et al.* (2021) revisan el caso Pacogate en Chile con un enfoque en los encuadres noticiosos y los comentarios de los usuarios, identificando el uso de la "segunda pantalla" como forma de participación política y expresión de la opinión pública. Estos autores observan intervenciones polarizantes, moralizantes y críticas de lo ocurrido.

En esta misma línea, Paiva *et al.* (2017) analizan discursos sobre corrupción en Brasil y sus significados en las respuestas de usuarios de las revistas *Veja* y *Carta Capital*. En sus hallazgos indican que las redes sociales se han convertido en lugares de disputas discursivas en pro de la legitimidad y los significados atribuidos a la corrupción, polarizados políticamente de forma intensa, sin apertura a visiones que vayan más allá de las cuestiones partidistas.

Se tomó esta referencia para aproximarnos al contexto argentino sobre un escenario signado por la polarización entre kirchnerismo-antikirchnerismo, donde los medios hegemónicos toman posición en relación con las identificaciones político ideológico. Sobre ello, Vommaro y Schuliaquer (2014) observan la relación entre la corporación mediática y la construcción de escándalos, e indagan programas televisivos cuyo objetivo es investigar acusaciones sobre hechos de corrupción del kirchnerismo.

Como aporte a la discusión, Shuliaquer (2017) observa que desde 2012 el Grupo Clarín recurrió a la lógica de la denuncia y el escándalo como parte de una estrategia en su enfrentamiento con el gobierno. Zunino y Focás (2020) dan cuenta sobre la cobertura partisana de los hechos de corrupción y los efectos en las audiencias en términos de polarización afectiva. En este tenor es posible observar

la construcción de diferentes narrativas políticas y la disputa de sentidos en la construcción y divulgación del escándalo.

Las plataformas de redes poseen una arquitectura sociotécnica que también debe ser observada mediante las interacciones *online*, la cuantificación de la popularidad y las dinámicas de segmentación de públicos (Calvo y Aruguete, 2020). Si bien el fenómeno de la polarización política no es inherente al espacio digital, diversos estudios muestran cómo la arquitectura de las redes sociales profundiza esta dinámica a partir de la configuración específica de sus algoritmos. Estos últimos distribuyen flujos de información que producen efectos de segmentación en los públicos de usuarios, provocando experiencias fragmentarias donde la información recibida y compartida propicia creencias y posiciones preexistentes (Pariser, 2017).

Metodología

Este artículo presenta un estudio de caso exploratorio, situado dentro de un proyecto mayor sobre eventos políticos acontecidos durante la pandemia. La elección de Twitter recae en su impacto en la esfera política y mediática, en su rol característico en la construcción de conversaciones y tendencias de opinión pública (Van Dijck, 2016), así como en la posibilidad que brindaba para trabajar con grandes volúmenes de datos (Murthy, 2012).² En este sentido, el retomar objetos y archivos digitales propone nuevas dimensiones metodológicas, como la abundancia de los datos, la complejidad de los metadatos y las interfaces de la mediación sociotécnica (Pons, 2013).

Con esto en cuenta se optó por un enfoque metodológico mixto, que incorpora métodos digitales y técnicas de análisis computacional (Rogers, 2013). Para trabajar sobre los millones de datos y metadatos de Twitter en las etapas de extracción, procesamiento, curaduría y visibilización de los datos se utilizó lenguaje de programación R y el entorno de desarrollo integrado RStudio (Calvo, 2015; Rosati *et al.*, 2020).

El enfoque de objetos digitales involucra una estrategia metodológica a distintas escalas, como Schwandt (2019) denomina *zooming in* y *zooming out*, donde el proceso llevado a cabo por las "máquinas" se entrelaza de manera continua con una perspectiva humana que pueda comprender las complejidades que se entrecruzan en el fenómeno digital. Esto se manifiesta mediante un análisis que oscila entre una observación detallada y cercana y una lectura distante (Moretti, 2015).

Tomamos el evento denominado Vacunatorio Vip a fin de indagar las interacciones digitales mediante el análisis de tuit, retuits y *hashtags*. Sobre estos objetos proponemos identificar, describir y comparar comunidades de usuarios, tomadas en relación con la clasificación propuesta por Slimovich (2012 y 2018) como internautas políticos, internautas mediáticos e internautas militantes, y a sus narrativas políticas y el posicionamiento en la red en torno al escándalo.

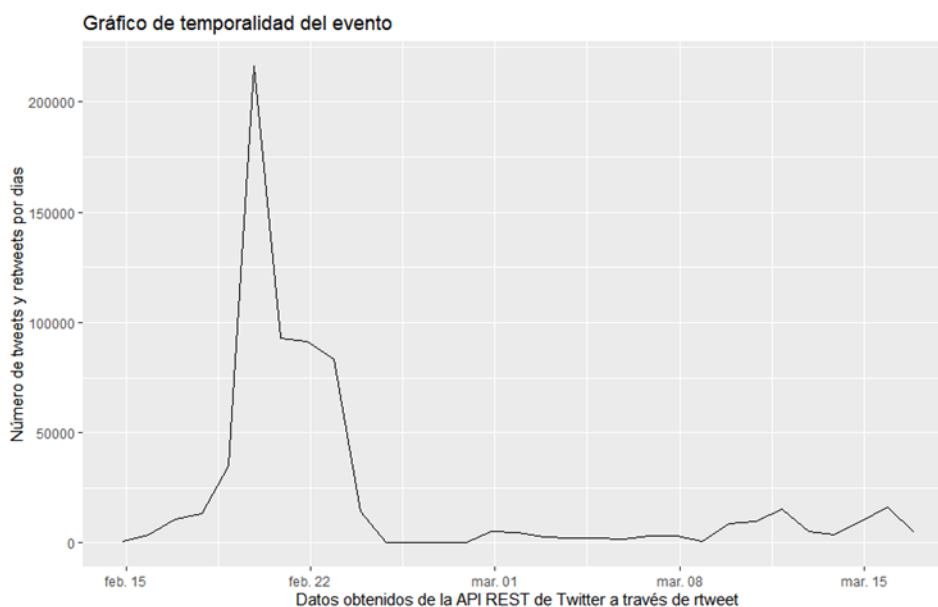
El análisis del caso inició con la inmersión en la plataforma, llevando un registro sistemático de perfiles claves y eventos relacionados, considerando no solo actores centrales sino también a medios locales y organismos. La toma de datos se realizó con un ordenamiento preexistente y semiestructurado, que atravesó un proceso de curaduría y procesamiento en función de las preguntas de investigación. En este sentido, se identifica que las herramientas computacionales posibilitan el trabajo con este tipo de bases de datos.

La extracción de datos en Twitter se hizo mediante la API REST v1,³ que habilitaba el acceso a datos y metadatos de mensajes y usuarios. La descarga comenzó a partir de la búsqueda de *hashtags* centrales detectados para el evento: #VacunasVip, #VacunatorioVip y #VacunadosVip, y de las palabras claves: Gonzalez García, Verbitsky, vacunación VIP, vacunados VIP, vacuna gate y escándalo vacunación. La base de datos total fue de 662 401 objetos.

Para el estudio preliminar se trazó la frecuencia de los tuits (ver gráfica 1), donde observamos que el flujo y circulación de mensajes alcanza su pico máximo el día 20 y luego comienza a disminuir. Sobre la base de este indicio realizamos un recorte intencional entre el 19 y el 23 de febrero de 2021, correspondiente al inicio y pico de la repercusión del escándalo en el período analizado. El corpus obtenido de esa selección cuenta con 530 441 mensajes.

A su vez, se trabajó una segunda base de datos conformada por las respuestas al mensaje de renuncia publicado por el ministro González García, dando un total de 16 032 tuits, extraídos en API v2.

Ambos *dataset* fueron sometidos a técnicas de análisis de redes sociales (Gualda, 2020) (ver tabla 1). Con el *software* Gephi se hizo un análisis semántico mediante una red de *hashtag* y una nube de palabras, además de un análisis de temporalidad y un *ranking* de usuarios realizados en R con los paquetes *rtweet*, *ggplot* y *quanteda*. Asimismo, utilizamos como fuentes complementarias la prensa y el archivo histórico de *hashtags*.

Gráfica 1. Frecuencia del evento por día

Fuente: elaboración propia en R.

Tabla 1. Presentación de las bases de datos

Núm.	Base de datos	Palabras extracción	Total	Fecha recorte
1	Vacunatorio Vip	VacunatorioVip VacunadosVip VacunasVip VacunaGate VacunaVip Gines	530 441	19 a 29 de febrero de 2021
2	Renuncia Ministro	Tuits en respuesta al mensaje de renuncia de Ginés García	16 032	Diciembre de 2021

Fuente: elaboración propia.

Descripción del caso

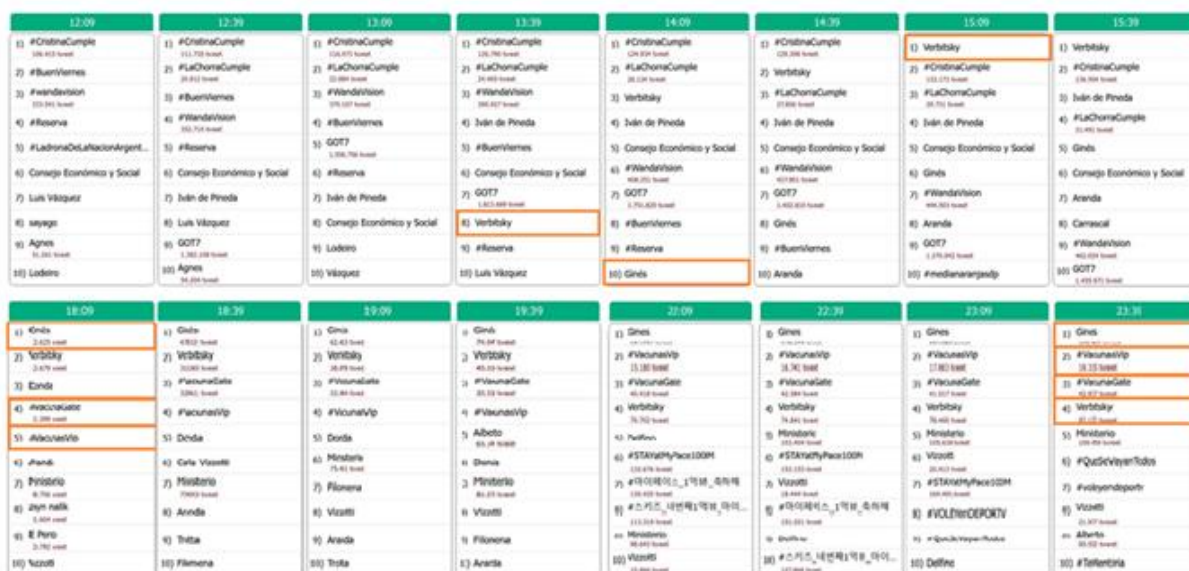
La circulación del rumor inicia el tres de febrero con la declaración de Beatriz Sarlo, intelectual argentina y opositora al oficialismo, en el programa televisivo *A Dos Voces*: “Me ofrecieron la vacuna por debajo de la mesa y dije: jamás, prefiero morirme ahogada de Covid-19” (Todo Noticias, 2021). Aunque esta fue la primera declaración sobre vacunas irregulares, su trascendencia fue menor en contraste con lo sucedido la mañana del 19 de febrero, cuando el periodista

y simpatizante del kirchnerismo, Horacio Verbitsky, relató en su columna radial: “Decidí vacunarme. Me puse a averiguar en dónde hacerlo. Llamé a mi viejo amigo Ginés González García, a quien conozco desde mucho antes de que fuera ministro” (*La Nación*, 2021a).

Horas después, este episodio aparece en las plataformas digitales y en diversos medios de comunicación del país. Al observar los *trending topics* del día de la denuncia, vemos que inició con #CristinaCumple liderando, en referencia al cumpleaños de la vicepresidenta. Después de las 13:30 horas aparece “Verbitsky” por primera vez entre los *trending topics*, en el puesto ocho de diez, llegando al primero en menos de dos horas cuando #CristinaCumple empezaría a descender hasta desaparecer más tarde. “Ginés” aparece recién pasadas las 14 horas en el último lugar, pasando a liderar a las 18 horas el top que se mantuvo el resto de la jornada.

Los *hashtags* #VacunaGate y #VacunaVip aparecen por primera vez, en ese orden, por la tarde hasta quedar como tópicos tercero y cuarto, respectivamente. El cierre del día mostraba el siguiente orden: Ginés, #VacunaVip, #VacunaGate, Verbitsky, Ministerio, #QueSeVayanTodos y en los últimos lugares Vizzotti y Alberto (ver figura 1).

Figura 1. Tendencias en Argentina, 19 de febrero de 2021.



Fuente: archivo de tendencias en Twitter de Argentina (2021).

Por las particularidades de este escándalo, las consecuencias no solo recayeron sobre el denunciado, sino que también pesaron sobre el denunciante.

Roberto Navarro, dueño del medio El Destape (2021), resolvió desvincular a Verbitsky de la emisora en la que trabajaba como columnista (ver figura 2).

Minutos después, el Centro de Estudios Legales y Sociales (CELS), presidido por Verbitsky en ese momento, también repudió los hechos mediante su cuenta (ver figura 3).

Figura 2. Tuit del periodista Roberto Navarro.



Fuente: Navarro (2021).

Figura 3. Tuit del CELS.



Fuente: CELS (2021).

Al seguir los sucesos emergieron nuevos involucrados allegados al gobierno: el senador Jorge Taiana y el diputado Eduardo Valdés ya habían sido vacunados. A las 20:30 horas, *La Nación* (2021b) publicó una nota titulada Vacunación VIP: Alberto Fernández bajó a Eduardo Valdés y Jorge Taiana de la comitiva que viaja a México; y en seguida emitió una nueva noticia: Vacunación VIP: Ginés González García se reservó 3000 dosis para distribuir, a las que accedieron su sobrino y varias figuras políticas (Jastreblansky, 2021).

Ante el crecimiento del escándalo, el ministro presentó la renuncia ese mismo día, haciéndolo público a las 21:18 horas a través de su cuenta de Twitter (ver figura 4).

Figura 4. Tuit carta de renuncia del ministro de salud.



Fuente: González (2021).

De forma paralela el Gobierno dejó trascender la noticia de que Carla Vizzotti, que se desempeñaba como secretaria de Acceso a la Salud de la Nación desde diciembre de 2019, sería la nueva ministra de Salud. El hecho fue tapa en los diarios del país a la mañana siguiente, y recibió la denominación de "Vacunatorio Vip" por los principales medios opositores.

Algunos de los titulares rezaban: Echan a Ginés de Salud por el escándalo del “Vacunatorio Vip” (*Diario Clarín*, 2021a); y Por el escándalo de la vacunación vip echaron al ministro González García (*La Nación*, 2021c). Incluso se vio reflejado en las noticias de algunos periódicos reconocidos a nivel internacional, como *El Mundo* (Fest, 2021), *BBC News* (2021), entre otros.

Una de las respuestas por parte del gobierno fue publicar el 22 de febrero el listado oficial⁴ de vacunados VIP del Hospital Posadas, que involucraba a 70 personas, entre ellas periodistas, empresarios, sindicalistas y familiares allegados de Ginés y el círculo gubernamental.

Las repercusiones del escándalo también se presentaron en las calles. El 21 de febrero se convocó a una manifestación en repudio del acontecimiento mediante los *hashtags* #ruidazo21f, #cacerolazo21f y #bocinazo21f. La propuesta era hacer ruido, principalmente con cacerolas y bocinas, desde el lugar que estuviese cada individuo en ese momento, debido al aislamiento obligatorio.

En la convocatoria inicial la oposición tomó medidas de cuidado en la movilización, lo cual se quebró el 27 de febrero, cuando surgió otra convocatoria con mayor impacto y visibilidad, donde ciudadanos y dirigentes opositores de diversas extracciones partidarias se movilizaron en todo el país en rechazo del Vacunatorio Vip, proponiendo como eje el cansancio en torno a la corrupción política. En este punto cabe aclarar que para el análisis que se presenta no se tomaron en cuenta estas movilizaciones, que serán objeto de próximas investigaciones.

Resultados y análisis

#VacunatorioVip: hashtags, usuarios y redes

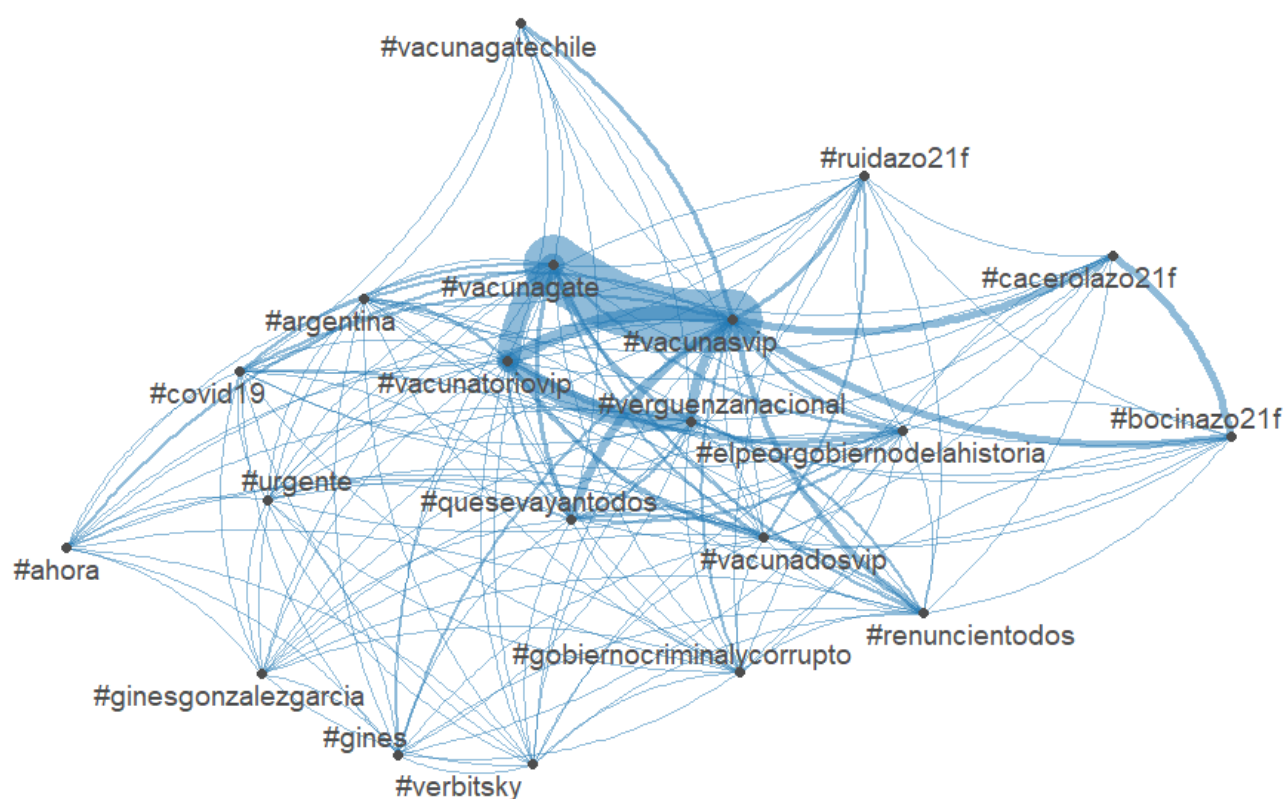
El *hashtag* opera como práctica de creación de sentido y como práctica de efecto de propagación. Es decir, los *hashtags* proporcionan un medio por el que los tuiteros pueden activar supuestos contextuales relevantes dentro del límite de caracteres y sin necesidad de proporcionar información de fondo (Scott, 2015). En estas características radica la potencia del dispositivo en las prácticas políticas digitales, al propagar contenidos, cristalizar sentidos y disputar la memoria.

La fuerza de la articulación del *hashtag* y las tendencias han llegado a cuestionar la construcción de la agenda pública y la agenda mediática a partir de las interacciones en la plataforma, ganando legitimidad la validación de tópicos que emerge en la relación usuarios-empresa-algoritmos. Las plataformas, por tanto, intervienen en los modos en que se definen los vínculos sociales al incluir formas

de conexión que mezclan normas sociales con normas sociotécnicas propias de los entornos *online* (Van Dijck, 2016).

La figura 5 muestra la red de *hashtags* asociados al caso que circularon con mayor fuerza, dan cuenta de aquellas configuraciones semánticas con más peso en la conversación del #VacunatorioVip; en esta se observa una predominancia de narrativas opositoras.⁵ #verguezanacional se ubica en el centro con hilos de conexión gruesos que indican mayor flujo de intercambio entre #vacunatoriovip y #vacunasvip, pero también con #quesevayantodos y #elpeorgobiernodelahistoria. Si seguimos las relaciones vemos que se conecta en el extremo de la imagen con #gobiernocriminalycorrupto, #querenuncientodos y los *hashtags* relacionados con la convocatoria a movilizarse el 21 de febrero (#ruidazo21f, #cacerolazo21f y #bocinazo21f).

Figura 5. Red de los principales *hashtags* utilizados en la conversación #VacunatorioVip



Fuente: elaboración propia en R.

Estos *hashtags* no solo aparecen como articuladores de la conversación en torno al caso, sino que también adoptan características de eslogan, de marca, formando parte de narrativas políticas que se articulan en la disputa del espacio virtual. En contraposición no se identifican *hashtags* que nuclean al oficialismo en esta red.

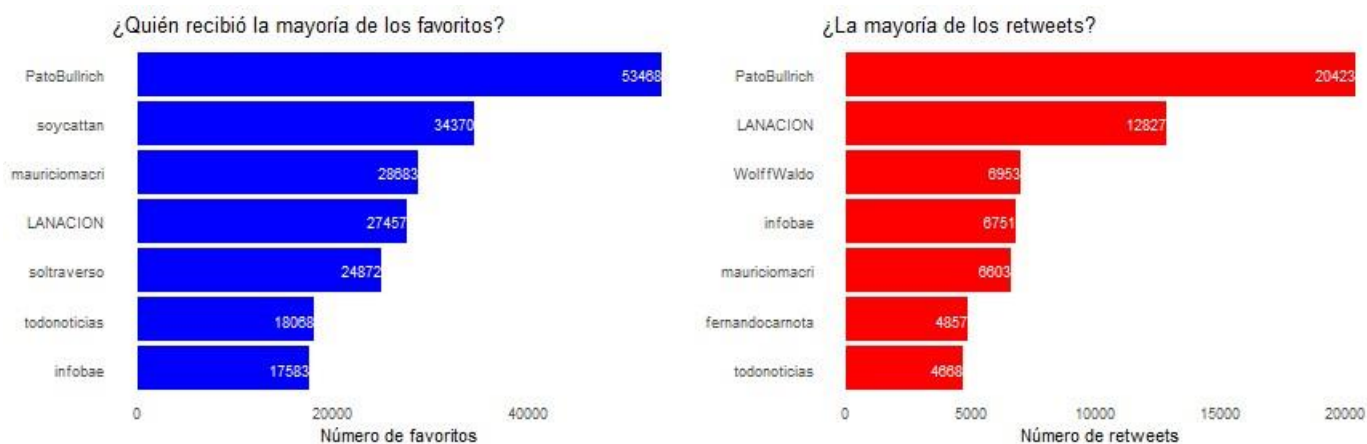
En el extremo superior aparece #vacunagate, el sufijo gate está ligado a escándalos internacionales asociados a la pandemia y a las campañas de vacunación con gobierno de distinto tinte político (Mayta-Tristán & Aparco, 2021, Chauvin, 2021; Kenyon, 2021; Tapia, 2021; Ibáñez y Suarez, 2022). En esta relación, se da cuenta de la vinculación con el caso #vacunagatechile; con esto se deja ver que distintos escándalos atravesados por el tópico vacunación se refuerzan a escala global.

En este punto la controversia entre denunciante-denunciado y grupos de apoyo cobra relevancia. En un evento en donde el denunciante es del propio grupo político, observamos a partir de la red de hashtags la fuerte presencia de la oposición en esta red, y la construcción de lo corrupto como confrontación política. Esta centralidad de la oposición toma más fuerza aún en contraste con la baja actividad del oficialismo en la conversación.

En relación con los usuarios, analizamos aquellos que tuvieron mayor peso, y, por ende, mayor propagación de sus mensajes. Más de un ochenta por ciento de nuestra base se compone por retuits, conversaciones jerárquicas propias de la dinámica de la red. El flujo de producción de mensajes en Twitter está concentrado en un número relativamente pequeño de usuarios, los cuales son retuiteados de forma masiva.

Por otra parte, Calvo (2015) advierte que la circulación de mensajes mayormente difundidos no responde al tipo de contenido, sino que se relaciona con su origen político y a la red de relaciones sociales a la que pertenece. En la gráfica 2 se muestran aquellos usuarios cuyas publicaciones recibieron la mayor cantidad de favoritos y de retuits.

Entre los más faveados⁶ lidera Patricia Bullrich (@PatoBullrich), ex ministra de Seguridad y presidenta de la Propuesta Republicana (PRO). La sumatoria de sus tuits recibieron 53 468 favoritos, casi un 60% más que los de @soycattan, quien la sucede en el *ranking*. En tercer lugar se encuentra el expresidente Mauricio Macri (@mauriciomacri), una autoridad en la red que, al igual que su compañera de espacio político @PatoBullrich, recibió 28 683 de favoritos. Con poca diferencia, en cuarta posición, encontramos a @LANACION, un tradicional medio de comunicación asociado a la ideología opositora, al igual que @todonoticias e @infobae, que también aparecen en la gráfica.

Gráfica 2. Usuarios con mayoría de favoritos y de retuits.

Fuente: elaboración propia en R.

Al indagar sobre el usuario @soycattan encontramos que este perfil fue eliminado al momento de redactar este escrito. La publicación con más favoritos y retuits de nuestro *dataset* es la siguiente: “Insólito que vacunen primero a Verbitsky y no a Cacho de Los Palmeras. Las prioridades del país están en cualquiera”.⁷ Este posteo recibió 34 360 favoritos y fue retuiteado 3 761 veces. El quinto lugar es de @soltraverso, usuaria con solo 500 seguidores que no constituye una figura de peso en la red. La publicación que la ubica en este *ranking* ironiza al proponer a la cantante Tini Stoessel como la nueva ministra de salud.

Observamos que la mayoría de los tuits en la gráfica aparecen otras figuras de peso que también pertenecen a la comunidad opositora. Mencionamos al entonces diputado del PRO Waldo Wolf (@WolffWaldo), quien está en tercero siguiendo con la línea de figuras políticas adherentes a la comunidad opositora, al igual que el mencionado Mauricio Macri (@mauriciomacri), subsiguiente en la lista de los más retuiteados. Luego sigue @infobae, clasificado en la misma comunidad, y el periodista Fernando Carnota (@fernandocarnota), actualmente empleado en radio Rivadavia, pero que también se ha desempeñado en programas televisivos como el noticiero *TN Central* de Todo Noticias, o *Animales sueltos* en América TV, ambos productores de discursos en sentido contrario al oficialismo.

La mayor parte de las cuentas que se reflejan en la gráfica se corresponden con perfiles cuya afinidad política está asociada específicamente a la fuerza de Cambiemos, observando la ausencia de internautas oficialistas; empero dicha ausencia no implica inexistencia de fuerzas en disputa en la red, pues el mismo día registramos mensajes alusivos al cumpleaños de Cristina Fernández que instalan como *trending topic* #CristinaCumple. Al respecto podemos suponer que los

internautas militantes de la comunidad oficialista o bien callaron frente al problema o bien corrieron por otras rutas, no disputando el #VacunatorioVip.

Para profundizar sobre las narrativas y los usuarios centrales se analizó el peso que tienen en la activación del escándalo cada internauta. Primero se visualizó la conformación y agrupamiento de usuarios (nodos) en comunidades, trazando la relación entre ellos a partir del intercambio de retuits (aristas), esto dio cuenta de la configuración del mapa político en torno a este evento, así como el peso, la jerarquía y posicionamiento de los internautas. Los nombres de los usuarios se distribuyen en etiquetas, el tamaño se relaciona de manera proporcional con la cantidad de retuits recibidos.

La figura 6 muestra dos comunidades, la de mayor tamaño se encuentra compacta, cercana, y posee dos diferenciaciones: el color verde que nuclea medios opositores y referentes de Cambiemos, y los extremos de color celeste donde se ubican las autoridades de esa coalición política. En el extremo celeste de nuevo es posible observar la centralidad de los referentes políticos @patobullrich y @mauriciomacri, cuyos mensajes buscaban reforzar la acusación contra todo el arco político oficialista (ver figura 7).

Del otro extremo y con un tamaño menor, se encuentra la comunidad violeta (figura 6), con referentes políticos oficialistas como @juliodevido, involucrado previamente en casos de corrupción, y @robertonavarro, periodista oficialista. Dentro de esta segunda comunidad no se encontraron interacciones de autoridades políticas oficialistas en la conversación (por ejemplo, es llamativa la ausencia de grandes figuras como CFK o la Cámpora), pero sí de usuarios identificados como internautas militantes que ponen en debate el hecho desde distintas aristas abriendo hilos de discusión. Asimismo, es interesante marcar en la intersección de ambas comunidades a los medios opositores, que, aunque son parte de la comunidad verde-azul, se posicionan como intermediarios.

Como se mencionó antes, en Argentina existe una marcada polarización entre kirchnerismo-antikirchnerismo, que puede profundizarse en la dinámica de las redes. La segregación de los usuarios en distintas comunidades es una marca de polarización política que no depende solo de las preferencias originarias de sus miembros, sino también de los mecanismos de transmisión de información que están codificados en los algoritmos de las redes sociales (Calvo, 2015, p. 100). Se toma como muestra el tuit viralizado de @JulioDeVido (ver figura 8), en donde nuevamente se plasman las contradicciones de la comunidad oficialista en este evento, como denunciante de su propio espacio político.

Figura 8. Tuit de Julio De Vido.

Fuente: De Vido (2021).

En comparación a otros eventos analizados, es de notar en este recorte que la activación de la comunidad oficialista presenta particularidades. Internautas como @JuanGrabois, @FlorHalfon y @marcelopuellaok abrieron hilos de debate en torno a sus tuits, generando controversias sobre el escándalo como observamos en las figuras 9 y 10.

Figura 9. Intervención de Juan Grabois, 19 de febrero de 2021.

Fuente: Grabois (2021a).

Figura 10. Intervención de Juan Grabois, 27 de febrero de 2021.



Fuente: Grabois (2021b).

Podemos decir que la participación oficialista, notoriamente más reducida que la opositora, también actúa como denunciante. Condenan lo sucedido haciendo hincapié sobre la figura del ministro como único culpable, mientras que del lado opositor se asocia el accionar del Vacunatorio Vip a una práctica constante de la fuerza política oficialista caracterizada como corrupta.

Asimismo, se identificó la conformación de foros híbridos en los hilos abiertos por referentes del oficialismo, que pueden ser considerados como espacios donde se habilita el diálogo entre distintos agrupamientos. En este sentido, una mirada sobre las respuestas a los tuits de autoridades en la red puede aportar indicios de conversaciones transversales.

La imagen degradada en tuits

Como ya se anticipó, uno de los ejes fundamentales de los escándalos es su carácter performativo como ritual de degradación (Thompson, 2001). En este sentido, se observa el perfil del denunciado y principal imputado, el exministro de salud, para pensar el ritual de degradación en torno a su figura pública en particular, pero también sobre la identidad de la fuerza política.

La renuncia fue un momento clave, erigiéndose como la consecuencia más visible de la magnitud del escándalo, por el tipo de acción y por el corto plazo en que se ejecutó. Surge la pregunta de si la identidad pública de Gines se transformó a partir de la denuncia de Vertibsky y de las caracterizaciones realizadas a González García por los usuarios a raíz del escándalo.

La renuncia reafirma el alcance del escándalo y se constituye como uno de los mayores efectos de la degradación de la imagen de Ginés. De acuerdo con Garfinkel (2016), el éxito de la denuncia tiene lugar cuando hay una transformación del denunciado respecto a su identidad anterior, es percibida de otra manera por los otros, se ubica por fuera del orden legítimo, es el reclamo de una renuncia al lugar o las funciones que ocupa.

Para continuar con el análisis semántico, las palabras *gobierno*, *poder*, *gestión*, *argentino* y *país* se relacionan con el gobierno nacional, las consecuencias recibidas en su imagen desde este acontecimiento y el manejo de su gestión en torno a la pandemia y del plan de vacunación. Con relación a esto último, la palabra *salud* tiene una aparición preponderante, podemos pensar que se arrastra de la frase "ministro de salud", pero también de la centralidad del tópico en el escándalo.

La salud es un tema de gran sensibilidad social que, dado el escenario pandémico y los cincuenta y un mil muertos en Argentina por el virus, se encontraba totalmente vulnerable. Todas esas palabras que atraviesan la imagen permiten entender el peso del contexto y su traslación en lo que respecta a la calificación del ministro acusado de corrupto.

Conclusión

En este artículo se propuso indagar un caso caracterizado como escándalo político de corrupción desde la plataforma Twitter. En este sentido, el aporte del trabajo fue explorar escándalos en redes sociales e incorporar herramientas computacionales que aproximen a las interacciones *online* alrededor de estos eventos.

Para la exploración inicial del caso se tomaron los días centrales del escándalo, del 19 al 23 febrero de 2021, dando cuenta del surgimiento y de las principales consecuencias de su desarrollo. En este aspecto se analizaron una base de datos de más de 500 mil registros correspondientes a tuits y usuarios que interactuaron en esta plataforma. Para ello, se incorporó al estudio de escándalo herramientas del análisis computacional para trabajar con grandes volúmenes de datos.

Entre las transformaciones al fenómeno a partir de la cultura de la conectividad, por un lado, distinguimos la velocidad de propagación del escándalo desde la llegada de las redes sociales y las múltiples interacciones entre internautas políticos, medios y ciudadanos. Por su parte, en el análisis de internautas se observó la predominancia del arco opositor al gobierno, perteneciente a las fuerzas de Cambiemos y a medios alineados a este campo político. Se destacan como

autoridades de la red a internautas políticos, como Patricia Bullrich y Mauricio Macri, junto a medios como *La Nación* e *Infobae*.

Se activó un uso político del *hashtag* #VacunatorioVip, como etiqueta que denuncia la acción corrupta como práctica denunciada y adjudicada al kirchnerismo. Este *hashtag* se constituye como una marca de ataque al gobierno y a sus funcionarios, saliendo de las redes y cobrando significados en la prensa y en consignas en la posterior movilización, a tal punto que continúa operando en momentos políticos posteriores (elecciones, judicialización de la causa). Esta etiqueta encierra la denuncia a la corrupción, y cada vez que es utilizada despierta el sentido de denuncia. La potencialidad de este estipulado consiste en dos palabras sencillas para movilizar el rechazo de los ciudadanos, evocando la imagen del político corrupto.

Por otro lado, se observó una comunidad oficialista que no logra tener una actividad en red que dispute este evento. Ante esta característica, este primer análisis insinúa la ausencia de polarización, en tanto no hay otra fuerza disputando el evento y predominan las voces opositoras.

En el caso analizado por Pérez Lagos y Cabral Salles (2018), los autores encuentran en Twitter un espacio democrático de circulación de la palabra ciudadana; y en el presente caso se advierte cómo #VacunatorioVip se transforma en un acto opositor, en donde resuena entre los mismos adeptos y seguidores (Calvo, 2015). No obstante, resulta sugerente observar aquellos perfiles cercanos o partidarios al gobierno actual también repudiando lo sucedido, y ajustándose a la imagen del ministro de salud.

La imagen del denunciante y el denunciado como referentes políticos del gobierno y afines al kirchnerismo no logra articular comunidades de adeptos visibles, por el contrario, se encuentran discursos que intentan despegar la acción de estos personajes de la fuerza política a la que pertenecen. Empero, la condena del hecho, si bien en distintos grados, no parece estar en duda aun entre el mismo arco político del denunciado.

Sobre la figura de Ginés, se encontró en el análisis de los comentarios a su publicación la construcción de la degradación y las características que se adjudican al hecho corrupto durante la pandemia. En mayor frecuencia rechazo, insultos y agravios a su persona, y la exaltación del amiguismo, el aprovechamiento y la vergüenza asociados al "robo" de vacunas. La disputa por la construcción de sentidos sobre el hecho corrupto se despliega en el espacio digital, dando lugar a acciones en la tuitósfera medios de comunicación y en las calles.

Por su finalidad descriptiva, este recorrido presenta múltiples interrogantes y huellas sobre las que seguir indagando, en especial respecto a la conformación de las fuerzas políticas y a los actores promueven el escándalo en redes. Entre las preguntas que surgen para nuevas vertientes de investigación se encuentran: ¿qué prejuicios y estereotipos circulan sobre lo corrupto?, ¿cómo se articulan los antagonismos políticos y cuál es su impacto en torno a este evento?, puntualizando en la transformación del ecosistema de medios a partir de las redes sociales ¿cómo se visibiliza el escándalo político sanitario a través de Twitter?, ¿qué elementos se modifican con respecto a la producción periodística- prensa? Ante esto, se continúa profundizando el análisis tomando como punto de inicio estos primeros hallazgos.

Referencias

- Aguerre, C. y Tarullo, R. (2016). Conversaciones en Twitter en momentos de escándalo político en Argentina. *Segundo Congreso Anual de MESO Argentina*. Buenos Aires. <https://repositorio.unnoba.edu.ar/xmlui/handle/23601/128>
- Alvarado Vivas, S. (2022). Usuarios de Twitter en Colombia: temas, protagonistas y tonos durante la cuarentena por la COVID-19 en 2020. *Escribanía*, 20(2). <https://doi.org/10.30554/escribania.v20i2.4753>
- Álvarez, A. y Manzo, A. (2021). El siglo XXI y sus pandemias por coronavirus: entre el SARS (2003) y el SARS COV-2. El caso Argentino 2020. En A. Álvarez (comp.), *Del cólera al COVID-19. Un recorrido por viejas y nuevas pandemias en Argentina* (207-225). Editorial de la Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Archivo de tendencias en Twitter de Argentina. (2021). <https://archive.twitter-trending.com/argentina/19-02-2021>
- Astarita, M. (2014). Los usos políticos de la corrupción en la Argentina en los años noventa: una perspectiva histórica. *Revista Estado y Políticas Públicas*, 2(3), 171-190. https://revistaeypp.flacso.org.ar/files/revistas/1414737669_articulo-4.pdf
- Balán, M. (2011). La denuncia como estrategia: Escándalos de corrupción en Argentina y Chile. *Desarrollo Económico*, 51(202/203), 163-187. <https://www.jstor.org/stable/23612380>
- BBC News. (20 de febrero de 2021). El escándalo de las vacunas en Argentina: el ministro de Salud dimite tras conocerse la vacunación irregular de funcionarios y otras personalidades. *BBC News*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-56134097>
- Boltanski, L.; Claverie, E.; Offenstadt, N. & Van Damme, S. (2007). *Affaires, scandales et grandes causes. De Socrate à Pinochet*. Stock.
- Breit, E. (2011). Discursive contests of corruption: The case of the Norwegian alcohol monopoly. *Culture & Organization*, 17(1), 47-64. <http://dx.doi.org/10.1080/14759551.2011.530744>
- Bullrich, P. [@PatoBullrich]. (19 de febrero de 2021). Los K usan la vacuna para beneficio propio y lo hacen público para reírse de todos. Verbitsky y Moyano se sienten intocables. [Tuit]. Twitter. <https://twitter.com/PatoBullrich/status/1362866315405500426>

- Calvo, E. y Aruguete, N. (2020). *Fakenews, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
- Calvo, E. (2015). *Anatomía política de Twitter en Argentina: tuiteando #Nisman*. Capital Intelectual.
- Centro de Estudios Legales y Sociales (CELS). [@CELS_Argentina]. (19 de febrero de 2021). Un mensaje del equipo de trabajadorxs del CELS. [Hilo]. Twitter. https://twitter.com/CELS_Argentina/status/1362873206886064130
- Chauvin, L. (2021). Peruvian COVID-19 vaccine scandal spreads. *The Lancet*, 397(10276). [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(21\)00508-0](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(21)00508-0)
- De Blic, D. & Lemieux, C. (2005). Le scandale comme épreuve. Éléments de sociologie pragmatique. *Politix, Revue des Sciences Sociales du Politique*, 18(71), 9-38. <https://www.cairn.info/revue-politix-2005-3-page-9.htm>
- De Vido, J. [@JulioDeVido]. (19 de febrero de 2021). Se debe hacer pública la lista de todos los vacunados en la misma condición que describió Verbitsky. [Tuit]. Twitter. <https://twitter.com/juliodevido/status/1362908641326735361>
- Diario Clarín*. (20 de febrero de 2021a). Echan a Ginés de Salud por el escándalo del "Vacunatorio Vip. *Diario Clarín*. <https://www.pressreader.com/argentina/clarin/20210220/281496458997502>
- El Destape*. (22 de febrero de 2021). Vizzotti ordenó al Posadas que publique el listado de vacunados VIP. *El Destape*. <https://www.eldestapeweb.com/politica/vacunas-vip/ordenaran-al-posada-que-publique-esta-tarde-el-listado-de-vacunados-vip-202122212140>
- Fest, S. (20 de febrero de 2021). Escándalo político en Argentina: el presidente echa al ministro de Salud tras descubrirse un 'vacunatorio VIP' en el Ministerio. *El Mundo*. <https://www.elmundo.es/internacional/2021/02/20/6030485a21efa015508b469f.html>
- Garfinkel, H. (2016). Condiciones de las ceremonias exitosas de degradación. *Delito y Sociedad*, 1(22), 115-122. <https://doi.org/10.14409/dys.v1i22.5347>
- Giraldo Quintero, Y. A. (2018). Interacción a partir de los mensajes sobre corrupción publicados en Twitter por los precandidatos a la presidencia de Colombia (2018-2022). *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 9(2), 440-476. <https://doi.org/10.21501/22161201.2618>
- González García, G. [@ginesggarcia]. (19 de febrero de 2021). Expreso mi gratitud a la inmensa mayoría del Pueblo argentino por su compromiso y apoyo. [Tuit]. Twitter. <https://twitter.com/ginesggarcia/status/1362919617363120130>
- Grabois, J. [@JuanGrabois]. (19 de febrero de 2021a). Verbitsky siempre fue un traficante de influencias, personaje inmoral que opera en nuestro campo. [Tuit]. Twitter. <https://twitter.com/JuanGrabois/status/1362857722056765441>
- Grabois, J. [@JuanGrabois]. (27 de febrero de 2021b). Todo mal con los acomodados en la vacunación pero el macrismo tiene menos autoridad moral para cuestionar privilegios y avivadas que Isidoro Cañones. [Tuit]. Twitter. <https://twitter.com/JuanGrabois/status/1365787195920035841>
- Gualda, E. (2020). Social network analysis, social big data and conspiracy theories. En M. Butter & P. Knight (eds.), *Handbook of Conspiracy Theories* (135-147). Routledge.
- Gupta, A. (2015). Fronteras borrosas: el discurso de la corrupción, la cultura de la política y el estado imaginado, en F. Escalante y C. Lomnitz (eds.), *Antropología del Estado* (71-144). Fondo de Cultura Económica.

- Ibáñez, F. y Suarez, P. (2022). Vacunagate: ¿Era posible justificar moralmente el caso peruano? *Letras (Lima)*, 93(138), 168-182. <https://doi.org/10.30920/letras.93.138.12>
- Jastreblansky, M. (19 de febrero de 2021). Vacunación VIP: Ginés González García se reservó 3000 dosis para distribuir, a las que accedieron su sobrino y varias figuras políticas. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/politica/el-sobrino-gines-moyano-diez-vacunados-sin-nid2607262/>
- Kenyon, G. (2021). Vacuna-gate escalates in Peru. *Lancet Infectious Diseases*, 21(4). [https://doi.org/10.1016/S1473-3099\(21\)00157-2](https://doi.org/10.1016/S1473-3099(21)00157-2)
- La Nación*. (19 de febrero de 2021a). Horacio Verbitsky contó que llamó a Ginés González García y fue vacunado en el Ministerio de Salud [Archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Yro7tU0Ck7A>
- La Nación*. (19 de febrero de 2021b). Vacunación VIP: Alberto Fernández bajó a Eduardo Valdés y Jorge Taiana de la comitiva que viaja a México. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/politica/fernandez-bajo-eduardo-valdes-jorge-taiana-comitiva-nid2607298/>
- La Nación*. (20 de febrero de 2021c). Por el escándalo de la vacunación vip echaron al ministro González García. *La Nación*. <https://www.pressreader.com/argentina/la-nacion/20210220/281487869062926>
- Mayta-Tristán, P. & Aparco, J. P. (2021). Use of experimental vaccine outside of clinical trial: the "Vacunagate" case. *Revista peruana de medicina experimental y salud pública*, 38(2), 203-205. <https://doi.org/10.17843/rpmesp.2021.382.8694>
- Montero, S. (2021). Discurso y política durante la crisis de COVID-19 en Argentina. ¿Es posible 'comunicar bien' una pandemia? *PERSPECTIVAS. Revista de Ciencias Jurídicas y Sociales*, (4), (167-181). <https://revistas.ucaip.edu.ar/index.php/Perspectivas/article/view/172/141>
- Moretti, F. (2015). *Lectura distante*. Fondo de Cultura Económica.
- Murthy, D. (2012). Towards a Sociological Understanding of Social Media: Theorizing Twitter. *Sociology*, 46(6), 1059-1073. <https://doi.org/10.1177/0038038511422553>
- Navarro, R. [@robnavarro]. (19 de febrero de 2021). Es una inmoralidad que con 50 mil muertos haya vacunados VIP. [Tuit]. Twitter. <https://twitter.com/robnavarro/status/1362868008302084100>
- Paiva, A. L.; Garcia, A. S. y Alcântara, V. de C. (2017). Disputas Discursivas sobre Corrupção no Brasil: Uma Análise Discursivo-Crítica no Twitter. *Revista De Administração Contemporânea*, 21(5), 627-647. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2017160163>
- Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja*. Taurus.
- Pereyra, S. (2012). La política de los escándalos de corrupción desde los años 90. *Revista Desarrollo Económico*, 52(206), 147-176. <http://hdl.handle.net/11336/196696>
- Pereyra, S. (2013). *Política y transparencia. La corrupción como problema público*. Siglo XXI.
- Pérez Encalada, J. E. (2017). *Manejo estratégico de las redes sociales frente al escándalo político. Casos de estudio: 'Gran hermano' y 'Pedro Delgado'* (tesis de maestría). Programa de Maestría en Comunicación Estratégica, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/5896>
- Pérez Lagos, C. y Cabral Salles, C. (2018). La visibilización de un escándalo político financiero en Twitter. El caso de Sebastián Piñera y los Panama Papers en Chile.

- Index.Comunicación, Revista Científica en el Ámbito de la Comunicación Aplicada*, 8(3), 105-134.
<https://indexcomunicacion.es//index.php/indexcomunicacion/article/view/412>
- Pons, A. P. (2013). *El desorden digital: guía para historiadores y humanistas*. Siglo XXI Editores.
- Rogers, R. (2013). *Digital methods*. MIT Press.
- Rosati, G.; Domenech, L.; Chazarreta, A. & Maguire, T. (30 de mayo de 2020). Capturing and analyzing social representations. A first application of Natural Language Processing techniques to reader's comments in COVID-19 news. Argentina, 2020. *SocArXiv Papers*. <https://doi.org/10.31235/osf.io/3pcdu>
- Scott, K. (2015) The pragmatics of hashtags: Inference and conversational style on Twitter. *Journal of Pragmatics*, 81, 8-20. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2015.03.015>
- Schwandt, S. (2019). Métodos digitales para la semántica histórica. Tras el rastro de los conceptos en corpus digitales. *Conceptos Históricos*, 5(8), 160-196. <https://revistasacademicas.unsam.edu.ar/index.php/conhist/article/view/79>
- Shuliaquer, I. (2017). *La negociación de las escenas mediáticas. Los gobiernos de izquierda y los grandes grupos mediáticos nacionales en América del Sur. Los casos de Argentina (2003-2015) y Uruguay (2005-2015)* (tesis doctoral). Facultad de Ciencias Sociales, Université Sorbonne Nouvelle-Universidad de Buenos Aires. <https://theses.hal.science/tel-03360696>
- Slimovich, A. (2012). El Facebook de los gobernantes. El caso de Cristina Fernández de Kirchner y de Mauricio Macri, en M. Carlón y A. Fausto Neto (comps.), *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación* (137-154). La Crujía.
- Slimovich, A. (2018). Redes sociales y democracia: los usos de Facebook y Twitter en el período de la campaña presidencial argentina de 2015. En L. Sutil y A. Luna García (eds.), *Narrativas sociopolíticas en pleno siglo XXI: perspectivas multidisciplinares en un mundo global* (57-66). Global Knowledge Academics.
- Strömbäck, J. & Esser, F. (2014). Introduction: making sense of the mediatization of politics. *Journalism Studies*, 15(3), 243-255. <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2014.897412>
- Tagle Montt, F. J.; Guerrero, J. J. y Vial, M. P. (2021). Los marcos de los noticieros televisivos y la segunda pantalla en Twitter y Facebook: Escándalo Pacogate en Chile. *Gestión y Política Pública*, 30(3), 209-235. <https://doi.org/10.29265/gypp.v30i3.973>
- Tapia, M. B. (2021). Public policies, pandemic and corruption: THE "VACUNAGATE" CASE IN PERU. *Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas (UNIFAFIBE)*, 9(1), 984-1008. <https://portal.unifafibe.com.br/revista/index.php/direitos-sociais-politicas-pub/article/view/1019>
- Thompson, J. B. (2001). *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Paidós.
- Todo Noticias. (4 de febrero de 2021). SARLO: "Me ofrecieron la vacuna bajo la mesa y dije '¡Jamás! Prefiero morirme ahogada de COVID'" [Archivo de vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=rNKDBBbKWm4>
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
- Vommaro, G. y Schuliaquer, I. (2014). Definir la escena pública: Medios y política en las democracias sudamericanas: Uruguay y Argentina (2003-2013). *Observatorio Latinoamericano*, 14, 139-162. <http://hdl.handle.net/11336/42187>

- Zugasti Azagra, R. y García Ortega, C. (2018). Los temas de los líderes políticos españoles en Twitter. Análisis de las dos campañas electorales de 2015. *Icono 14*, 16(1), 136-159 <https://doi.org/10.7195/ri14.v16i1.1137>
- Zunino, E. y Focás, B. (2020). La corrupción como problema público en la televisión argentina: interacción entre medios y audiencias. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 19(39), 129-155. <https://doi.org/10.22395/angr.v20n39a6>
- Zunino, E. (2022). Brechas y concentración de la información: un estudio sobre agendas, encuadres y consumos de noticias sobre vacunas en el marco del Covid-19 en la Argentina. *Revista de Comunicación*, 21(1), 469-495. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A24>

Este artículo es de acceso abierto. Los usuarios pueden leer, descargar, distribuir, imprimir y enlazar al texto completo, siempre y cuando sea sin fines de lucro y se cite la fuente.

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO:

Juares, W. y Zjlistra, E. (2024). #VacunatorioVip. Aproximación al estudio de los escándalos de corrupción en Twitter (X). *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, 14(26). <http://dx.doi.org/10.32870/Pk.a14n26.832>

* Candidata a doctora de Sociología, Universidad Nacional de San Martín, Argentina. Licenciada en Sociología, Universidad Nacional de Mar del Plata. Becaria doctoral, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Integrante del proyecto de investigación "Comunidades virtuales: historia, prácticas e imaginarios sociales" y del Observatorio Ciudadano Político y Electoral, UNMDP (Argentina). Sus temas de interés cruzan el campo político, las representaciones y las narrativas en redes sociales. Correo electrónico: wandajuarez@gmail.com

** Estudiante de la Licenciatura en Sociología, Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina. Realiza su tesis de grado sobre escándalos y usos políticos de la acusación de corrupción en Twitter durante la pandemia COVID 19. Integrante del proyecto "Comunidades virtuales: historia, prácticas e imaginarios sociales" del grupo GMSSPAM. Correo electrónico: estefaniazjlistra@gmail.com

¹ La red social Twitter cambió su nombre y logo a X el 24 de julio de 2023, cuando fue adquirida por Elon Musk. En este artículo utilizamos el nombre Twitter por ser la denominación que tenía la plataforma en el período de la investigación.

² Las políticas de Twitter se modificaron desde la adquisición de Elon Musk de la propiedad de la empresa, restringiendo el acceso a la obtención de datos como se utilizaba hasta el momento de esta investigación.

³ Interfaz de programación de aplicaciones. Las API en las redes sociales y en cualquier entorno de programación son métodos a los que se les puede llamar para recoger datos sobre las mismas.

⁴ Listado oficial de personas vacunadas a requerimiento del Ministerio de Salud proporcionado por el Hospital Posadas y a las áreas involucradas de la cartera sanitaria nacional. https://es.scribd.com/document/495564586/Listado-Final-Ministerio-de-Salud-1#download&from_embed

⁵ Actualmente el gobierno es conducido por el Frente de Todos, se conformó como alianza política electoral para participar en las elecciones generales del 2019. La fórmula presidencial que lleva es Alberto Fernández-Cristina Fernández de Kirchner. La coalición contiene a los espacios y partidos políticos de centroizquierda: Partido Justicialista, Frente Renovador, Movimiento Evita, Proyecto Sur, partido Concertación FORJA, Partido Socialista de Buenos Aires, Movimiento Nacional Alfonsinista, Partido Solidario, Nuevo Encuentro, Compromiso Federal, Kolina, entre otros.

En contraparte, Juntos por el Cambio está integrada por el expresidente Mauricio Macri, en coalición contiene a los partidos políticos de centroderecha: Propuesta Republicana (PRO), Unión Cívica Radical (UCR), Coalición Cívica, sectores del Peronismo Federal, Partido Demócrata Nacional, Partido FE, Movimiento de Integración y Desarrollo (MID), Unión Popular y Partido del Diálogo.

⁶ Los autores de los tuits que otros usuarios indicaron que les gusta mayor cantidad de veces.

⁷ Tras eliminar el perfil público, extraemos el mensaje del usuario en nuestra base de datos.

⁸ También se muestran las palabras hijo y puta; al respecto, vale destacar que la nube se conforma por palabras y no por frases, pero al indagar sobre los tuits completos, es posible reconstruir que derivan de la separación de la frase "hijo de puta" o "hijo de mil puta" en algunos casos.