

# RETICENCIA A LAS VACUNAS EN AMÉRICA LATINA—

Encuesta de trabajadores de salud y  
análisis de redes sociales

Reporte del 2019



GLOBAL  
HEALTH  
CONSORTIUM

**FIU**

Robert Stempel College  
of Public Health  
& Social Work

**FIU**

Steven Cruz Institute  
for Science, Media +  
Technology

## Resumen Ejecutivo

*Análisis de redes sociales y encuesta sobre incertidud de vacunación en América Latina.*

### Análisis de redes sociales

- El **sentimiento antivacuna es poco común** en Twitter, noticias y entradas de blog en América Latina (comparado a EE. UU.), mientras el sentimiento pro-vacuna es frecuente
  - ⇒ **#VaccinesWork** fue uno de los 5 **hashtags mas usados**
- De 2018 a 2019:
  - ⇒ El número total de menciones de palabras clave de **vacunas aumentó por 618%**
  - ⇒ Los autores únicos de **Twitter aumentaron por 346%**
- En 2019, los **países con mayor frecuencia** de puestos relacionados con vacunas fueron:
  1. Brasil
  2. Argentina
  3. Venezuela
  4. México
  5. Chile
- Cerca del **80%** de los Tweets relacionados con la vacuna son **retweets o citas**
- **Facebook** Eco Social fue más de **500 veces mayor que** el eco social de Twitter en los 20,000 Tweets más populares de 2019 (ordenados por alcance)

### Encuesta de Profesionales de la Salud en América Latina

- Más de **70%** de los participantes son **proveedores directos de atención médica** con más de **20 años de experiencia**
- Participantes identificaron **tres principales fuentes de información sobre vacunas** entre pacientes como:
  1. Proveedores de atención médica
  2. Materiales del consultorio de su médico
  3. Servicios de salud pública
- Las **ideas falsas antivacuna** se consideran **poco comunes entre los pacientes**, pero las dos más comunes son:
  1. "Es mejor que los niños no reciban muchas vacunas a la vez".
  2. "Me preocupan los graves efectos secundarios de las vacunas".
- Según participantes, **74% de pacientes siguen todas las recomendaciones de vacunas**:
  - ⇒ 74% de los pacientes siguen todas las recomendaciones de vacunas
  - ⇒ 15% rechazan algunas vacunas y aceptan otras
  - ⇒ 8% fuertemente resisten las vacunas
  - ⇒ 3% rechazan completamente las vacunas
- Sugerencias más comunes para aumentar el uso de vacunas entre los pacientes:
  1. Educar a los pacientes sobre los beneficios de las vacunas y los peligros de no vacunar
  2. Mejorar el acceso a las vacunas

# Introducción

## Antecedentes

La vacunación es considerada como uno de los mayores logros de la salud pública. Aunque ninguna vacuna es 100% eficaz, los programas de vacunación han contribuido a una disminución de la mortalidad y la morbilidad, e incluso han eliminado, varias enfermedades infecciosas. Sin embargo, los expertos consideran que los programas de vacunación son vulnerables a las crecientes preocupaciones de la población con respecto a la seguridad y eficacia de las vacunas. Los expertos estiman que menos del 5-10% de las personas tienen fuertes condenas antivacuna, con una mayor proporción clasificadas como indecisos. Las preocupaciones van desde la incertidumbre sobre algunas inmunizaciones hasta el rechazo de todas. Es crucial desarrollar estrategias que aumenten la aceptación y la demanda de vacunación, que deberían incluir la participación de la comunidad en curso y la creación de confianza, estrategias de comunicación, prevención activa de vacilaciones, evaluaciones nacionales periódicas de las preocupaciones y preparación para las crisis, y la planificación de la respuesta.

## *Objetivos*

- Crear conciencia del Consorcio Mundial de Salud y sus asociados, así como los problemas de salud pública específicos entre el público y los educadores y profesionales en salud global
- Construir una presencia a través de las plataformas de redes sociales para aumentar el tráfico web y desarrollar un discurso positivo relacionado con la salud pública mundial
- Posicionar al Consorcio Mundial de Salud como un líder de pensamiento en salud pública, subrayando sus pilares y problemas de salud específicos (AMR, Inmunizaciones, etc.)
- Establecer eventos y actividades en línea para aumentar la participación de la audiencia y el conocimiento de las campañas de GHC (y socios)

## Asociación CARTA GHC

### *Redes sociales: desarrollo de una plataforma de comunicación*

En colaboración con la Escuela de Comunicación de FIU, desarrollaremos una plataforma de comunicación para abordar la vacilación de las vacunas y comunicarnos sobre el valor de la vacunación. También desarrollaremos una plataforma de redes sociales en conjunto con el Consorcio Mundial de Salud y expertos de la Región para comunicarnos sobre el valor real de los programas de vacunación.

### *Programa de Capacitación en Periodismo*

En colaboración con la Escuela de Periodismo, desarrollaremos un curso de formación en periodismo de dos años y medio. Este curso anual ofrecerá a los periodistas practicantes la oportunidad de ser capacitados / acreditadores por parte de la FIU y expertos globales. Esperamos que el programa se convierta en un excelente recurso para los miembros, así como un lugar para publicar artículos/podcasts/videos relevantes producidos por los miembros de la organización.

## Análisis de situación: Monitoreo de redes sociales

Utilizando la herramienta de monitoreo de redes sociales Meltwater, se analizaron millones de Twitter de 2019, noticias y entradas de blog que contienen términos relacionados con las vacunas para el alcance, la participación y el número de influencers, así como otros conocimientos, incluidos los principales países, hashtags y palabras clave. El análisis de las publicaciones de Facebook e Instagram fue limitado como resultado de las políticas de privacidad.

### Métodos

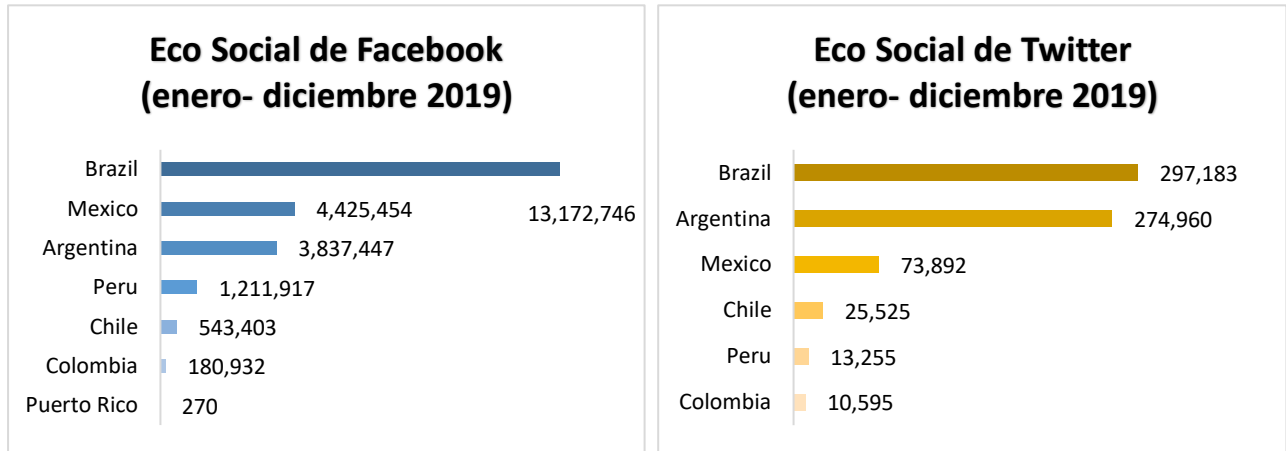
Utilizando la función "Explorar" de Meltwater, que permite a los usuarios buscar en varios tipos de medios a la vez, se utilizaron términos relacionados con las vacunas en inglés, español y portugués (Tabla 1) para capturar Twitter, noticias y entradas de blog sobre vacunas en países latinos. Los mensajes se filtraron por país para incluir únicamente resultados de Argentina, Brasil, México, Venezuela, Chile, Perú, Colombia, Ecuador, Paraguay, Uruguay, Guatemala, Panamá, El Salvador, Puerto Rico, Bolivia, Cuba, República Dominicana, Costa Rica, Honduras y Nicaragua.

<b>Tabla 1- Meltwater Términos de Búsqueda</b>	
<b>Al menos uno de estos</b>	<b>Ninguno de estos</b>
vaccine*, vacun*, vacin*, inmunid*, immunit*, HPV, VPH, influenza, measle*, sarampion	veterinari*, cachorr*, adopt*

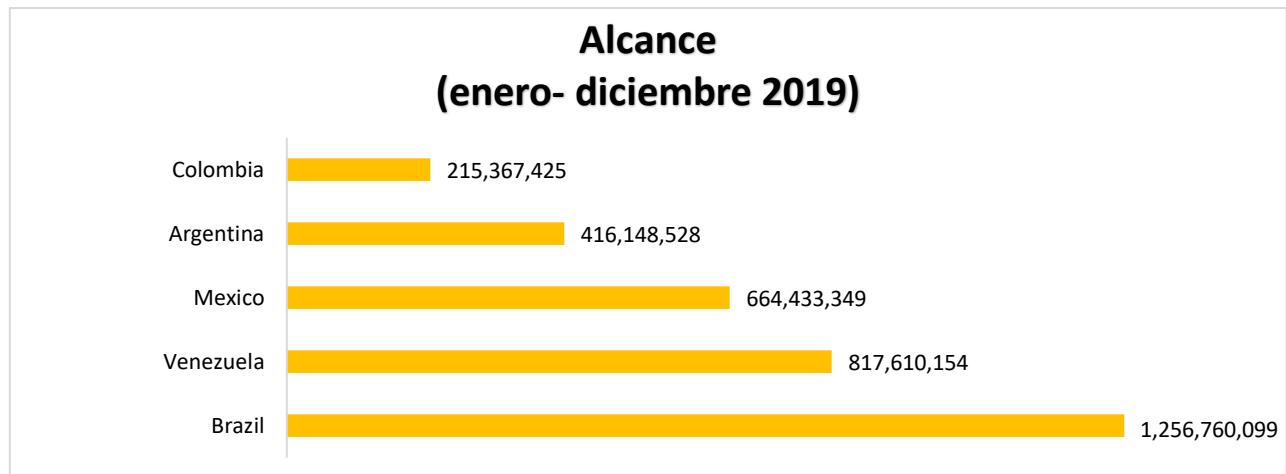
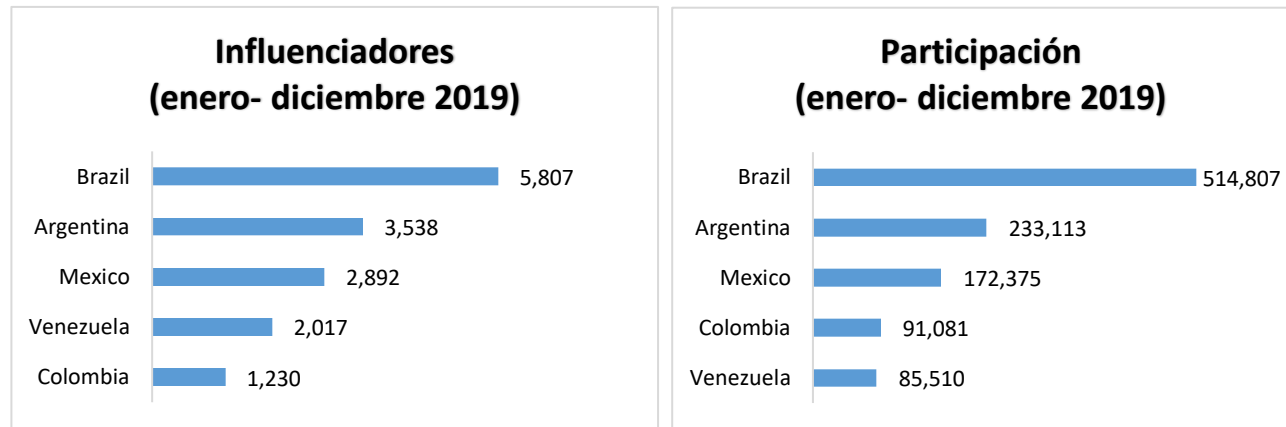
Además del análisis disponible a través de las estadísticas de Meltwater (por ejemplo, los principales países, menciones totales, los principales hashtags, etc.), los 20,000 mensajes mas populares de 2019 en orden de 1) alcance y 2) participación se descargaron para sobresalir (es decir, dos descargas separadas con las 20,000 publicaciones) para un análisis más detallado que incluye alcance, participación y eco social. Eco social se refiere a al número de acciones sociales en tiempo real para cualquier documento editorial, el alcance se refiere a una estimación de la audiencia potencial de una publicación, y la participación se refiere a medidas de participación en publicaciones como "likes", comentarios y otras acciones participativas.

## Resultados

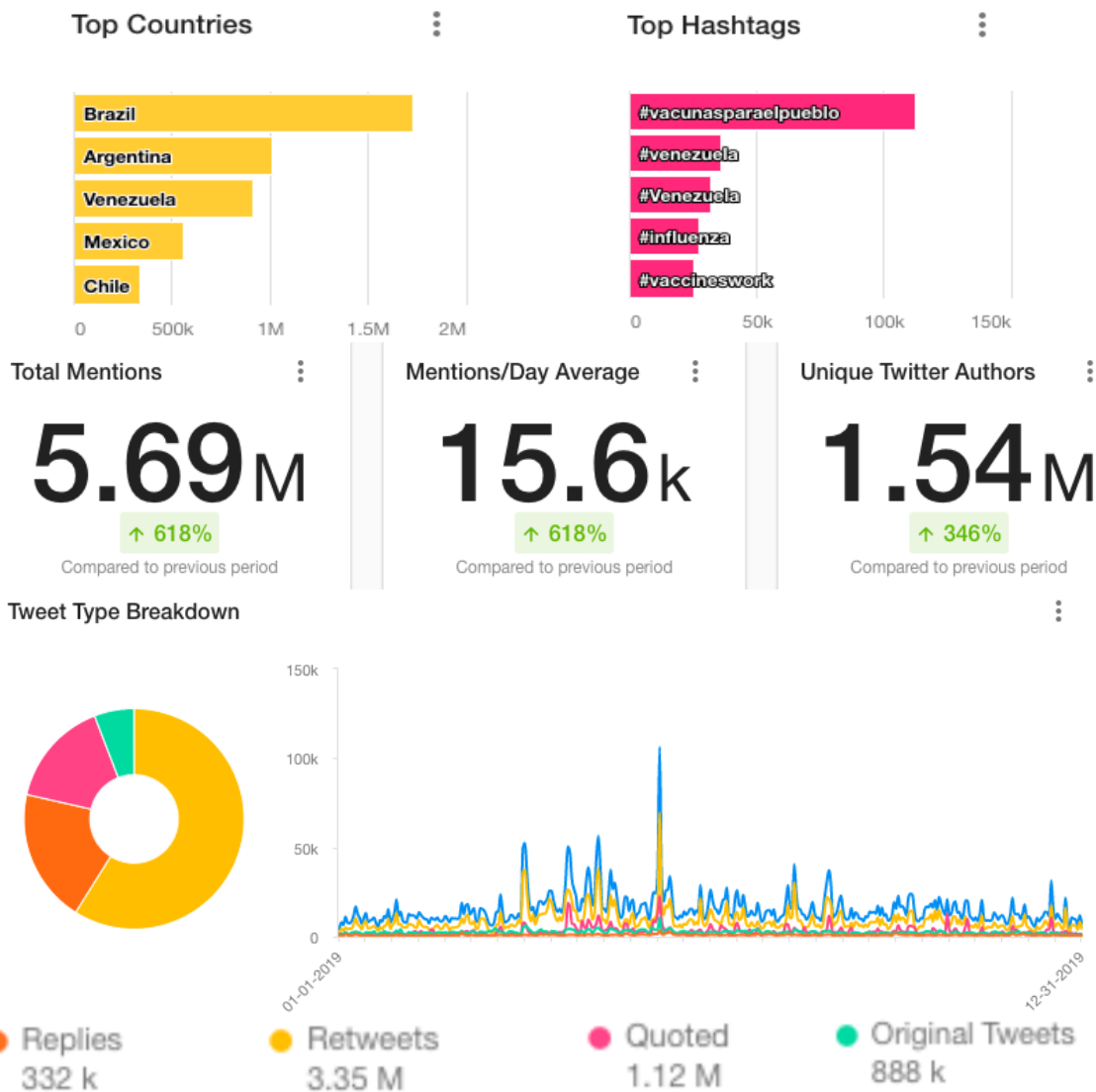
Los 20,000 Tweets más populares de 2019 en orden de alcance



Los 20,000 Tweets más populares de 2019 en orden de participación



## Análisis de Meltwater



## Análisis de situación: Encuesta de proveedores de atención médica

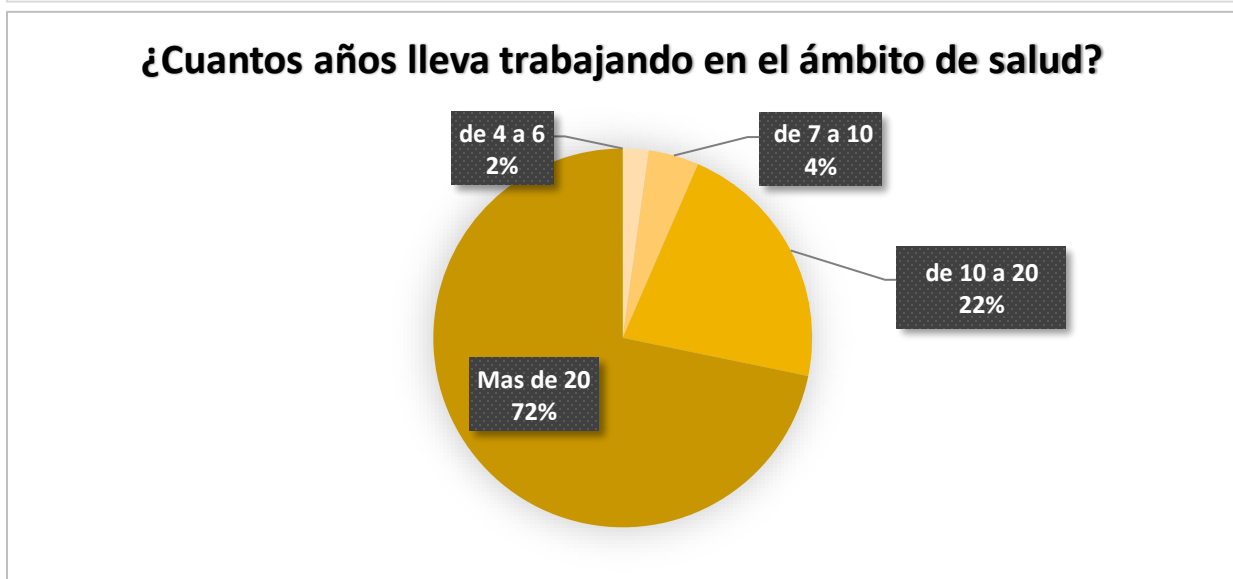
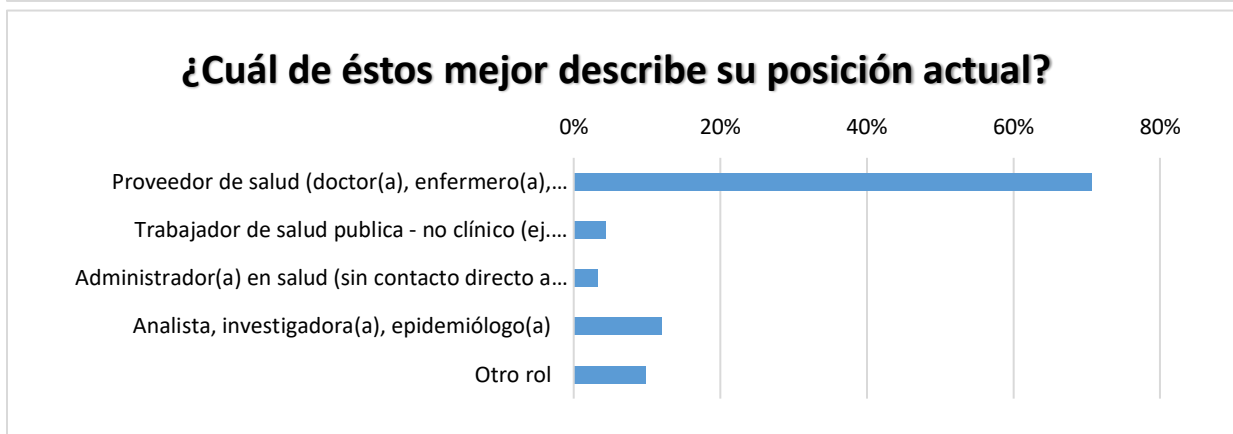
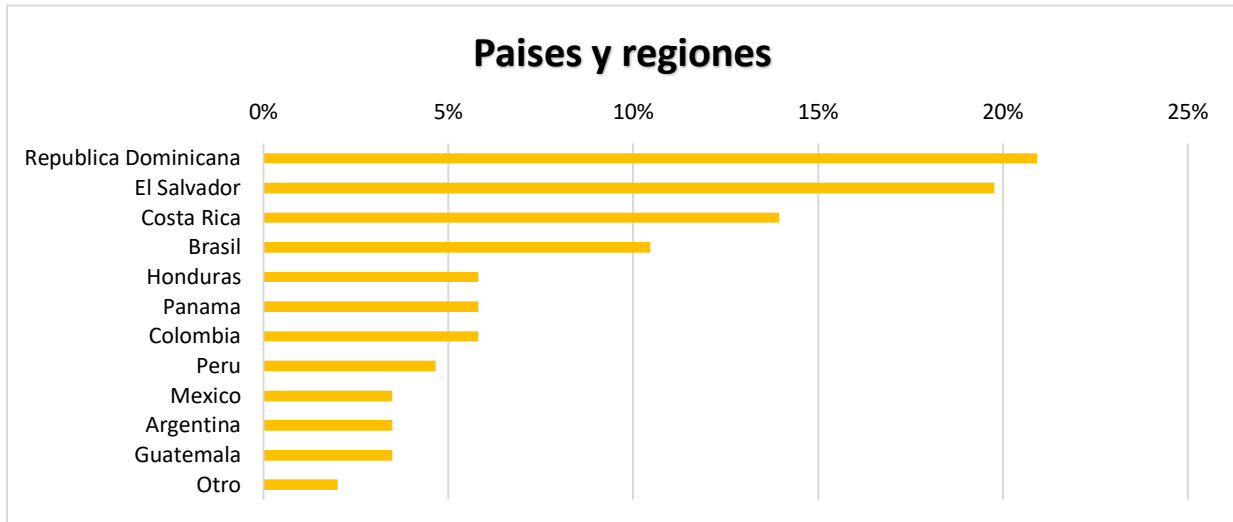
Se distribuyó una encuesta en línea a los trabajadores de la salud a través de una red establecida de participantes en las conferencias de GHC. El propósito de la encuesta fue obtener información sobre las perspectivas de los proveedores de salud sobre las creencias existentes y las posibles razones de la vacilación de las vacunas en América Latina.

### Métodos

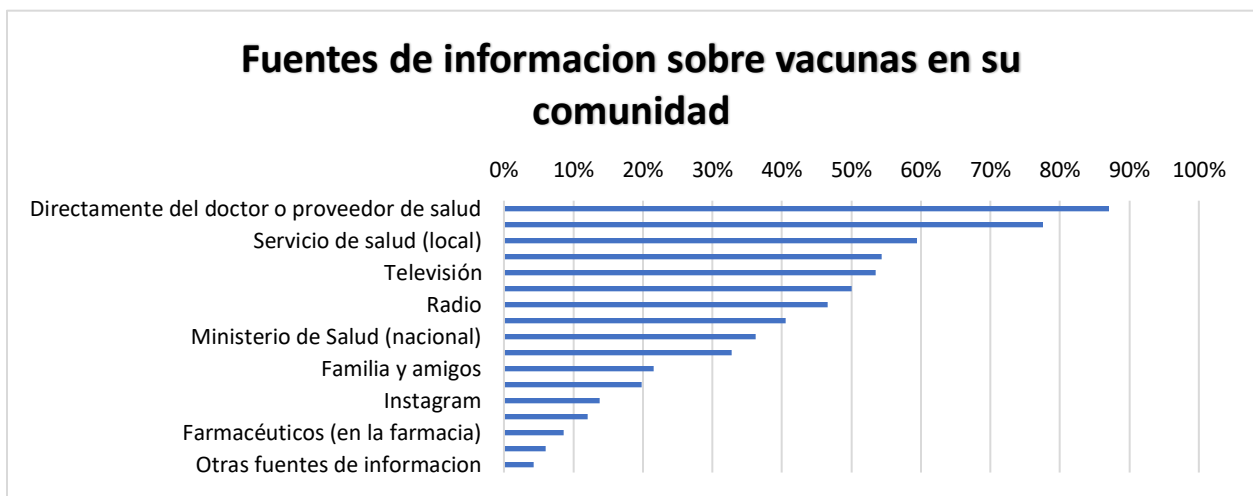
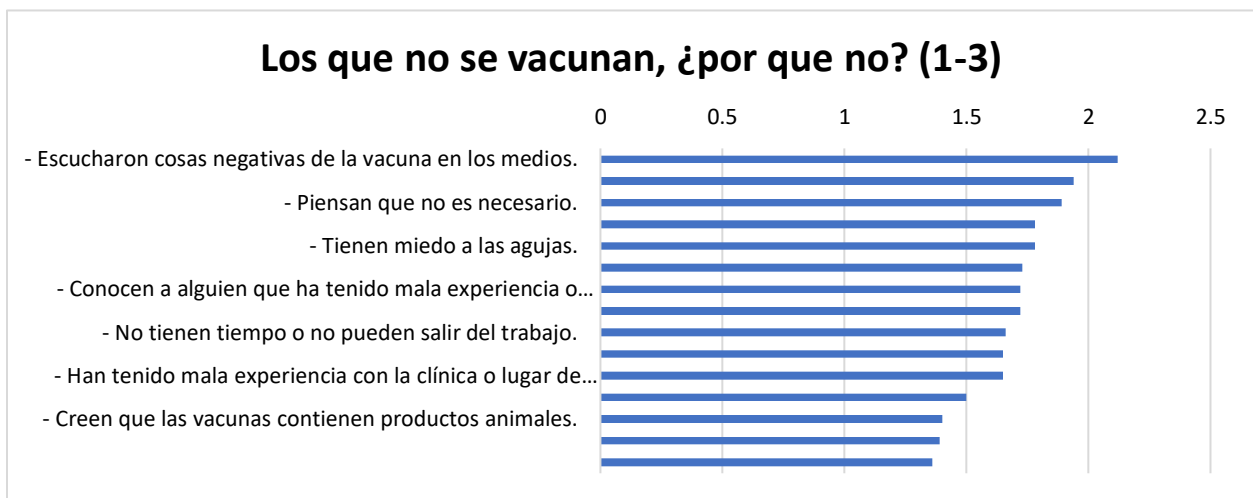
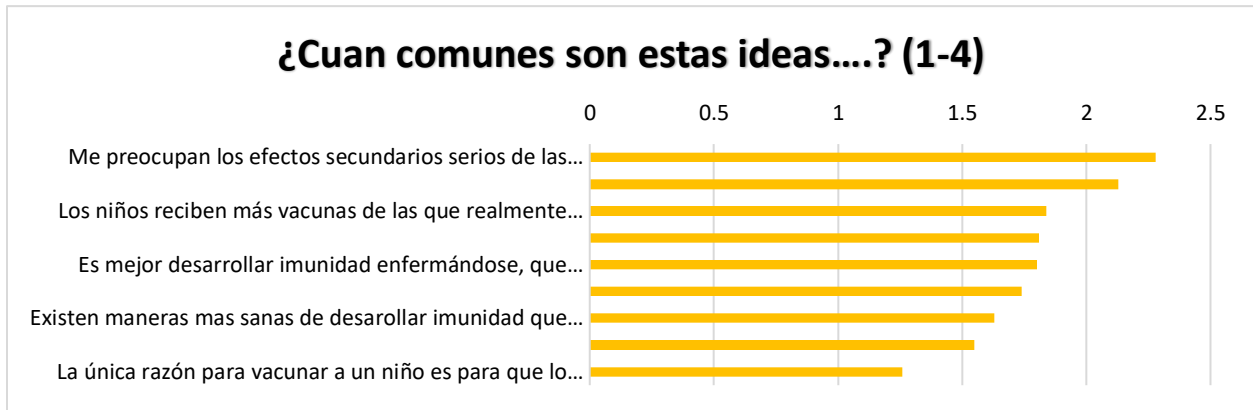
Se distribuyó una encuesta de Qualtrics por correo electrónico a 50 trabajadores de la salud a través de una red establecida de participantes en conferencias de GHC, a quienes se les animó a compartir la encuesta con otros trabajadores de la salud en América Latina. Se recogieron un total de 149 respuestas utilizables entre el 7 de noviembre y 16 de diciembre de 2019. Los resultados de la encuesta se analizaron usando SPSS.

## Resultados

### Descripción de los participantes

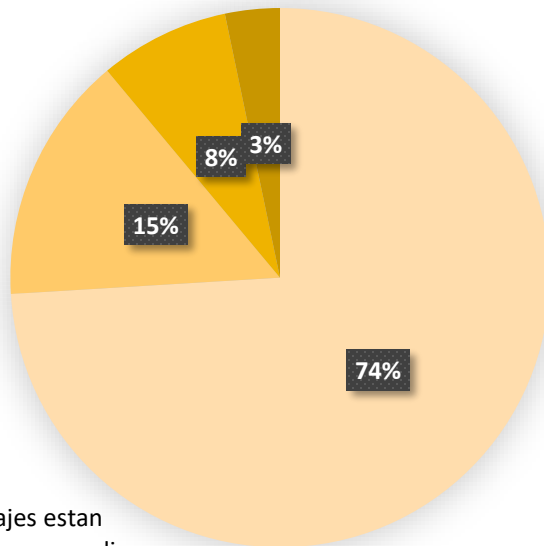


Percepción del sentimiento antivacuna entre pacientes





## ¿ Que porcentaje\* de su comunidad...?



\*Porcentajes estan basados en promedios

- - Siguen todas las recomendaciones de vacunas
- - Vacilan acerca de usar vacunas (ej. rechazan algunas y otras no, retrasan las vacunas, tratan de no usar muchas vacunas)
- - Resisten ponerse vacunas (están dispuestos recibir información, pero tienen muchas dudas y sospechas)
- - Rechazan totalmente las vacunas

### Soluciones sugeridas

En una pregunta abierta, se les pidió a los participantes de la encuesta que propusieran soluciones para aumentar la vacunación en sus comunidades



*"Que las aseguradoras locales cubran la vacunación en los niños desde el bebe hasta el adulto mayor. El segmento que en mi comunidad parcialmente vacunado es porque no confían en las vacunas del ministerio, pero **no tienen el presupuesto para tener al día el calendario de vacunación de sus hijos.**"*

## Conclusiones y Recomendaciones Para la Campaña

### Conclusiones

- El sentimiento antivacuna no es tan fuerte en América Latina como en los Estados Unidos, pero existe y merece la intervención
- Según profesionales de salud, el obstáculo mas grande a la vacunación en América Latina continúa siendo el acceso
- Reacciones adversas son un elemento disuasorio, incluso cuando las reacciones no están relacionadas con el uso de la vacuna
- Se necesita información sobre el uso diferencial de las diferentes plataformas de redes sociales, en particular Facebook

### Recomendaciones

- Los mensajes pro-vacunas podrían centrarse en la urgencia de vacunación en la auto-abogacía para conseguirlas
- Temas de campaña:
  1. Resaltar los riesgos de la no vacunación
  2. Sugerencias sobre la comunicación con las personas antivacuna
  3. Proporcionar fuentes creíbles para la información de las vacunas
- Con la frecuencia de contenido relacionado a vacunas en las redes sociales, los influenciadores de las redes sociales pro- vacunas se pueden utilizar como un instrumento para compartir información y atraer audiencias



# Global Health Consortium

Instagram + Twitter: @GHCFIU

Facebook: @FIUGHC

## Steven Cruz Institute for Science, Media + Technology

Maria Elena Villar, Phd  
Jessica Rodriguez