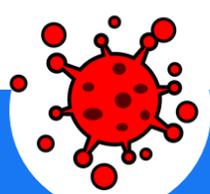


# VACUNA CONTRA COVID-19 EN FACEBOOK: UN ESTUDIO SOBRE LAS EMOCIONES EXPRESADAS POR EL PÚBLICO BRASILEÑO

Dr. Geilson Fernandes-de-Oliveira, Dra. Luisa Massarani, Dra. Thaiane Oliveira, Dra. Grazielle Scalfi y Dr. Marcelo Alves-dos-Santos-Junior

<https://doi.org/10.3916/C76-2023-10>

## INTRODUCCIÓN



### Covid,

los debates públicos sobre los temas de las vacunas y los procesos de vacunación se convirtieron en temas importantes en diversos medios y plataformas de redes sociales.



### Emociones,

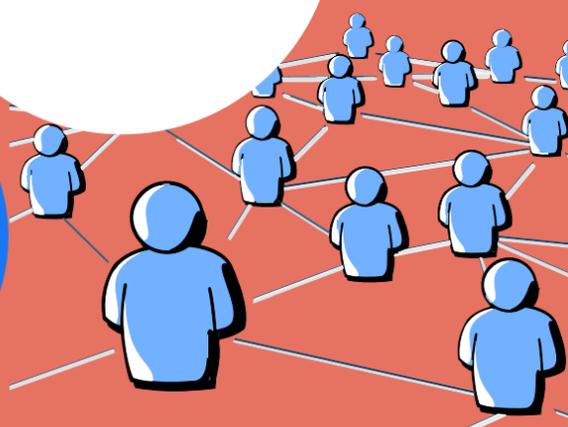
no deben ser consideradas reacciones irracionales, sino categorías que pueden arrojar luz sobre determinados acontecimientos.

## OBJETIVO Y MÉTODO

Interfaz gráfica de Crowdtangle

Identificar y reflexionar sobre las emociones evocadas en el público brasileño con respecto a la vacuna COVID-19 durante 2020 y 2021 en Facebook.

Facebook: muestra aleatoria de 1.067 publicaciones

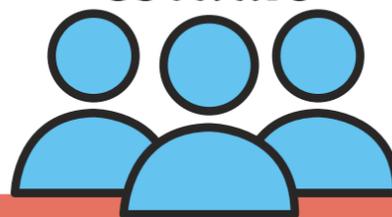


523 (49%) fueron clasificadas como «sin emociones expresadas»

22 (2%) como «emoción expresada pero no identificada»

523 (49%) como «emoción expresada e identificada»

## Clasificación de estudio



## CONCLUSIONES

Reveló que la confianza es la emoción prevalente. Si bien la preocupación es la segunda emoción observada con mayor frecuencia por una pequeña diferencia de porcentaje, seguida, en tercer lugar, por la desaprobación, la confianza estaba dirigida específicamente hacia la vacuna



Los resultados indican que la vacuna evocaba un amplio espectro de emociones con diferentes valencias y niveles de excitación, demostrando cuán sensible y recurrente era el tema en el debate público. Entre las emociones identificadas, aquellas de valencia positiva, como confianza, interés y esperanza.

# Comunicar

[www.revistacomunicar.com](http://www.revistacomunicar.com)