

104

DATA TO DECIDE

Tercer Paro contra Milei

CONVERSACIÓN DIGITAL

Enter
COMUNICACIÓN





DATA TO DECIDE

En términos de volumen digital fue un **evento de baja trascendencia, ya que contó con apenas**

92.282

menciones

y una participación de

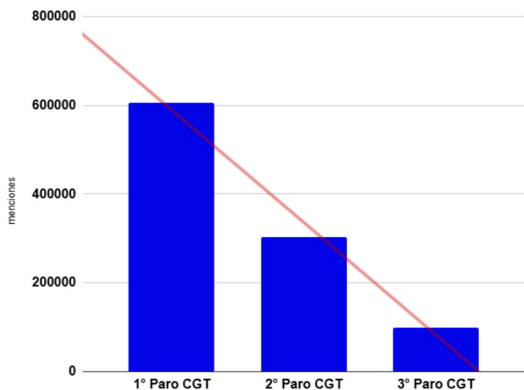
57.000

usuarios

¿Cómo fue la
conversación digital?

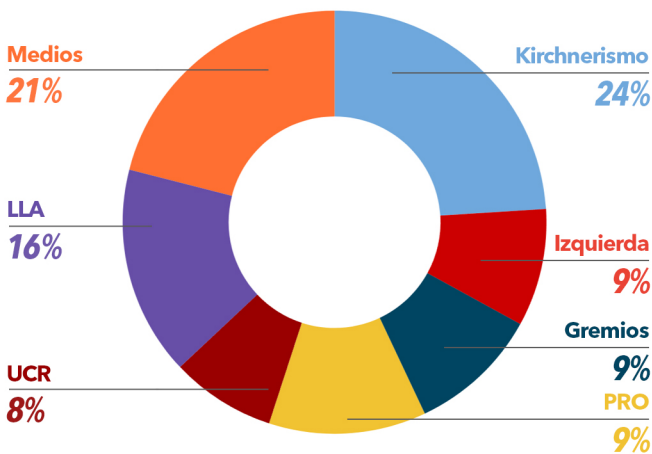
Enter
COMUNICACIÓN

Conversación digital comparada



Paros a Milei
organizados por la CGT

Participación de usuarios por sector



Tendencias

Hashtags más relevantes



El hashtag

#ParoGeneral

registró 34.900 menciones a lo largo de la jornada, manteniéndose durante 15 horas entre las principales tendencias de Argentina, alcanzando el puesto n.º1 en varias oportunidades.

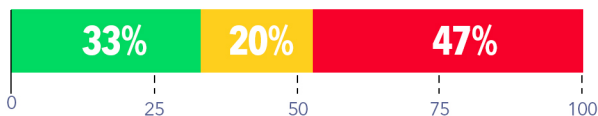
En contraste, el hashtag oficialista

#YoNoParo

no logró ingresar al listado de tendencias y acumuló apenas 9.100 menciones, evidenciando una menor tracción en la conversación digital y una limitada capacidad de contrapeso discursivo frente al paro.

Sentiment digital sobre el paro nacional

● POSITIVO ● NEUTRAL ● NEGATIVO



En cuanto a la percepción de la audiencia, podemos constatar que si bien **prima una perspectiva negativa sobre la medida de fuerza**, la **positividad del sector de usuarios que adhiere sostiene**, al igual que en el último paro general, un **sólido 30%**.

Ficha Técnica

Método: *Análisis de Social Listening vía códigos booleanos*

Objetivo: *Identificar menciones relevantes, contabilizar sus repeticiones y captar el sentimiento digital*

Cobertura: *Conversaciones en plataformas sociales y digitales: X, Facebook, Instagram, Youtube, TikTok, Threads y blogs*

Filtros aplicados: *Términos específicos, operadores lógicos y proximidades*

Período: *10 de abril de 2025*

Data
ToDecide

**Datos que
transforman
estrategias.**

Enter
COMUNICACIÓN