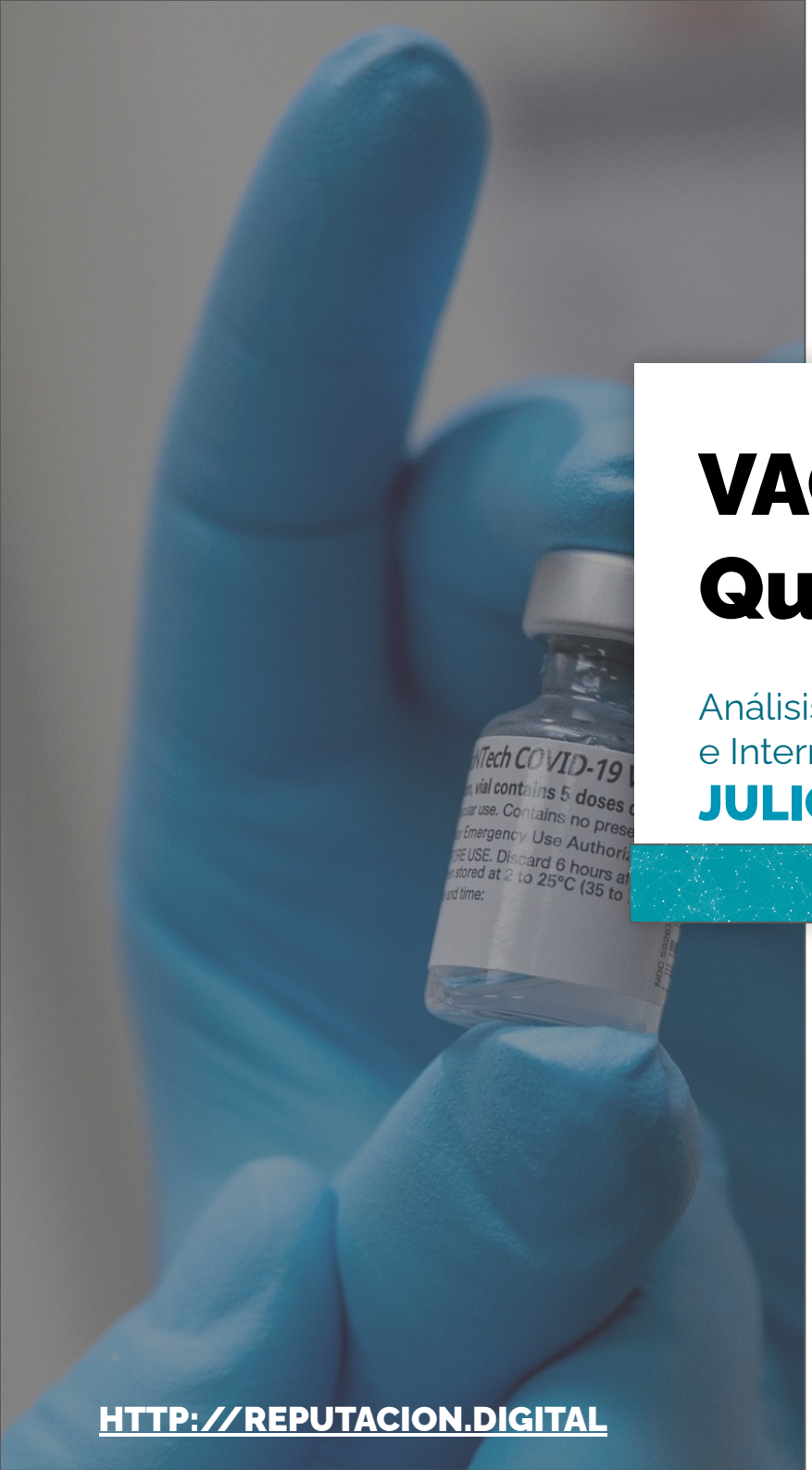


VACUNAS
Qué opinan los Jóvenes

Análisis de Big Data Redes Sociales
e Internet

JULIO 2021

Lo que más apareció de otros medios tradicionales en relación a la vacunación en jóvenes:

- Problematizan la inoculación en jóvenes, demostrando bajos porcentajes de inscripción y vacunación en mayores de 18 años.
- Preocupación, miedo y desconfianza como principales emociones expresadas por estos medios.
- Datos polarizados y politizados, que reflejan información contradictoria (poca certeza en relación a datos poblacionales e inscripción a vacunatorios).

Suarez, preocupado por la cantidad de jóvenes que no se vacunan

El Gobernador dijo que solo el 60 % de las personas de 30 a 40 años asisten a vacunarse.

Vacuna covid-19 Mendoza: por qué algunos jóvenes deciden no vacunarse

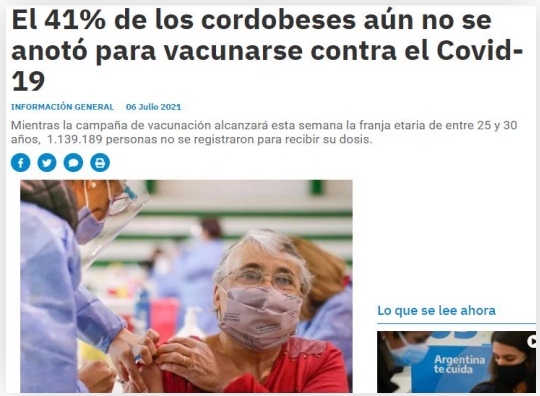
Vía Mendoza | Salud | lunes, 19 de julio de 2021 | 09:50 hs

Según los datos brindados por el Gobierno nacional, solo el 38% de los jóvenes de entre 20 y 29 años han recibido la primera dosis contra el coronavirus.

Continúa a paso firme la vacunación a mayores de 18: qué opinan los jóvenes

Sucede en en el marco de la apertura de la inscripción de mayores de 18 años y sin comorbilidades. Los protagonistas no ocultaron su emoción por poder tener acceso a la vacuna. Aquí, algunos testimonios.

Santa Rosa ideó una campaña para premiar a jóvenes que se inscriban a la vacunación



UNIVERSO DE DATOS

TODOS LOS PÚBLICOS

TÉCNICA: MONITOREO

SOCIAL MEDIA
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

RED

TWITTER

PERÍODO

MAYO
13/07 al 22/07

HERRAMIENTAS

ROBOTS DE TRACKING DE REPUTACIÓN DIGITAL

PANEL DE REPUTACIÓN DIGITAL SISTEMAS DE ANÁLISIS MEDIANTE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

MENCIONES

+79K

RELACIONADAS A VACUNAS COVID19

CLIPPING DIGITAL

MONITOREO A TRAVÉS DE KEYWORDS (PALABRAS CLAVES) EN TODA LA RED SOCIAL TWITTER, ACERCA DE:

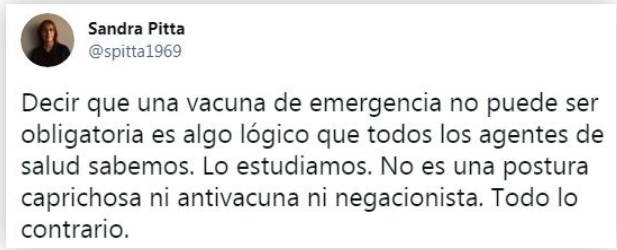
“Vacunas COVID19”

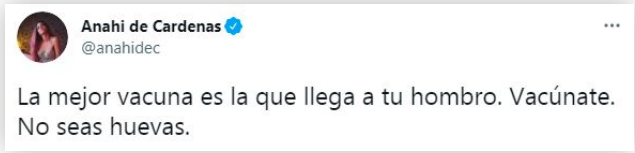
PALABRAS CLAVE

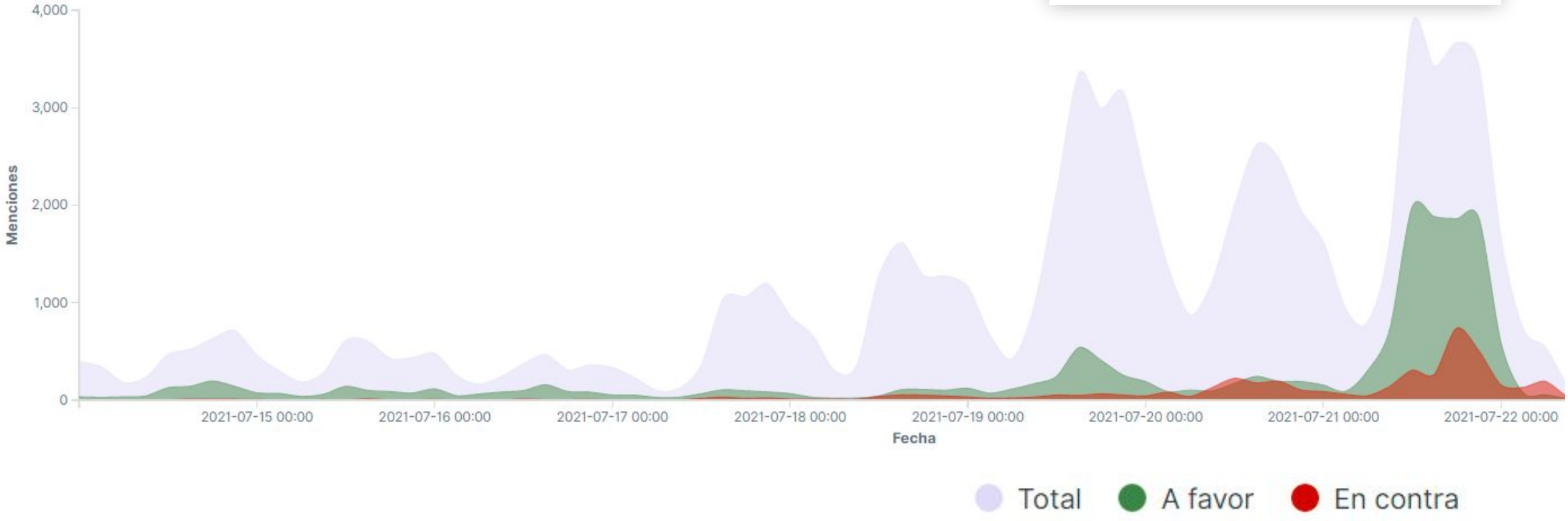
Menciones que contengan las palabras clave:

VACUNA COVID19
#vacunarsesalvavidas
#nomevacuno
#noalavacuna
vacunate
antivacuna
antivacunas
provacuna
provacunas

TWITTER

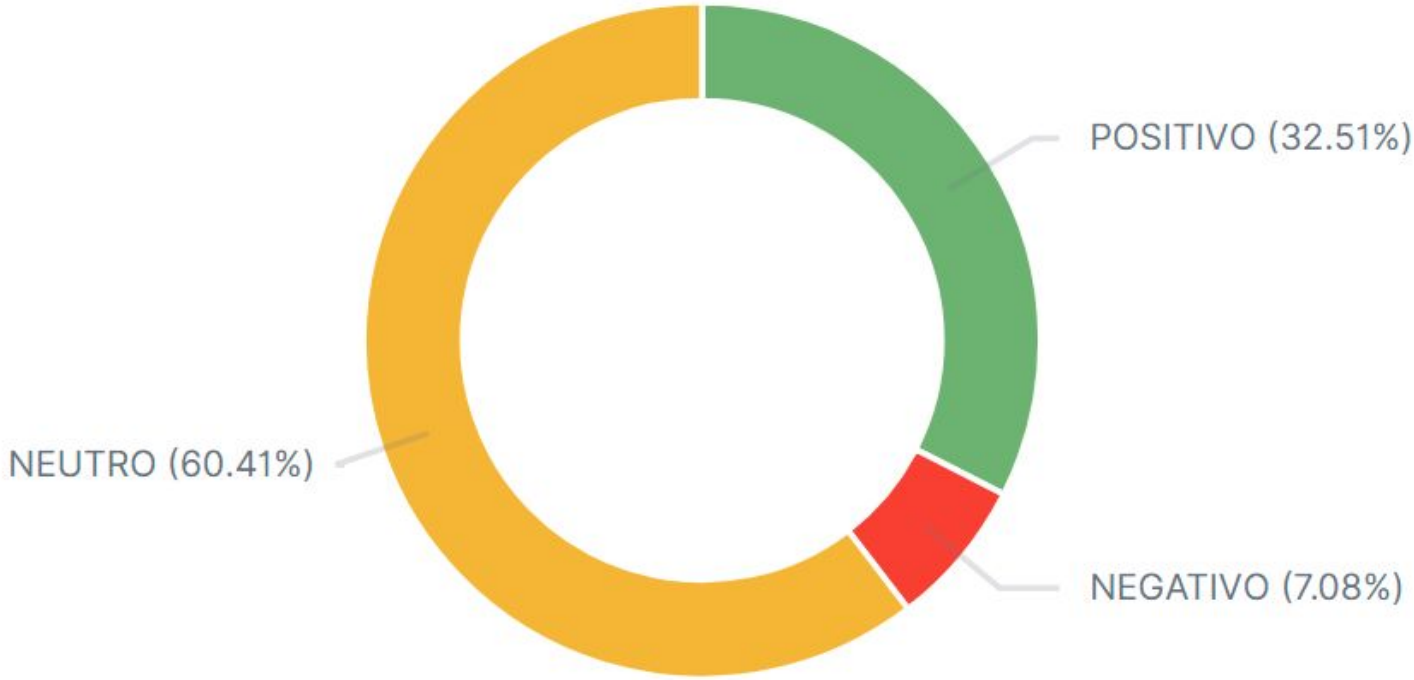

Sandra Pitta
@spitta1969
Decir que una vacuna de emergencia no puede ser obligatoria es algo lógico que todos los agentes de salud sabemos. Lo estudiamos. No es una postura caprichosa ni antivacuna ni negacionista. Todo lo contrario.


Anahi de Cardenas
@anahidec
La mejor vacuna es la que llega a tu hombro. Vacúnate. No seas huevas.


4,000
3,000
2,000
1,000
0
Menciones
2021-07-15 00:00
2021-07-16 00:00
2021-07-17 00:00
2021-07-18 00:00
2021-07-19 00:00
2021-07-20 00:00
2021-07-21 00:00
2021-07-22 00:00
Fecha
Total
A favor
En contra

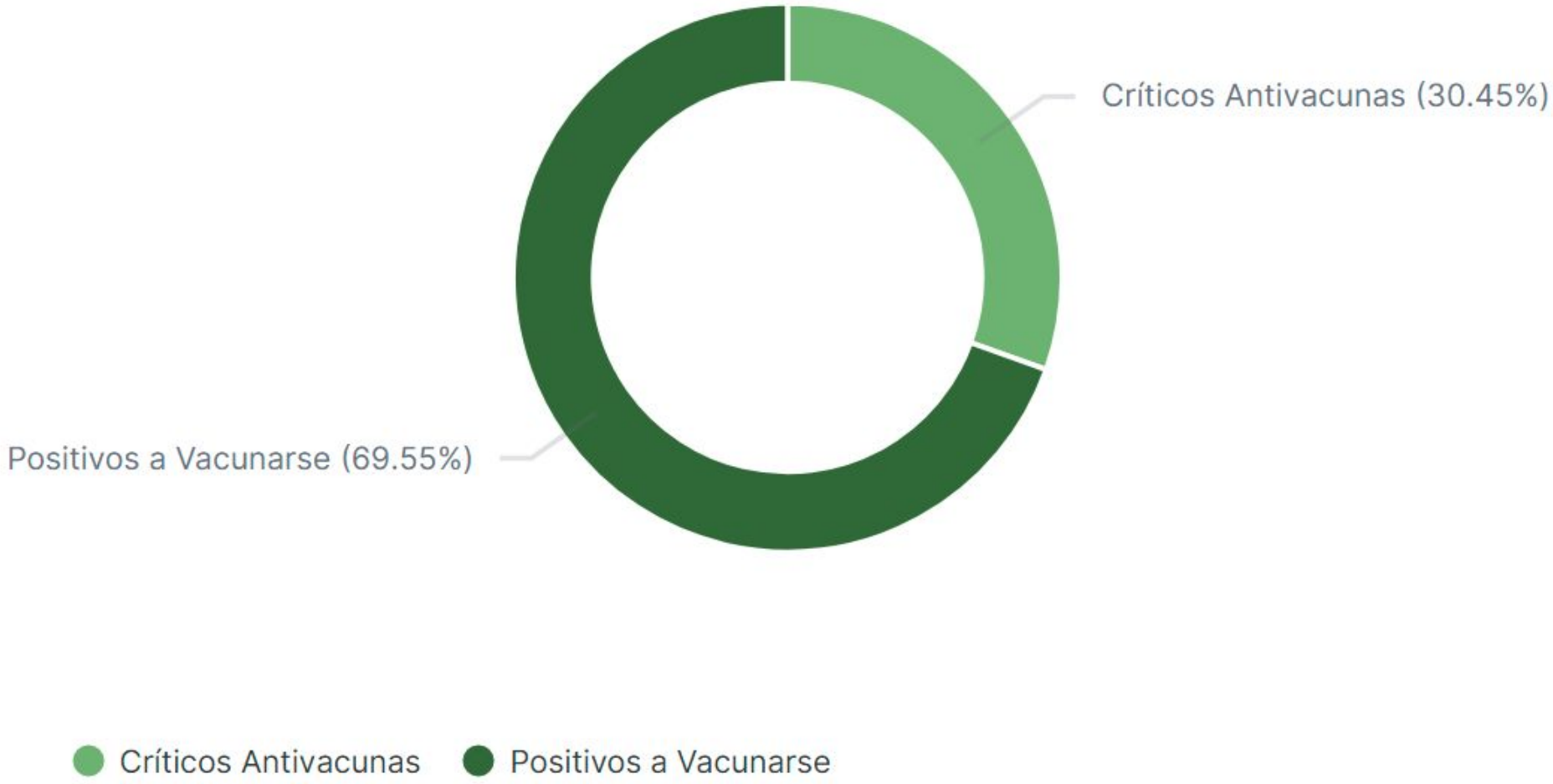
TWITTER

Amplia predominancia de conversaciones generales, informativas (neutras).
Tweets con tendencia positiva o negativa: en el análisis de sentimiento puro, ***predominan en un 32% las percepciones a favor de la vacunación.***



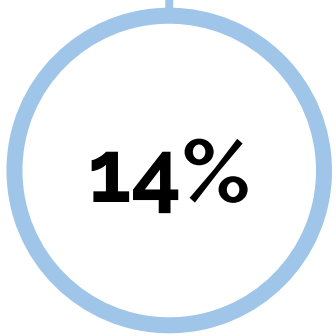
TWITTER

Entre los que se posicionan a favor de la vacunación, ***un 30% expresan críticas a los "antivacunas"***

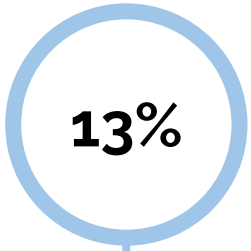


Tweets más replicados

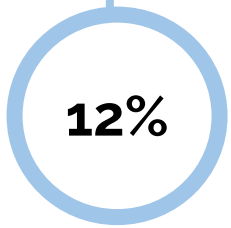
Críticas argumentales e ironías a los “antivacunas”



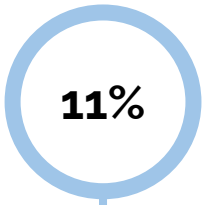
Críticas en relación a la obligatoriedad de la vacuna. Desconfianza



Tweets informativos de registro de vacunación



Tweets promoviendo la vacunación



Chistes en torno a la vacunación

Los 20 Tweets más replicados, representan el 16% del total de menciones extraídas

INSTAGRAM

UNIVERSO DE DATOS

TODOS LOS PÚBLICOS

TÉCNICA: MONITOREO

SOCIAL MEDIA
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

RED

INSTAGRAM
TIK TOK

PERÍODO

MAYO
1/07 al 22/07

HERRAMIENTAS

ROBOTS DE TRACKING DE REPUTACIÓN DIGITAL

PANEL DE REPUTACIÓN DIGITAL
SISTEMAS DE ANÁLISIS MEDIANTE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

MENCIONES

+13K
RELACIONADAS A
VACUNAS COVID19

CLIPPING DIGITAL

https://www.instagram.com/fedecyrulnik/
https://www.instagram.com/ferdente/
https://www.instagram.com/pablo_grana/
https://www.instagram.com/fabballarini/
https://www.tiktok.com/@matusalvatierra10
https://www.tiktok.com/@roberelnegro/
https://www.tiktok.com/@itsthecrazylatina/
https://www.tiktok.com/@lucianotamagno.ok/

MONITOREO A TRAVÉS DE CUENTAS PÚBLICAS DE USUARIOS "INFLUENCERS" EN LAS REDES SOCIALES INSTAGRAM Y TIK TOK, DE PUBLICACIONES ASOCIADAS A VACUNA:

INSTAGRAM

NEGATIVO
34%

Predominancia de referencias en contra del gobierno nacional y/o de teorías conspirativas.
Desconfianza en la vacunas.

POSITIVO
56%

Felicitaciones a quienes comparten su experiencia de vacunación.
Expresiones directas de **apoyo a la vacunación** y en relación al **"fin de la pandemia".**

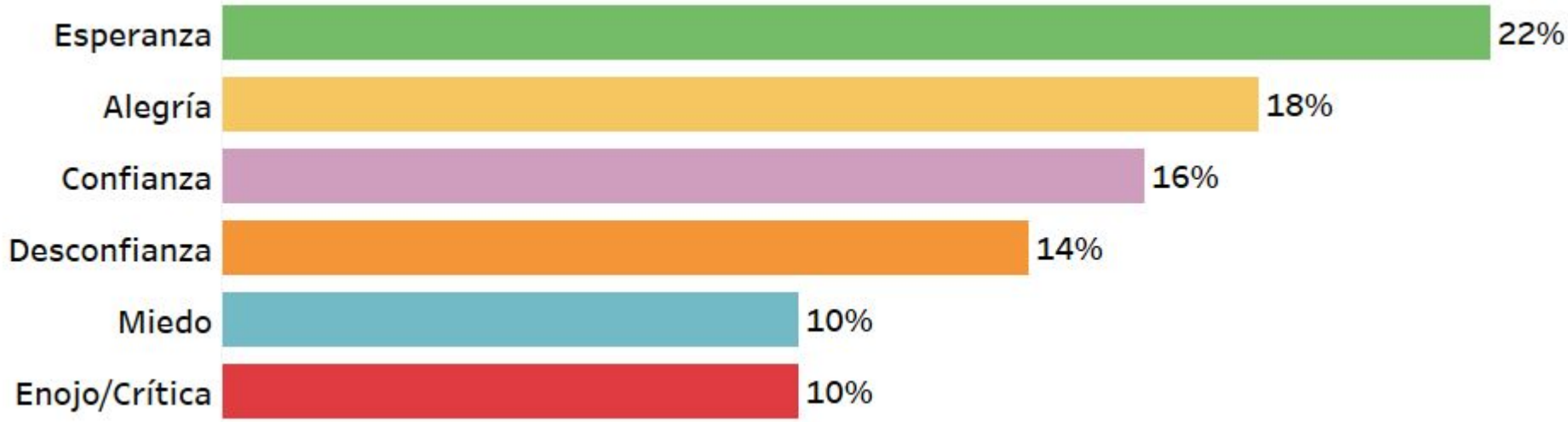
Críticas/reproches respondiendo en debates **a quienes se posicionan en contra de la vacuna.**

NEUTRO
10%

Consultas.
Experiencias personales con la vacuna y síntomas

Bromas, respuestas entre usuarios en tono jocoso

INSTAGRAM



- **ESPERANZA** por la aplicación de la vacuna y el fin de la pandemia.
- **ALEGRÍA** de experiencias personales.
- **CONFIANZA** en la vacuna, su efectividad, logros de inmunización y cuidado colectivo.

- **DESCONFIANZA** en la efectividad de la vacuna
.
- **MIEDO** Y **PREOCUPACIÓN** por los posibles efectos secundarios a corto y largo plazo.
- **DESCONFIANZA Y ENOJO** al gobierno nacional por la tardanza en las segundas dosis; y posibles usos y motivos del gobierno ante la posible obligatoriedad

TIK TOK

NEGATIVO 30%

Desconfianza en las vacunas con argumentos de posibles efectos secundarios.
Miedo.
Antinatural.
Deslegitimación a la necesidad de la vacuna.
En contra de la obligatoriedad (libertades individuales.

POSITIVO 58%

Expresiones de confianza en la vacuna, incluído para niños.
Referencias a lograr la "inmunidad de rebaño".
Esperanza y expectativa a la posibilidad de vacunarse.
Aliento a otros usuarios a vacunarse.

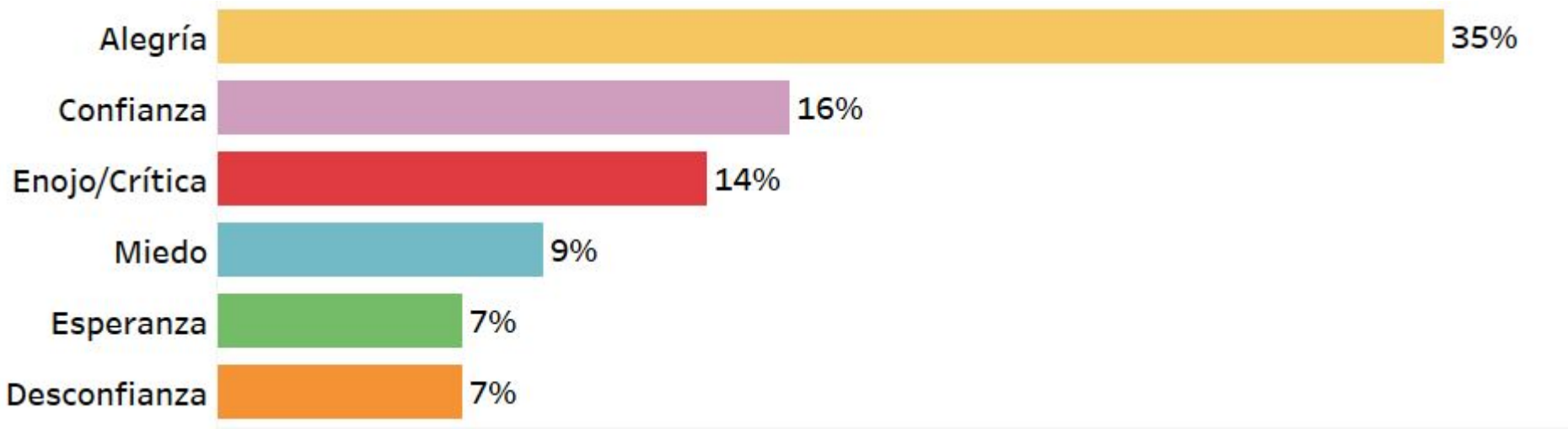
NEUTRO 12%

Chistes y bromas.

Conversaciones informativas entre usuarios.

Críticas al contenido de los influencers por la forma de tratar el tema.

TIK TOK



- **ALEGRÍA** en relación a la inoculación, felicitaciones y festejos.
- **ESPERANZA** por la aplicación de la vacuna, y consejos a la hora de vacunarse
- **CONFIANZA** en la vacuna, su efectividad, logros de inmunización.

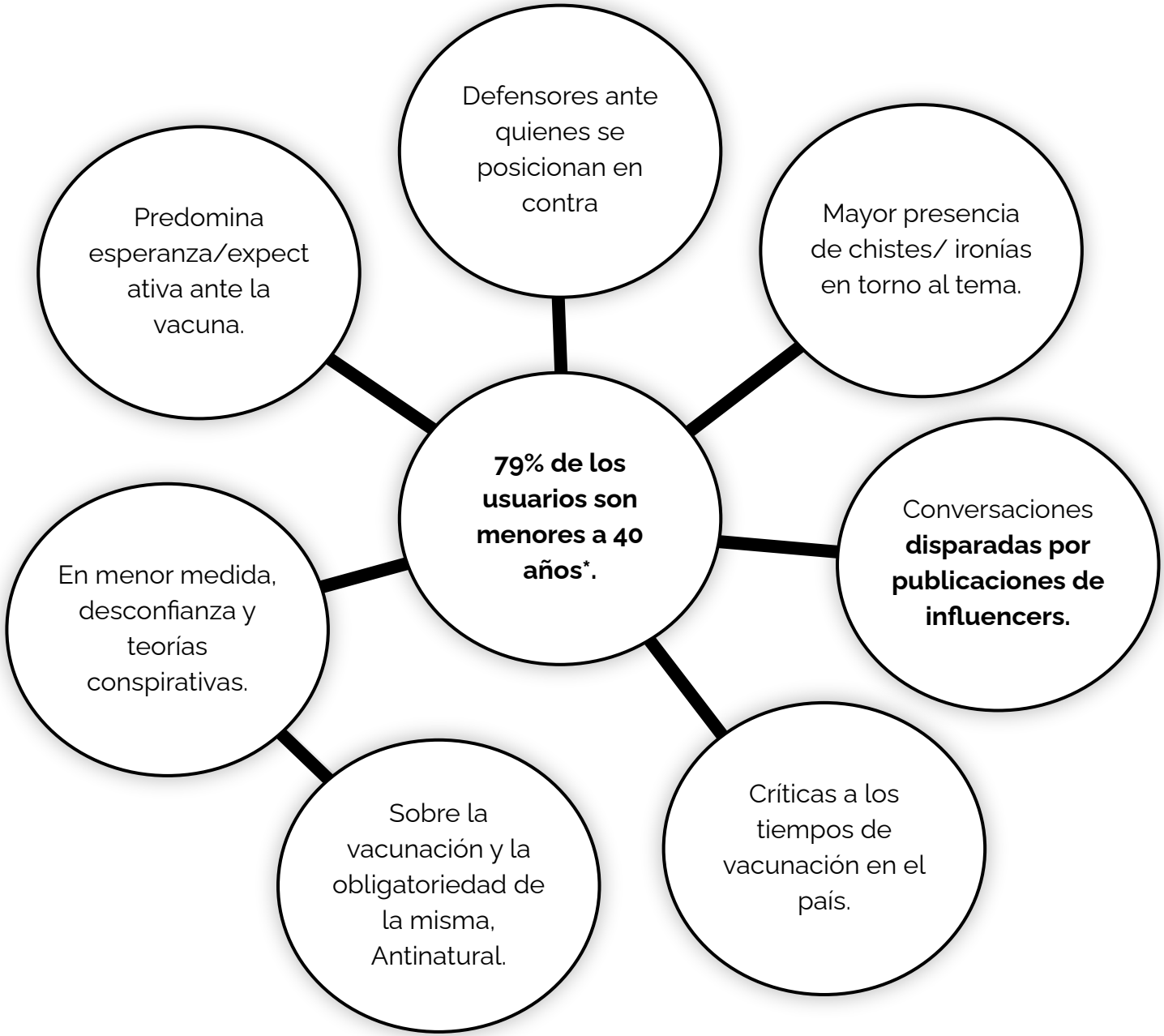
- **DESCONFIANZA** en la efectividad de la vacuna; descreimiento; antinatural.
- **MIEDO** Y **PREOCUPACIÓN** por los posibles efectos secundarios a corto y largo plazo.
- **DESCONFIANZA Y ENOJO** al gobierno nacional por la tardanza en las segundas dosis, el uso de la vacuna para politizar, y contra la obligatoriedad de la misma.

Resumen Impacto e Insights en Instagram

*Fuente: :https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-argentina-en-el-2020-2021/

* Fuente: https://ar.oberlo.com/blog/estadisticas-de-instagram

Resumen Impacto e Insights en TikTok



*Fuente: :https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-argentina-en-el-2020-2021/

* Fuente: https://ar.oberlo.com/blog/estadisticas-de-instagram

Resumen Impacto e Insights en Twitter

Conversaciones son más politizadas y transversales a distintas generaciones.

Tendencia predominante de percepciones a favor.

SOBRE LAS VACUNAS

Menciones globales en español acerca de Vacuna Covid19.

Predominancia de conversaciones generales e informativas;

Fuerte posicionamiento **en contra de la obligatoriedad**, no relacionado a vacunas en sí

*Fuente: :https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-argentina-en-el-2020-2021/

CONTACTO

ARGENTINA

Bs.As (CABA)
(+549) 11 6790 3579

Córdoba Capital
(+549) 351 233 9930

ESPAÑA

(+34) 630 855 199

EE.UU

Miami- USA
(+1) 786 673 3200

HTTP://REPUTACION.DIGITAL

DISCLAIMER

Reputación Digital es una compañía fundada en 2012 en Barcelona – España. Reputación Digital desarrolla sistemas de big data e inteligencia de datos para compañías mundiales.

®2018/19 Reputación Digital – Barcelona – España http://reputaciondigital.info http://reputacion.digital en Inglés http://digitalreputacion.com

Todos los productos y servicios presentados corresponden a Reputación Digital®. Las marcas reputación digital y sus correspondientes dominios, reputaciondigital.info o reputacion.digital, pertenecen a Reputación Digital. Las demás marcas presentadas en este documento pertenecen a sus correspondientes propietarios, y pueden ser marcas registradas.

Las marcas registradas y logotipos aquí mostrados son propiedad de sus respectivos dueños y son utilizadas únicamente con fines enunciativos. Páginas que vinculen a este sitio o sean vinculadas desde este sitio NO están bajo la licencia mencionada a menos que se indique lo contrario por sus respectivos propietarios. Los productos y servicios ofrecidos por Reputación Digital no están oficialmente avalados, certificados o recomendados de manera alguna por ninguna empresa, organización o individuo mencionado a menos que se indique lo contrario.