

Enter
COMUNICACIÓN

INFORME DE CONVERSACIÓN



2° Paro General

9M



Índice

Contexto3

- ~ Volumen de la conversación
- ~ Sentiment sobre el paro nacional
- ~ Hashtags más utilizados
- ~ Protagonistas de la conversación en redes

Batalla de Encuadres8

- ~ No pienses en un sindicalista
- ~ Anti Ley de bases

Ficha Técnica19

Con- texto

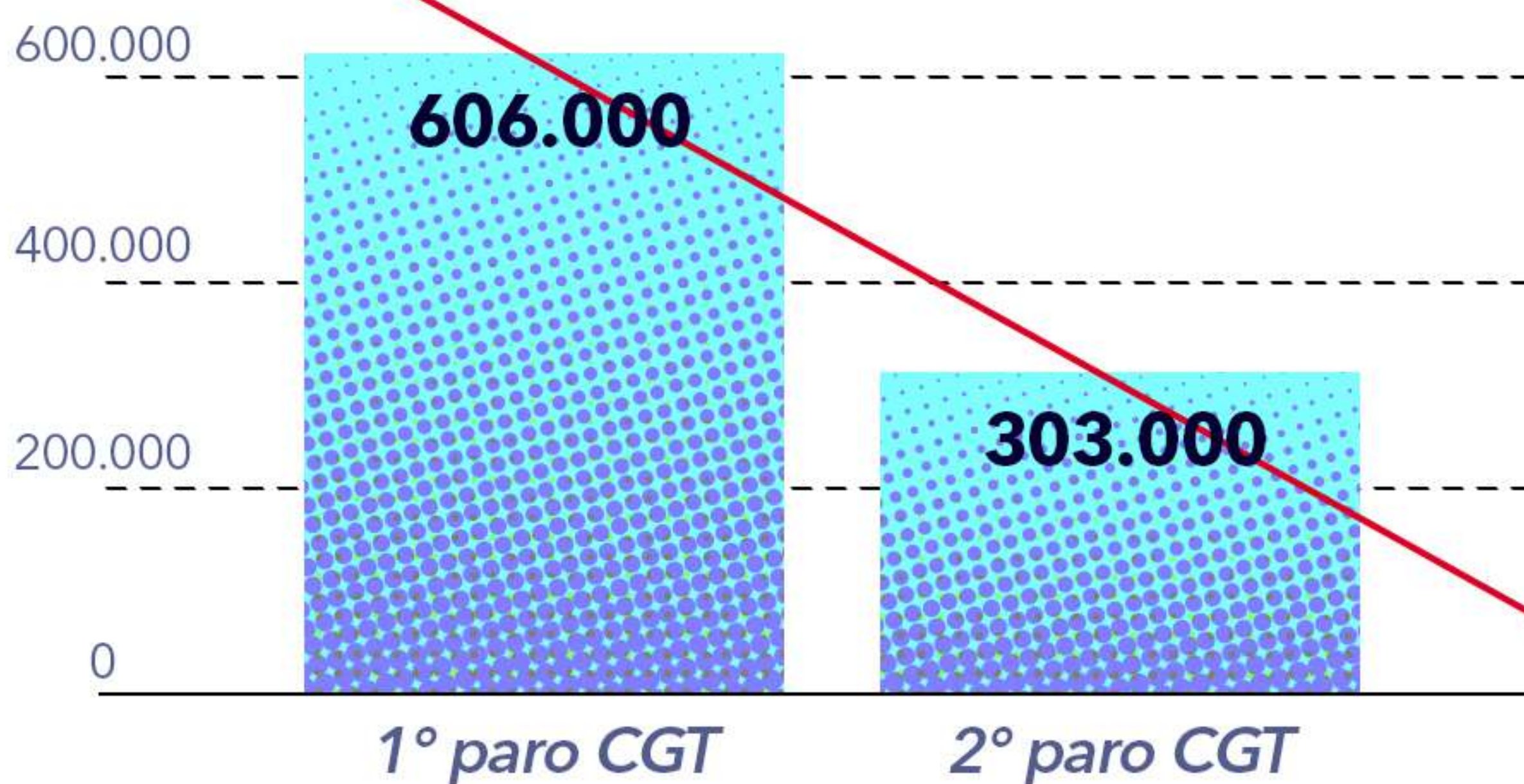
El jueves 9 de mayo se llevó adelante el **segundo paro general contra el gobierno de Javier Milei**. Pasaron 106 días entre el primero y el segundo. Se estima que el costo económico de la medida encabezada por la CGT y las dos CTA ronda los **500 millones de dólares**.

En medio de tarifazos, recortes en el Estado y Ley de Bases en el horno, te contamos:

¿Cómo fue la *conversación digital* del 9M en redes sociales?

Lo que tenés que saber en 3 datos

+300K menciones
+80K usuarios únicos



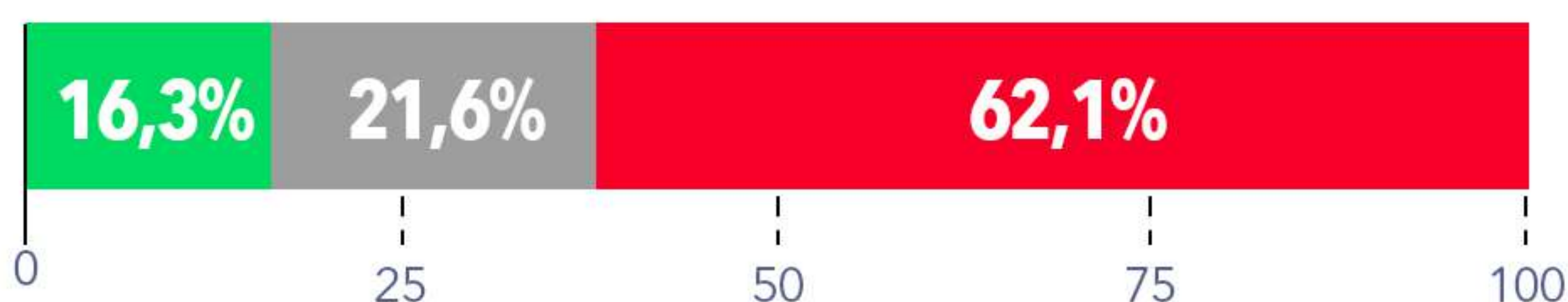
Con impacto, pero reducido. El primer paro de la CGT duplicó la cantidad de contenidos en relación al segundo.

La mayoría de los usuarios calificaron **negativamente** la medida de fuerza.



Sentiment sobre el paro nacional

● POSITIVO ● NEUTRAL ● NEGATIVO



16,3%
A FAVOR

21,6%
NEUTRAL

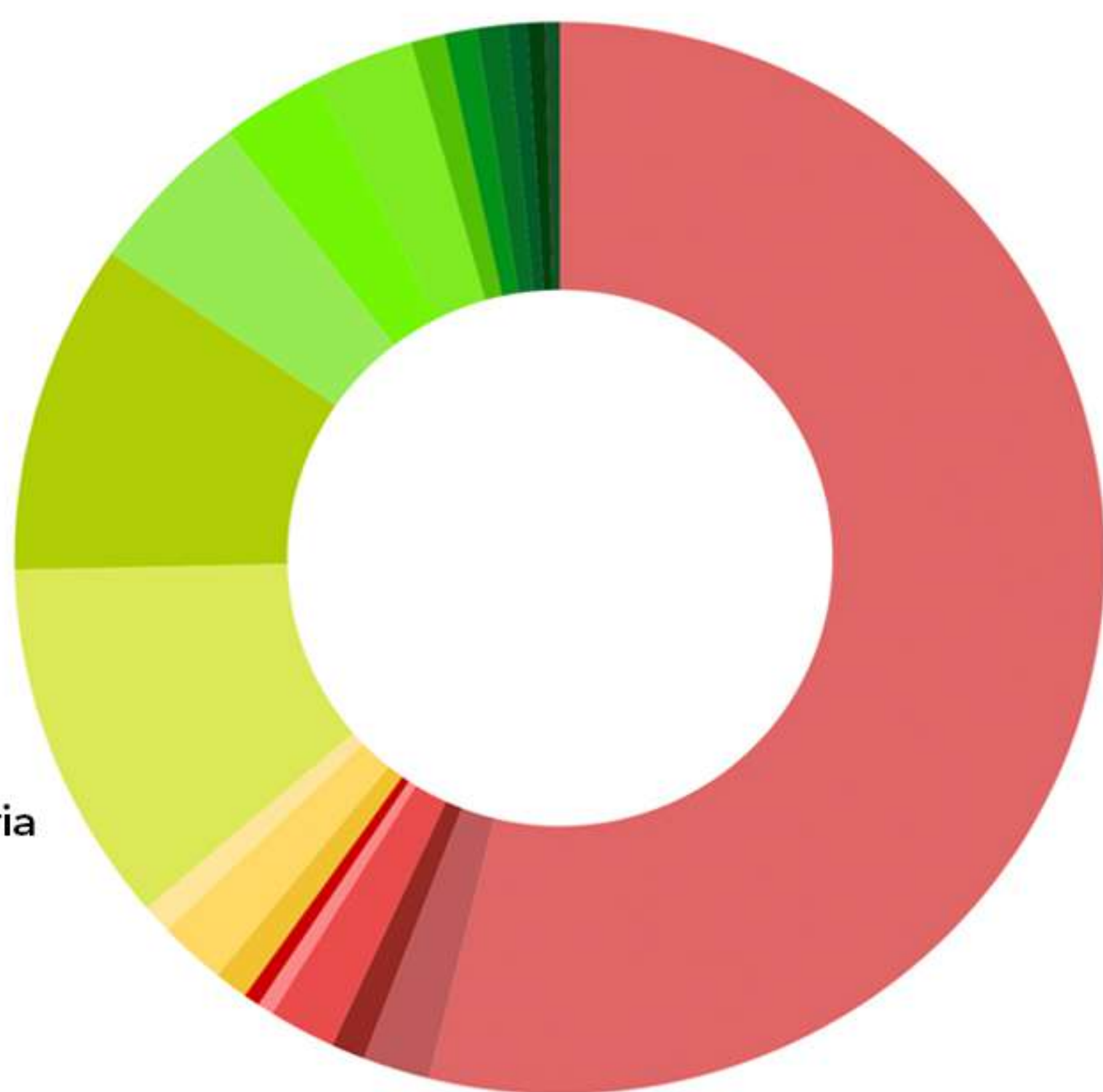
62,1%
EN CONTRA

Prima la **negatividad**, aunque en términos comparativos nos encontramos ante cifras similares a las del primer paro llevado adelante en enero. Estamos frente a un **evento digital positivo para el oficialismo** ya que concentró un consenso mayoritario contra la medida de fuerza y, de cierta manera, presiona al sindicalismo para revisar las formas y métodos de movilización. La oposición, mientras tanto, **no logró capitalizar la adhesión a la huelga con una narrativa sólida en redes sociales.**

El porcentaje **neutral** se compone principalmente de *medios, portales y periodistas.*

Las consignas **#YoNoParo**, **#YoTrabajo** y los demás **hashtags negativos**, impulsados desde los cañones oficialistas, se impusieron en un **59,79%** por sobre los utilizados por la oposición.

- #YoNoParo
- #NoAlParo
- #SindicalistasLadrones
- #Moyano
- #SindicalistasMillonarios
- #YoTrabajo
- #Paro
- #CGT
- #9DeMayo
- #ParoGeneral
- #ParoNacional
- #YoParo
- #FueraMilei
- #NoALaLeyDeBases
- #ElPeorPresidenteDeLaHistoria
- #NoAlDNU
- #LaPatriaNoSeVende
- #NoALasPrivatizaciones
- #LaRecesiónAvanza



Además de **#YoParo**, **#FueraMilei** y aquellos que apuntan contra la ley bases, los usuarios adherentes se expresaron en la mayoría de los casos con los tags **#ParoGeneral** y **#ParoNacional**.

Conversación Hashtags

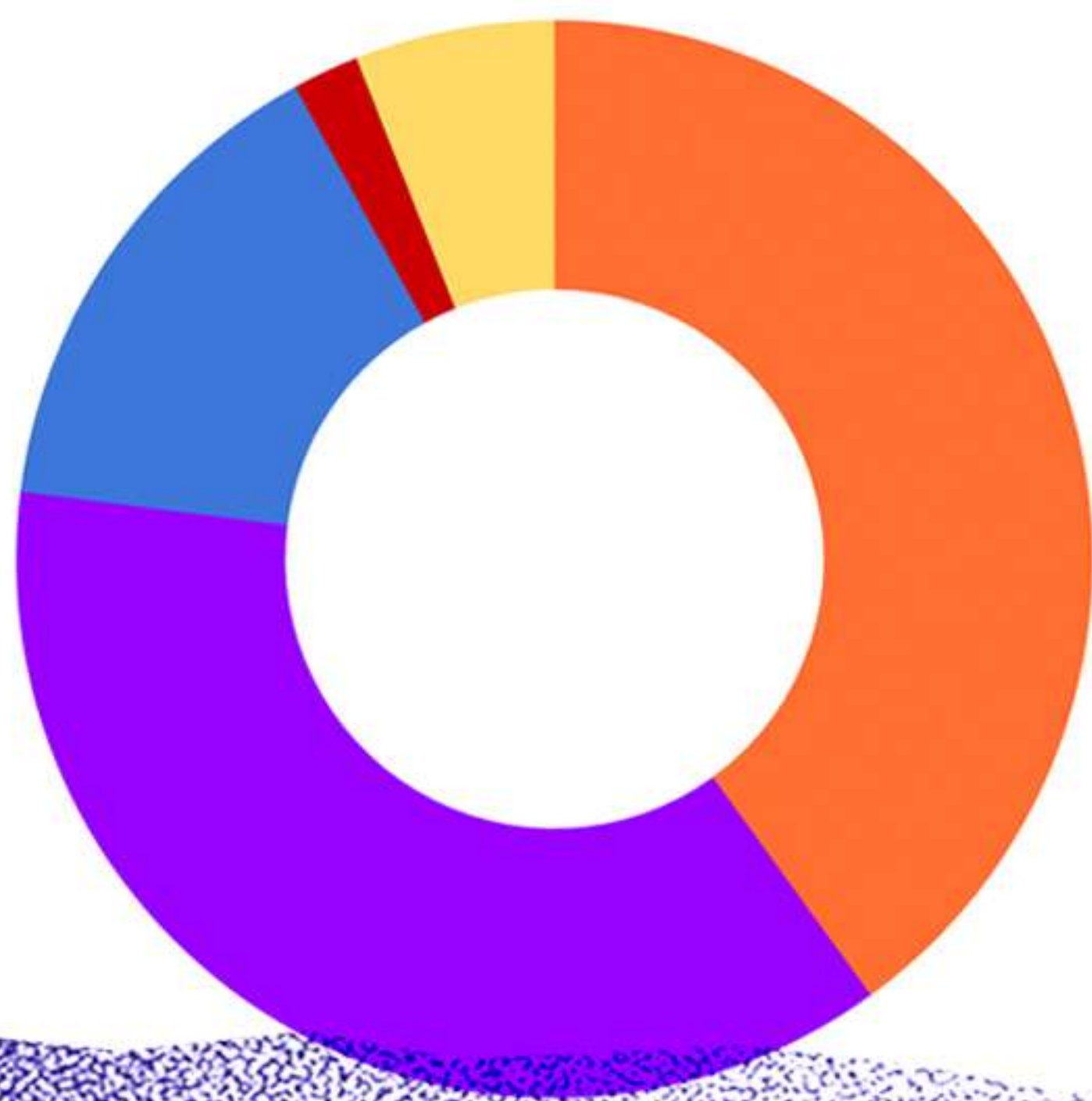
Promotores de la conversación

La conversación digital fue liderada por decenas de periodistas y líderes de opinión del universo político nacional. En una suerte de telaraña de menciones, los influencers traccionaron volumen de comentarios al respecto robusteciendo el debate ideológico.



En términos de cantidad de publicaciones y polaridad, los contenidos de carácter informativo fueron los principales promotores de conversación orgánica.

- Audiencia Orgánica | 6%
- Referentes FIT | 2%
- Influencers UxP | 15%
- Influencers LLA + PRO | 37%
- Medios | 40%





Batalla de encuadres



¿Qué se debatió del paro en las redes sociales?

En la coyuntura de aceleración de la polarización política, el modelo de comunicación exacerbado con el que se maneja el oficialismo continúa resultando efectivo tanto en viralidad como en agenda setting.

En la vereda del frente, sin embargo, los gremios parecen no haberse adaptado a los nuevos tiempos que exigen una actualización de estrategias y formatos que tengan en cuenta el territorio digital para la disputa de sentido.

Este modelo análogo de “dar un mensaje” al gobierno olvida hablarle a la sociedad, lo que en casos como este se traduce en sentiment negativo.



A person is shown from the chest up, speaking into a microphone. The image is heavily stylized with a solid blue overlay. The person's face and the microphone are visible through the blue tint. The text is written in large, white, sans-serif font across the center of the image.

**No
pienses
en un
sindica-
lista.**

El sentimiento negativo llegó al 62,1%, en base a críticas fundamentalmente asociadas a **conceptos peyorativos de la dirigencia sindical**. Las adhesiones de los gremios de transporte público y del sector aeronáutico fueron lo más cuestionado de la jornada, con calificaciones duras como “extorsión”. Para numerosos usuarios no identificados explícitamente con ningún partido, la falta de colectivos, trenes, subtes y vuelos les produjeron incomodidad.



Una serie de conceptos que **validan creencias sociales fuertemente arraigadas en aquellos votantes de LLA y el PRO**. Por fuera de este segmento, *¿serán capaces de perforar la frontera?*



Anti- Ley de Bases

Enter
COMUNICACIÓN

Anti-Ley de Bases

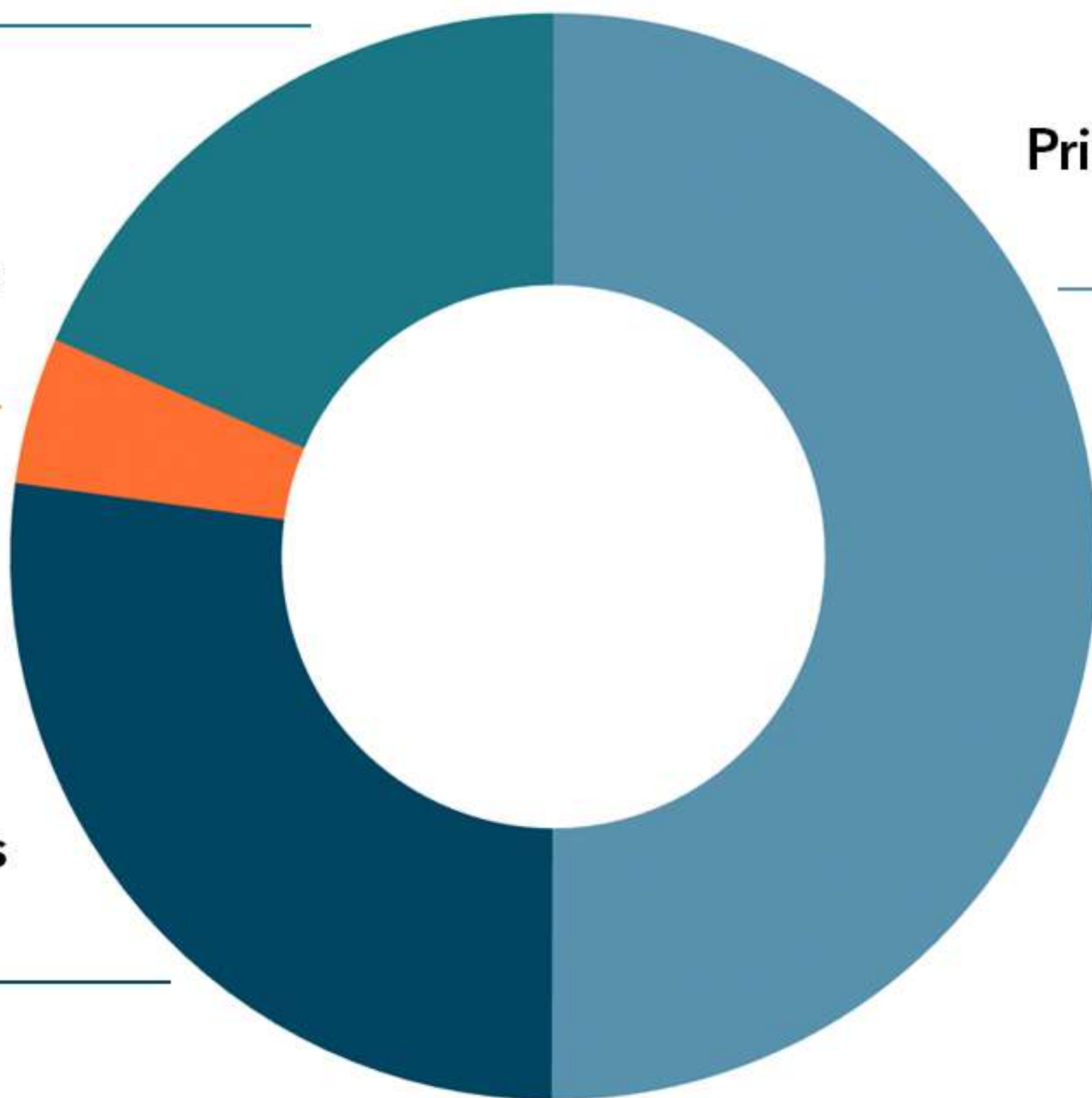
El **paraguas conceptual dentro de la oposición** rondó en torno a los temas que generan más polémica sobre el actual **proyecto de Ley de Bases** que está en el Senado para su tratamiento.

Audiencia Orgánica
18,5%

Pensiones
4,4%

Ganancias
27,1%

Privatizaciones
50,1%



Anti-Ley de Bases

Así, el 16,3% de los usuarios que se pronunciaron **a favor del paro nacional**, justificaron sus posicionamientos **rechazando en un 50,1% de los casos las privatizaciones de Aerolíneas Argentinas**, el Banco Nación y las centrales nucleares, entre otras.

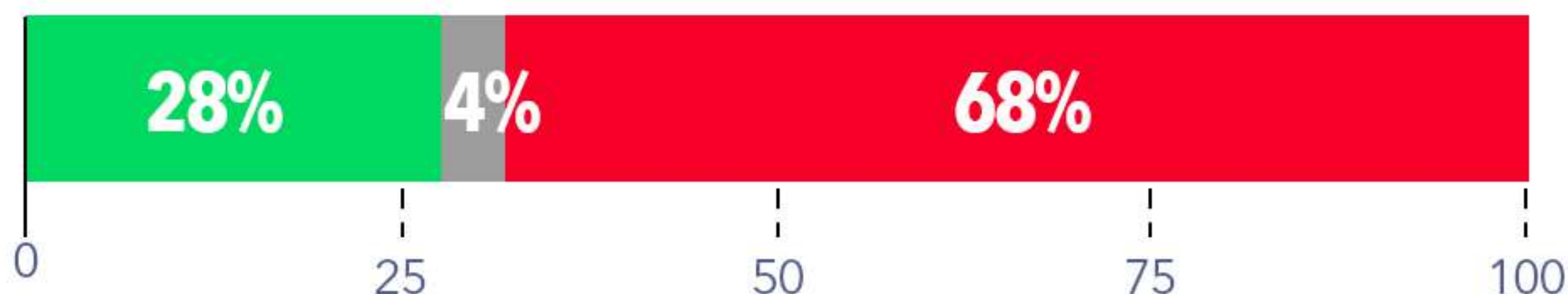
Las palabras clave más repetidas en los discursos digitales fueron:



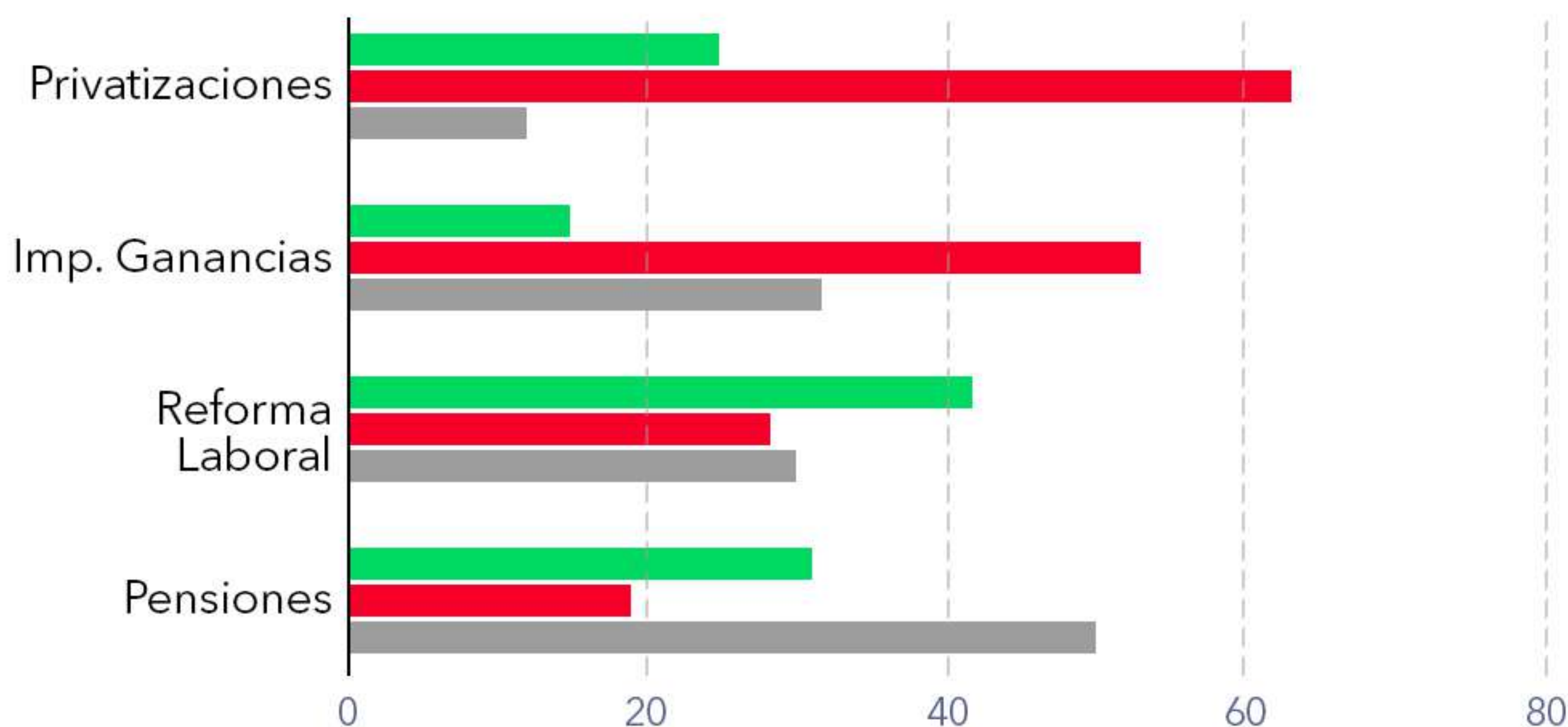
Sentiment

Ley de Bases

● POSITIVO ● NEUTRAL ● NEGATIVO



Mientras el oficialismo se concentró en deslegitimar el Paro y señalar a sus responsables, **la oposición apuntó principalmente al proyecto de ley "Bases", lo que se vio reflejado en un 68% de negatividad en las menciones** al respecto. Por su parte, las menciones positivas son más bien reaccionarias frente a las críticas de la oposición.



Entrando más en detalle, **Privatizaciones y Ganancias fueron los ejes más repudiados**, mientras que **Reforma Laboral tuvo mayor respaldo** entre usuarios tanto oficialistas como opositores.



Posts desta- cados

Enter
COMUNICACIÓN

Posteos destacados



ElBuni
@therealbuni

"El país se saca adelante laburando, yo si no trabajo no como
Alguna vez viste un sindicalista pobre? Porque yo no
Esto es político y no se puede hacer magia en 4 meses"
Le está saliendo re bien el paro a la CGT



1M
views

fue el contenido
contra el paro con
más movimiento
de la jornada.

203K
views

fue el contenido **a
favor del paro** con
mayor volumen de
visualizaciones.

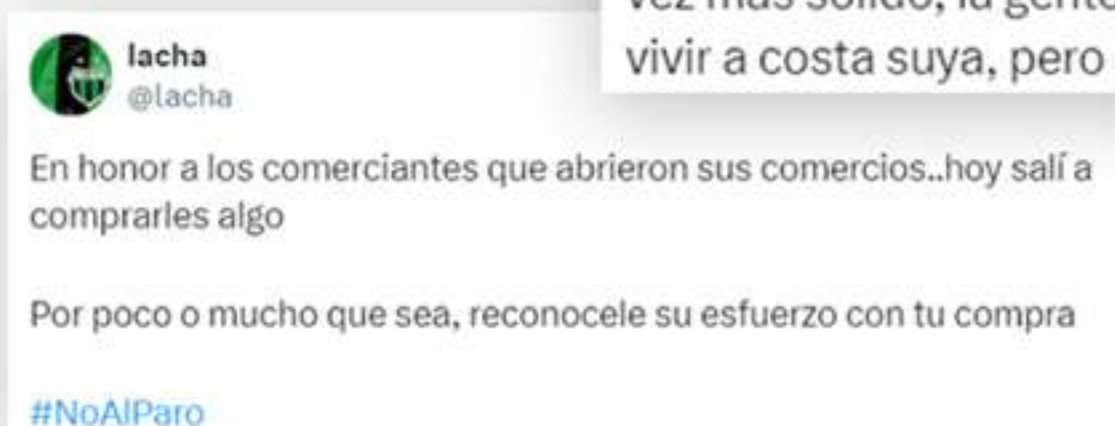
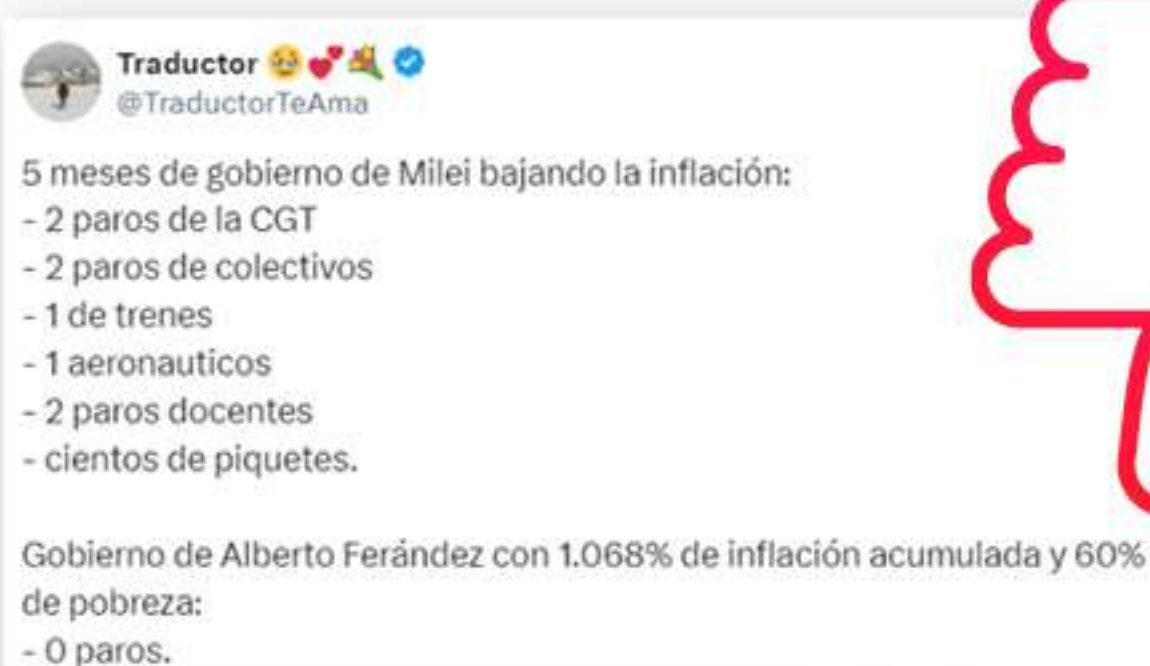


surfeando la realida
@pablokerp

#ParoNacional #FueraMilei



Posteos destacados



Con mayor número de posteos virales, la conversación negativa sobre el Paro ***fue protagonizada por el robusto ecosistema de influencers libertarios***, que acostumbra validar el presidente desde su sección de likes en X.

La oposición, sin embargo, pese a una también importante participación de líderes de opinión kirchneristas, ***dependió más de la intervención de sus dirigentes*** para difundir su narrativa.



Ficha Técnica

Informe de Social listening y análisis de datos.

Período analizado: 09 de mayo.

Redes analizadas: X, Facebook, Instagram, Youtube, Linkedin, Reddit, Tumblr, Blogs y portales informativos.

Usuarios alcanzados: todo perfil público de redes sociales que publicó o interactuó con contenidos relacionados a las queries en análisis.

Sigamos en contacto.



contacto@entercomunicacion.com.ar

Enter
COMUNICACIÓN