



CLIMA POLÍTICO, ECONÓMICO Y EMPRESARIAL

ARGENTINA: RESULTADOS AGOSTO 2026



STAFF

QMONITOR es un servicio mensual de QSocial elaborado por las áreas de Opinión Pública y Análisis de Redes Sociales.

Presidente

Rafael Prieto

Vicepresidente

Martín Buzzi

Directora

Liliana Virginia Siede

Opinión Pública

Lucas Klobovs (Coordinación)

Valeria Amaya

Florencia Slucki

Pedro Rafele

Lorenzo Estomba

Análisis de Redes Sociales

María Fernanda Ruíz (Coordinación)

Luna Mendez

Nicolás Lorusso

Cecilia Salas

Sandra Pallavicini

Iñaki Aguirre

Marketing Digital

Mika Andrade

Marketing Directo

Gabriel Sande

Comercial

Martha Hernández

Producción de Contenidos Gráficos y Audiovisuales

Javiel Fernández Pérez (Coordinación)

Iñaki Erro

Eithel Cordero

Iván Bonadeo

María Cecilia Acuña

Manuel Besedovsky

Ezequiel Molina

Diego Armanet

Tom Grimson

Luciana Moyano

Desarrollo Tecnológico

Lucas Olivera (Coordinación)

Nicolás Paglia

Francisco González

Ignacio Morard

Santiago Vázquez

Abril González

Administración

Silvia Villarreal (Coordinación)

Belén Benítez

Candelaria Díaz Cornejo

Maestranza

Elisa Montañez Martínez

ÍNDICE

MONITOR POLÍTICO

Indicadores de clima social

- 10** Evaluación de la situación actual del país actual, prospectiva y retrospectiva
- 11** Evaluación prospectiva de la situación del país
- 12** Evaluación de la situación del país desde que asumió Milei
- 13** Principal problema del país

Evaluación del gobierno

- 16** Aprobación de la gestión de Javier Milei
- 17** Capacidad del gobierno para resolver los problemas país
- 18** ¿Para quién se gobierna?
- 19** Percepción sobre corrupción en el gobierno
- 20** Índice de Apoyo Ciudadano
- 22** Nivel de acuerdo con las políticas de Milei
- 23** Percepción ciudadana sobre la recompensa del esfuerzo económico
- 24** Aprobación del comportamiento de la oposición
- 25** Preparación de la oposición para gobernar
- 26** Principal dirigente de la oposición

Imágenes de dirigentes

- 29** Evaluación de dirigentes

Perspectivas hacia 2027

- 40** Continuidad de las políticas en el próximo gobierno
- 41** Preferencia de que Milei sea reelecto vs. que no lo sea
- 42** Percepción sobre si sería peor para el país que gane Milei vs. que gane el peronismo en 2027
- 43** Intención de voto por espacio partidario
- 45** Escenario electoral N°1
- 48** Escenario electoral N°2
- 50** Escenario de segunda vuelta N°1
- 51** Escenario de segunda vuelta N°2
- 52** Pisos y techos electorales
- 53** Pisos y techos de Axel Kicillof
- 54** Pisos y techos de Javier Milei
- 55** Pisos y techos de Patricia Bullrich
- 56** Pisos y techos de Myriam Bregman
- 57** Pisos y techos de Mauricio Macri
- 58** Pisos y techos de Sergio Massa
- 59** Pisos y techos de Daniel Hadad
- 60** Pisos y techos de Jorge Brito

ÍNDICE

MONITOR ECONÓMICO

Evaluación de la situación económica del país

- 64** Evaluación de la situación económica del país actual, retrospectiva y prospectiva

Evaluación de la situación económica personal

- 65** Evaluación de la situación económica personal actual, retrospectiva y prospectiva
- 70** Percepción sobre el nivel de endeudamiento personal/familiar
- 72** Experiencia personal del desempleo en el entorno familiar
- 73** Búsqueda de ingresos extras en los últimos 12 meses

Ingresos y ahorros de los argentinos

- 75** Percepción de los aumentos de precios en el último mes
- 76** Percepción del alcance de los ingresos actuales
- 77** Recorte de gastos para llegar a fin de mes
- 78** Capacidad de ahorro
- 79** Percepción de mejoras en el estado económico actual del país

Consumo de los argentinos

- 81** Compra de ropa o calzado y electrodomésticos en el último mes

ÍNDICE

Panorama político digital argentino

- 86** Temas políticos de agenda mediática
- 98** Principales autores digitales
- 100** Publicaciones y acciones x red social
- 101** Protagonismo de referentes políticos
- 103** Influenciadores políticos top autores
- 104** Principales infl. oficialistas y opositores
- 105** Influencers comparativo por red social
- 106** Acciones tot. acumuladas - Top autores
- 107** Temas nacionales ¿De qué hablaron?
- 109** Temas internacionales ¿De qué hablaron?
- 111** Vitalidad comunicativa
- 112** Trascendencia comunicativa
- 113** Tendencias y picos de interés de la agenda soc.
- 114** Conclusiones

Panorama económico digital argentino

- 117** Temas económicos de agenda mediática
- 125** Tema transversal: Endeudamiento
- 126** Conclusiones

INTRODUCCIÓN

QMonitor se define como un sistema de monitoreo estratégico que realiza un análisis profundo de la realidad social diseñado con un enfoque bimodal capturando la complejidad de la opinión pública. Ambas dimensiones son complementarias. Por un lado, la cuantificación de percepciones mediante encuestas probabilísticas y, por otro, el análisis cualitativo de las conversaciones en entornos virtuales a través de la etnografía digital. Su valor diferencial reside en el uso de la teoría fundamentada como eje metodológico, lo que permite que las categorías de análisis nazcan directamente de la realidad observada:

1. En la primera parte se encuentra el nivel más cuantitativo: A través de encuestas, que establecen tendencias representativas y magnitudes sobre comportamientos y opiniones.
2. Y en la segunda, el nivel etnográfico: permite que en la inmersión en espacios digitales, se decodifiquen e interpreten los sentidos, narrativas y tensiones subyacentes en las conversaciones espontáneas de los usuarios.

FICHA TÉCNICA



Instrumento de Recolección de datos:

Cuestionario estructurado autogestionado



Tipo de estudio:

Encuesta Online



Ámbito geográfico:

Argentina



Diseño muestral

Muestra aleatoria probabilística y estratificada por regiones, con ajuste por procedimientos de ponderación individual de sexo, edad y nivel educativo según datos sociodemográficos.



Universo:

Personas mayores de 18 años en condiciones de votar



Tamaño de la Muestra:

1.550 casos efectivos en la variable de ingreso, con un error de +/- 2,5%, para un nivel de significación del 95%, bajo el supuesto de máxima heterogeneidad $p=q=0.5$)



Período analizado:

Del 08 al 31 de julio de 2026



MÓDULO POLÍTICO



ÍNDICE

MÓDULO POLÍTICO

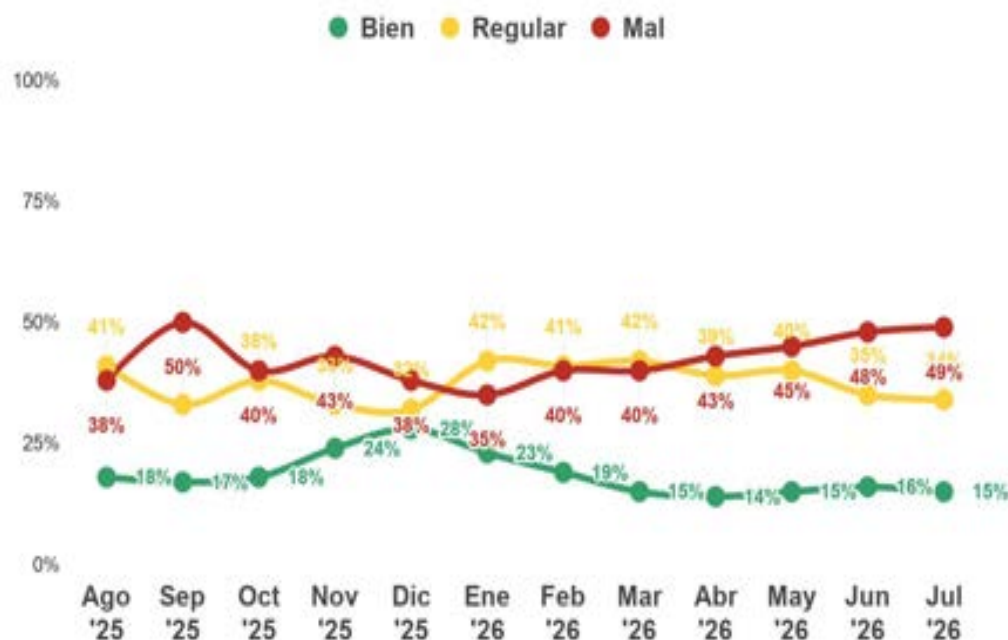
- 9 Indicadores de clima social
- 15 Evaluación del gobierno
- 28 Imágenes de dirigentes
- 39 Perspectivas hacia 2027

INDICADORES DE CLIMA SOCIAL

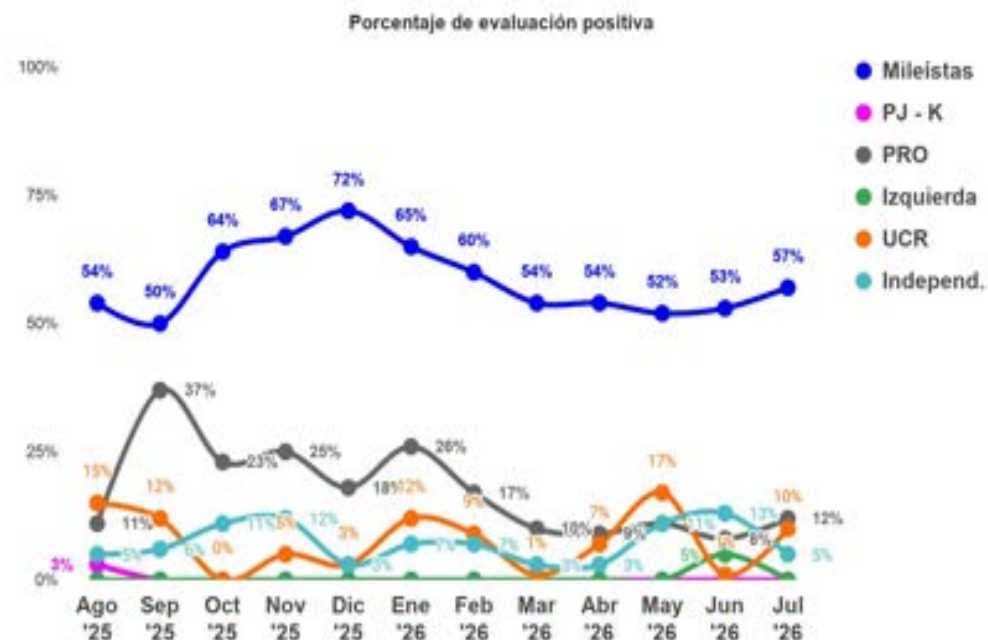


Evaluación de la situación actual del país

¿Cómo evalúa la situación actual del país?



Según segmentación

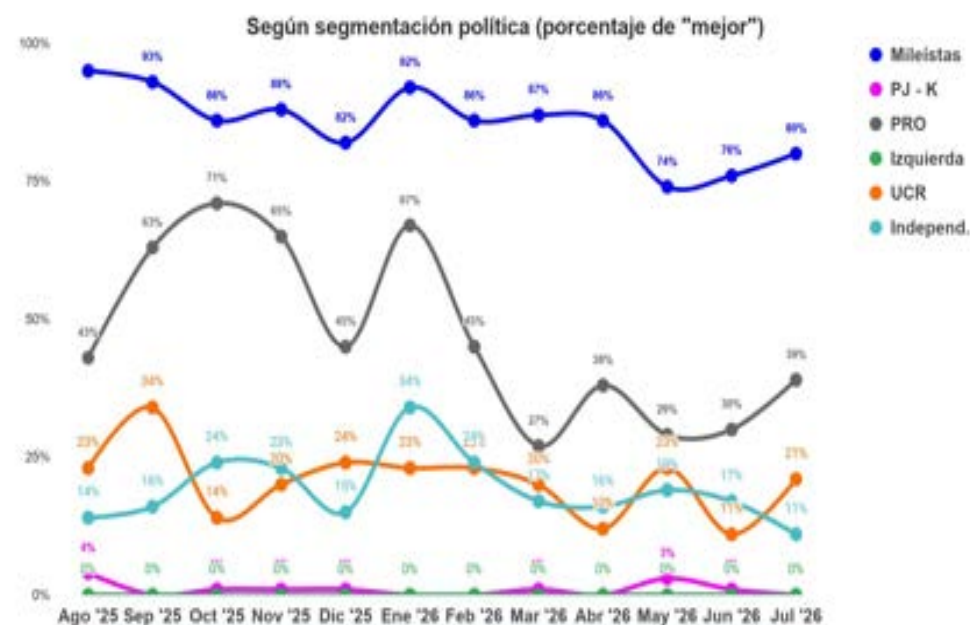
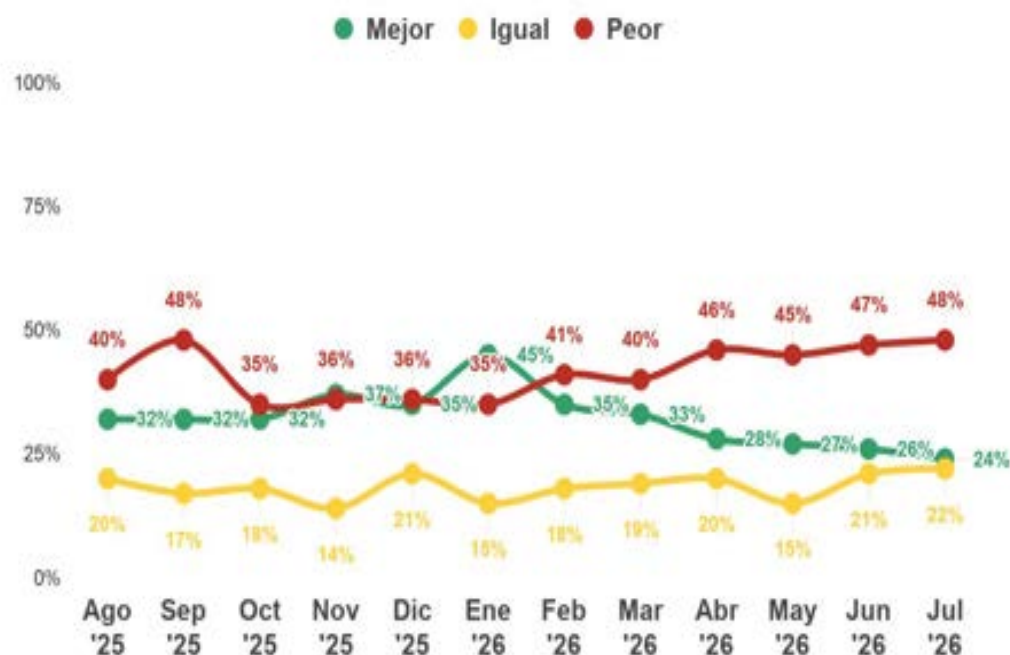


No se cita el "no sabe"

Evaluación prospectiva de la situación del país

¿Cómo cree que estará el país el año que viene?

Según segmentación

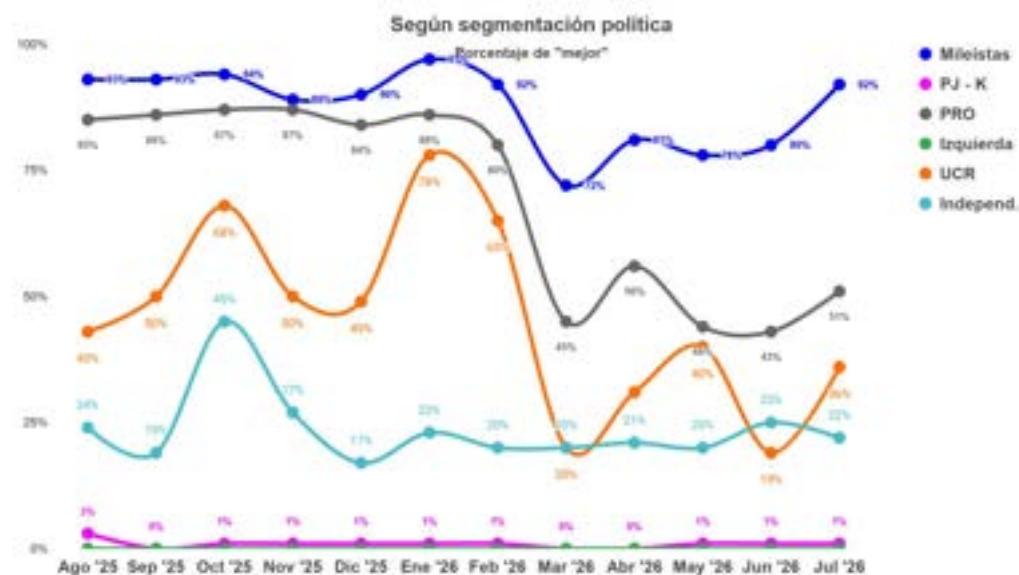
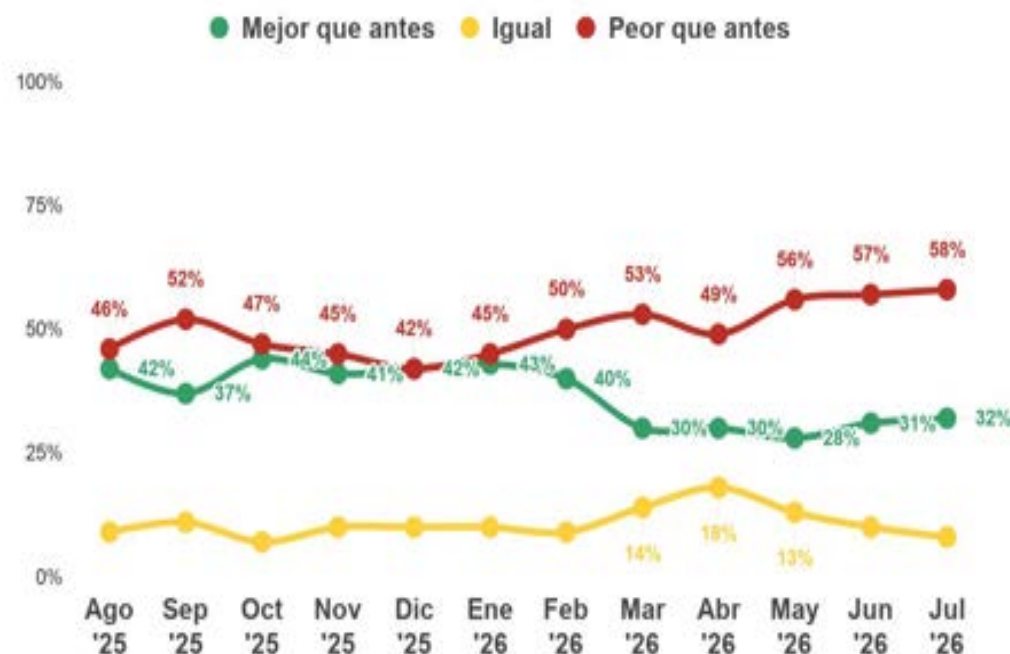


No se cita el "no sabe"

Evaluación de la situación del país desde que asumió Milei

¿Cómo cree que está el país hoy en día desde que asumió Milei?

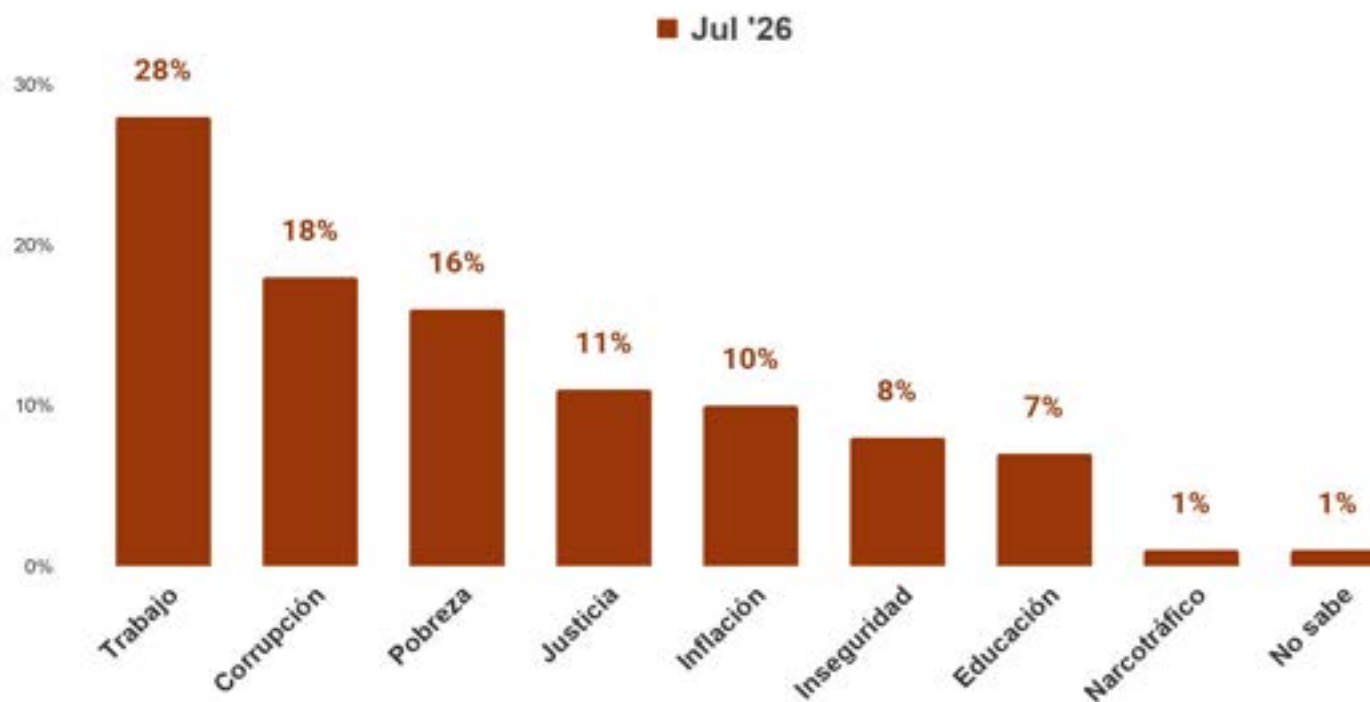
Según segmentación



No se cita el "no sabe"

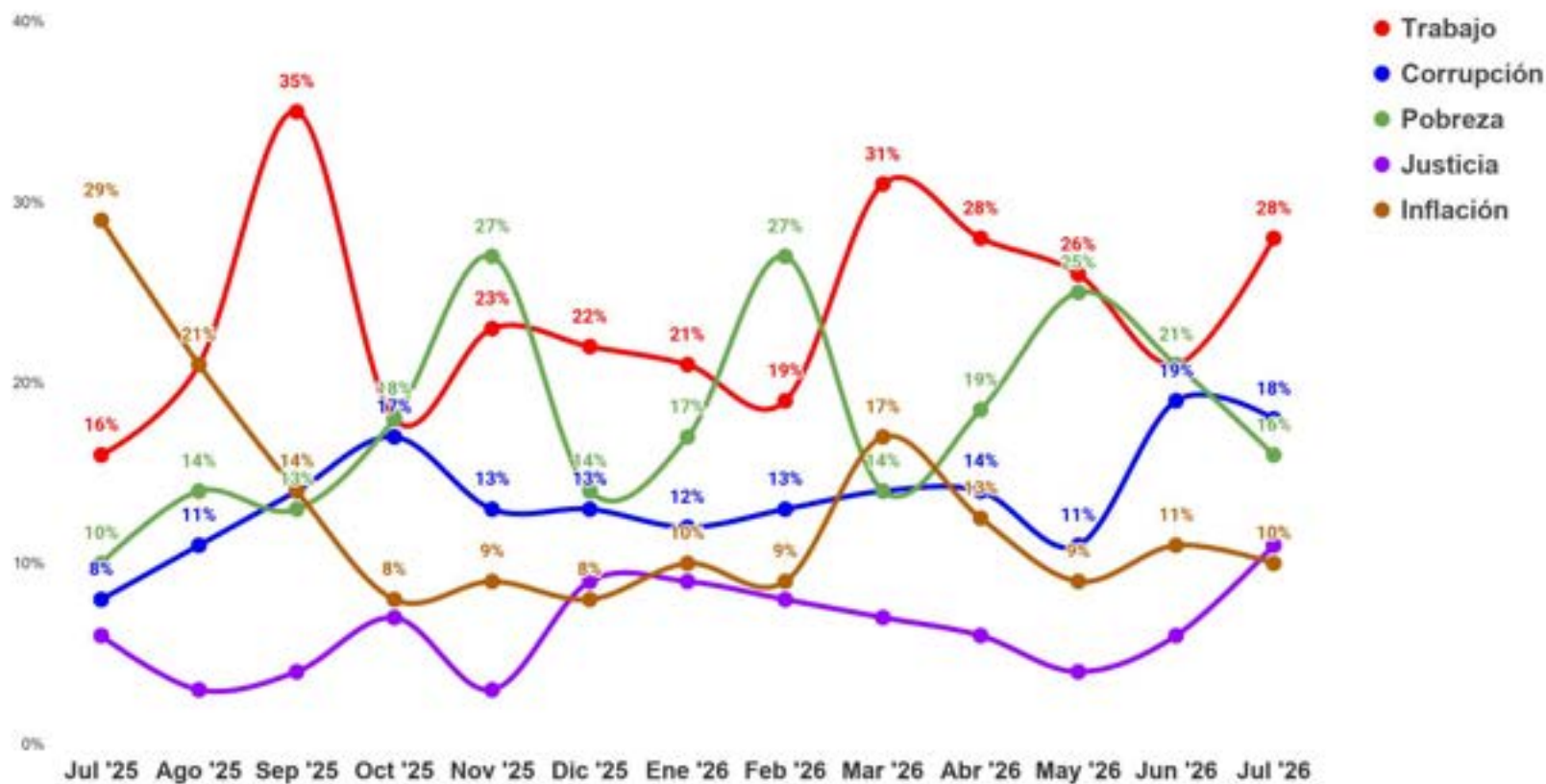
Principal problema del país

¿Cuál es para usted el problema más importante a resolver en el país?



Principal problema del país

¿Cuál es para usted el problema más importante a resolver en el país? Evolución histórica
Se citan las principales 5 problemáticas



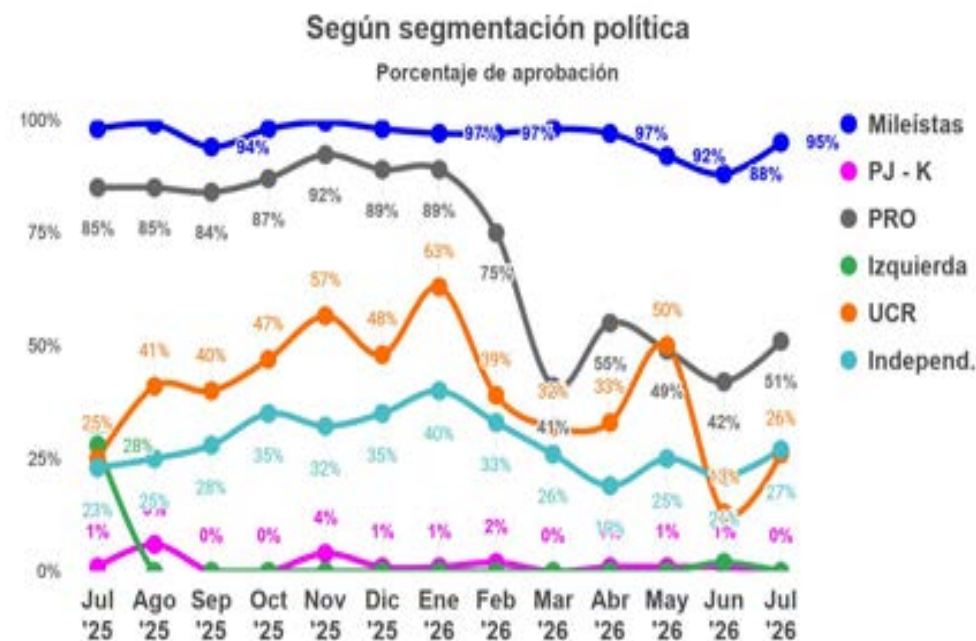
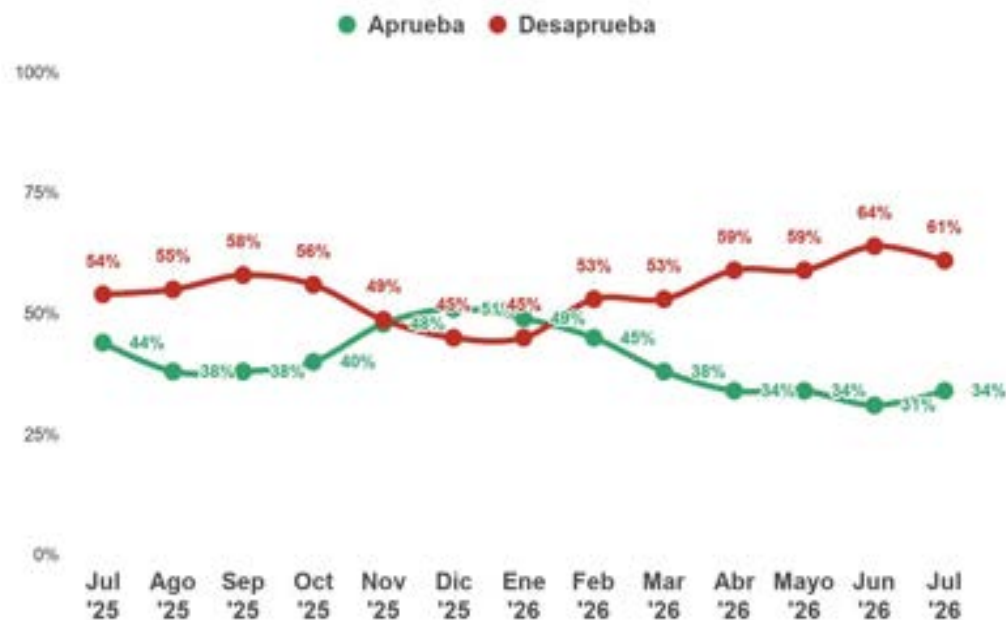
EVALUACIÓN DEL GOBIERNO



Aprobación de la gestión de Javier Milei

¿Usted aprueba o desaprueba la tarea que está realizando Javier Milei como Presidente del país?

Según segmentación

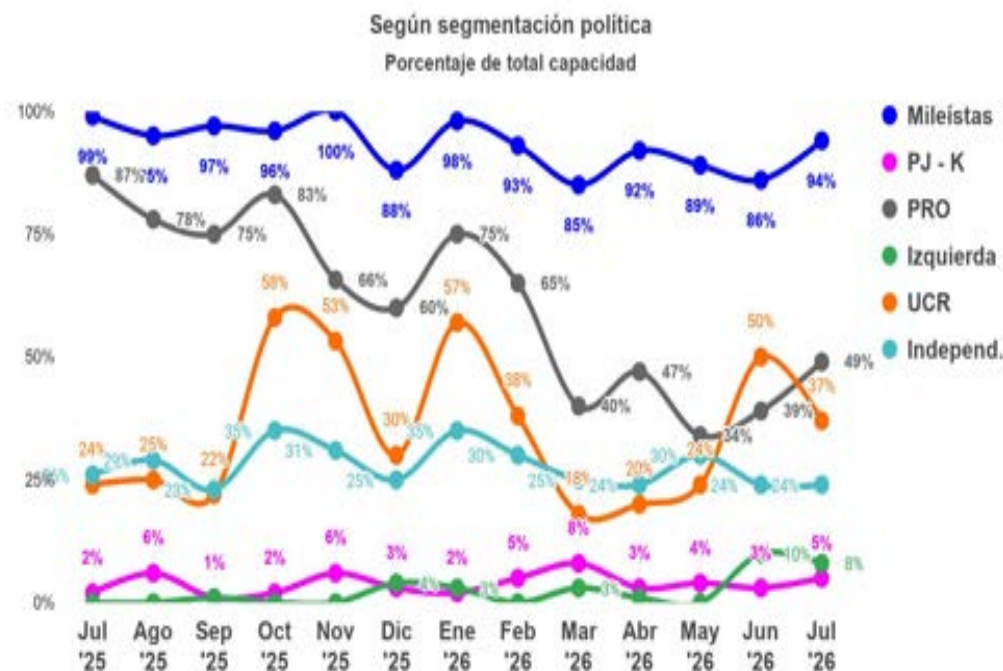
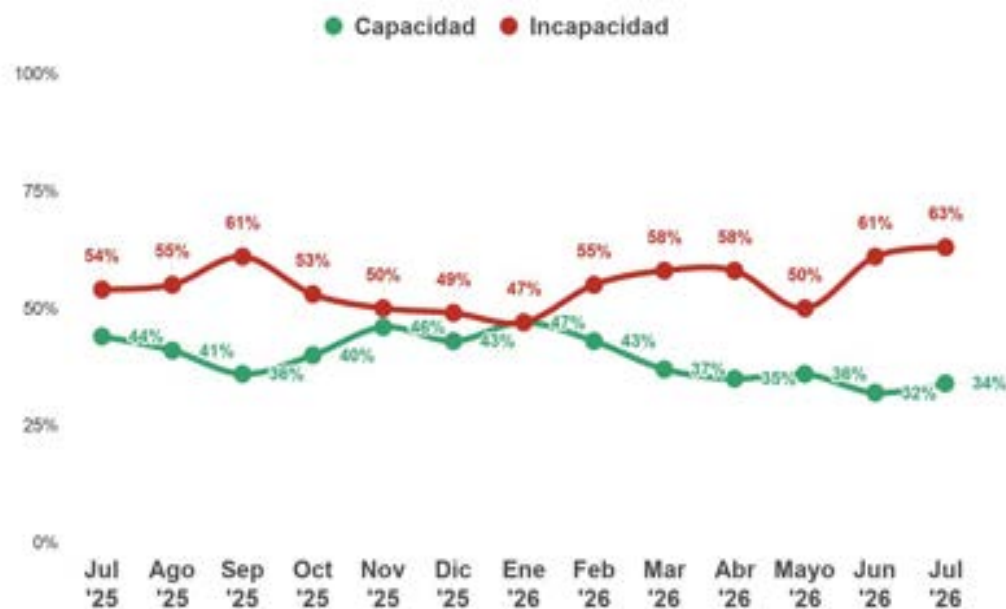


No se cita el "no sabe"

Capacidad del gobierno para resolver los problemas del país

¿En qué medida cree usted que el gobierno tiene la capacidad para resolver los principales problemas del país?

Evolución histórica

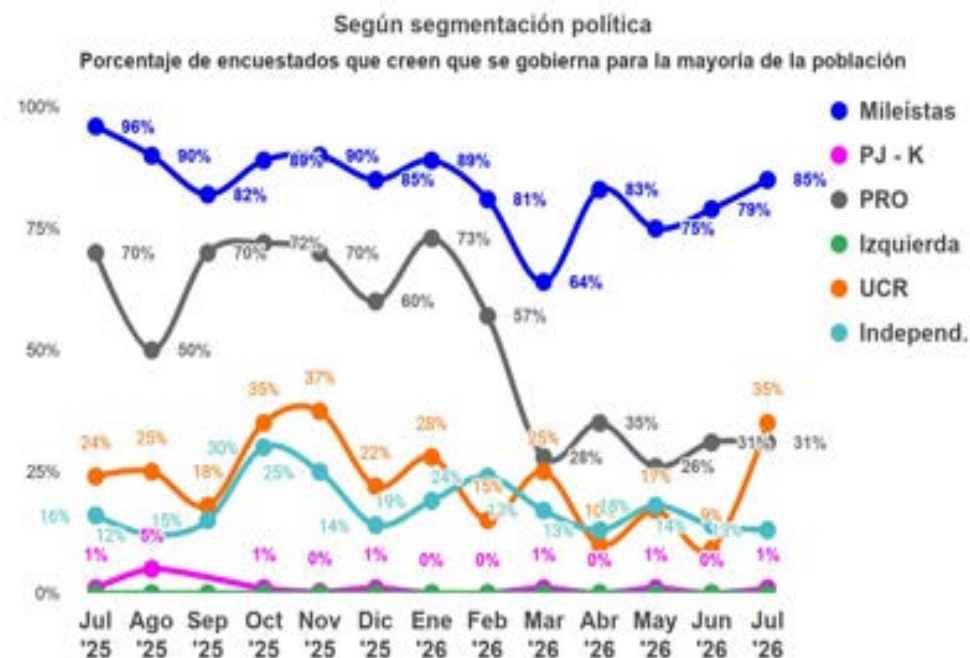


No se cita el “no sabe”

¿Para quién se gobierna?

¿Usted cree que el gobierno gobierna para la mayoría de la población o solo para algunos sectores?

Según segmentación

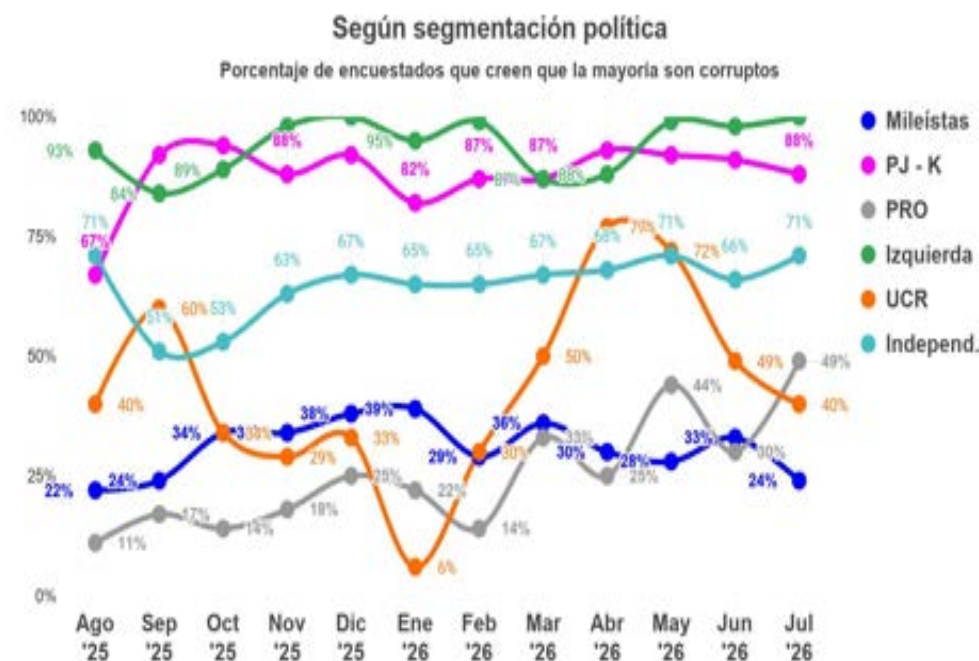
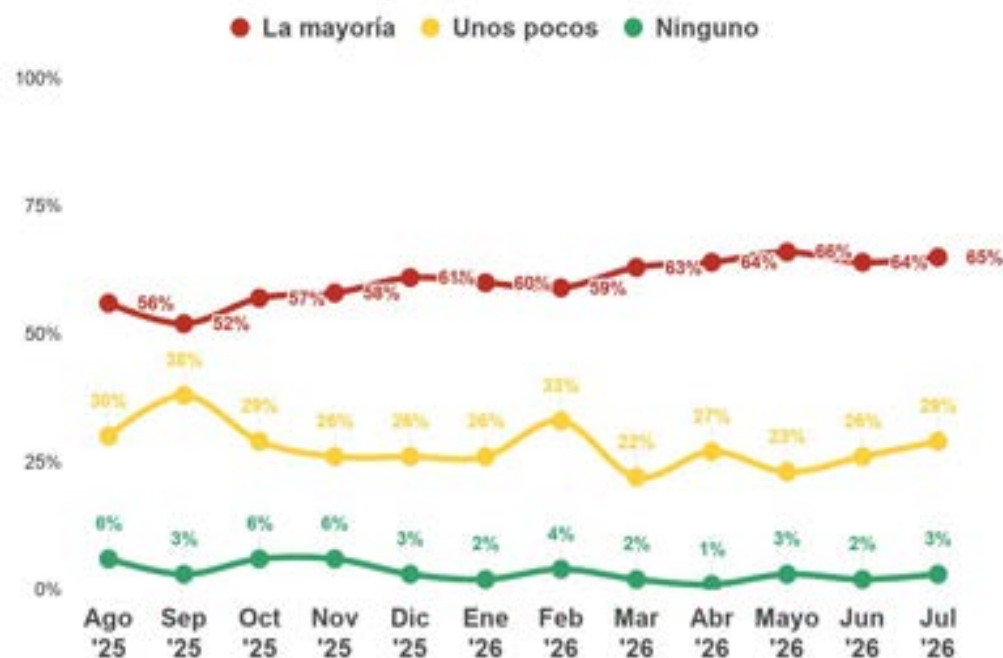


No se cita el “no sabe”

Percepción sobre corrupción en el gobierno

¿Usted cree que la mayoría de los funcionarios del gobierno son corruptos, solo unos pocos o ninguno?

Según segmentación



No se cita el "no sabe"

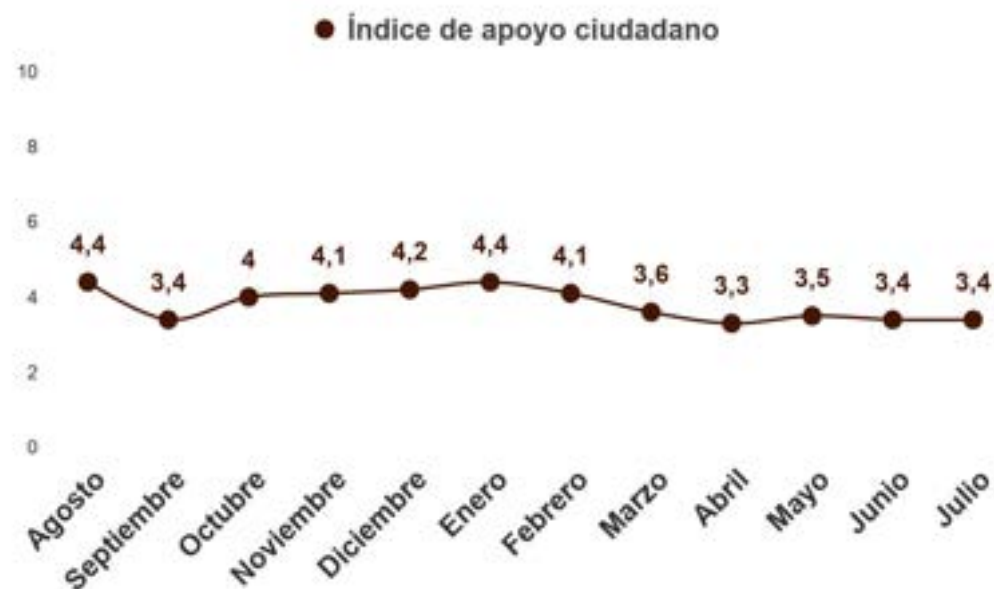
Índice de Apoyo Ciudadano (del 1 al 10)

DEFINICIÓN

El Índice de Apoyo Ciudadano (IAC) es una herramienta de medición que busca capturar la percepción de la población sobre el desempeño del gobierno y su líder, en este caso el presidente.

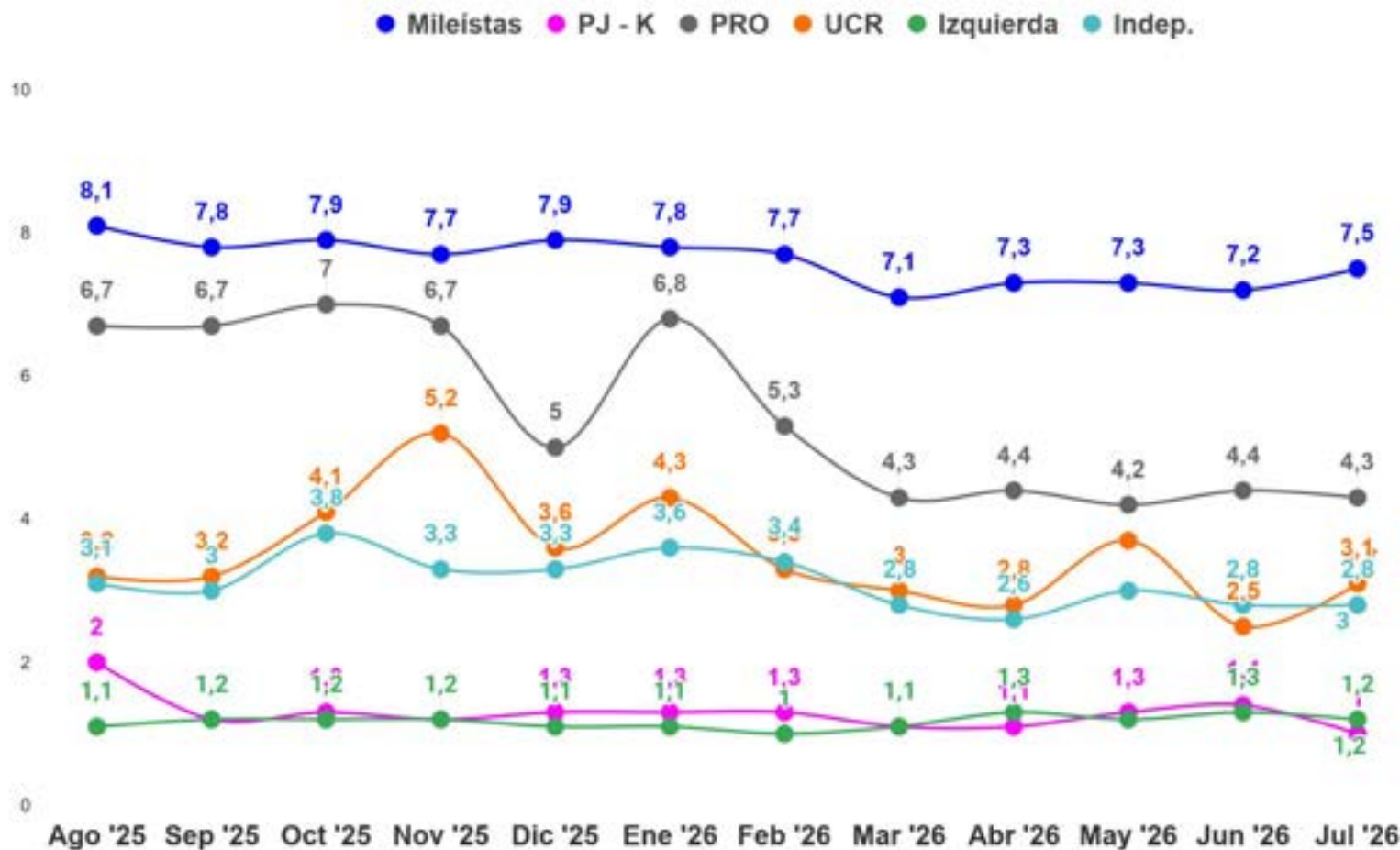
Este indicador se construye a partir de la integración de diversas variables clave para obtener una visión más completa del respaldo popular.

Este índice se basa en una escala que va de 1 a 10, siendo 10 el valor máximo. Las variables que integran el índice son aprobación presidencial, capacidad para resolver problemas, honestidad de los funcionarios y para quién gobierna.



Índice de Apoyo Ciudadano

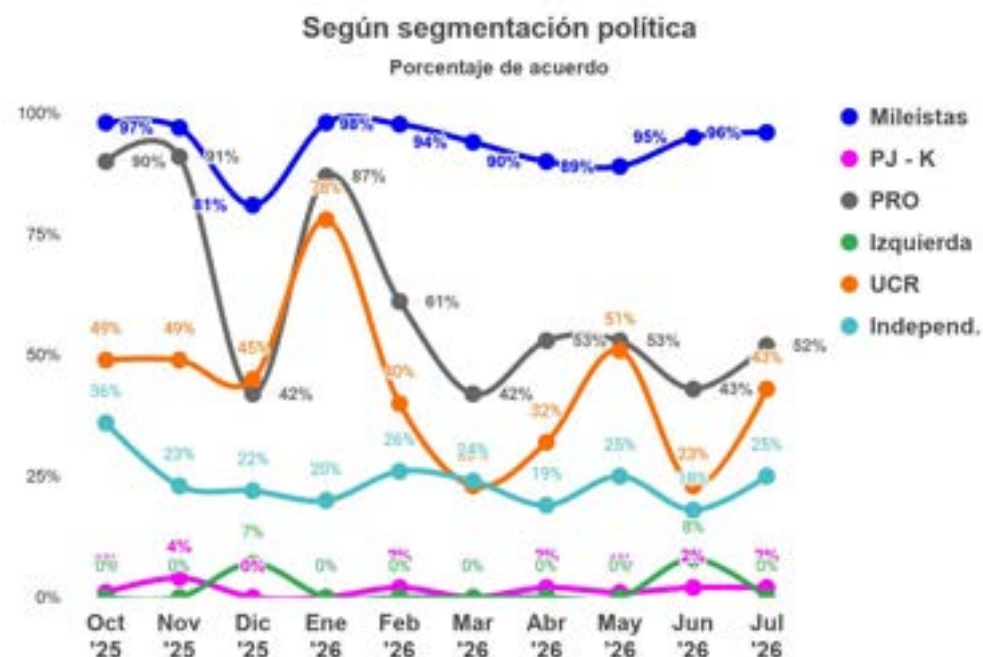
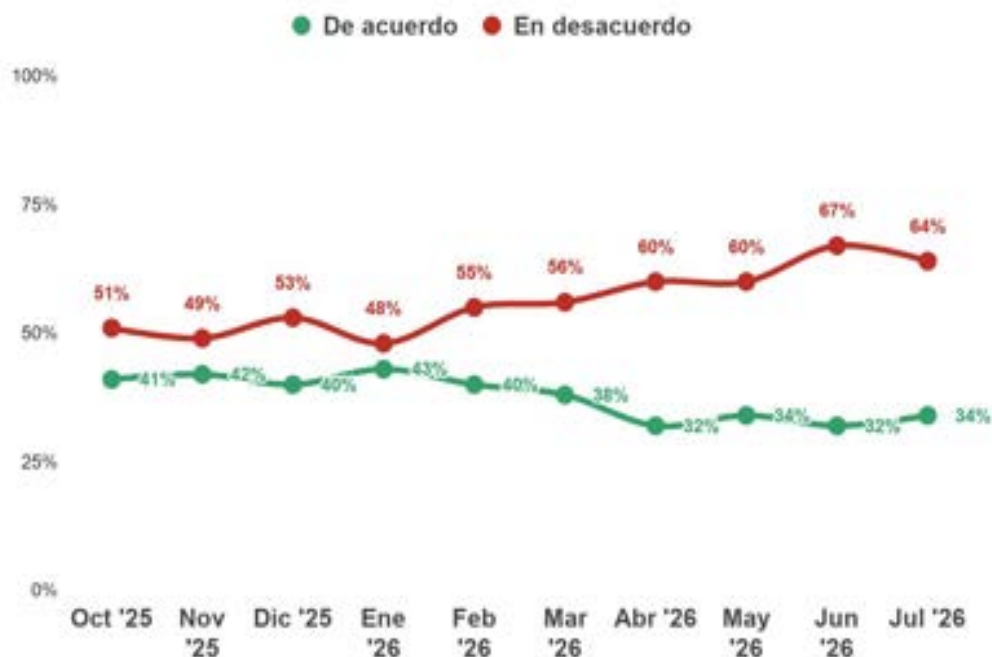
Según segmentación política



Nivel de acuerdo con las políticas de Milei

¿Usted está muy, bastante, poco o nada de acuerdo con la siguiente frase: "Las políticas del gobierno de Milei son necesarias, aunque duelan a corto plazo"?

Según segmentación

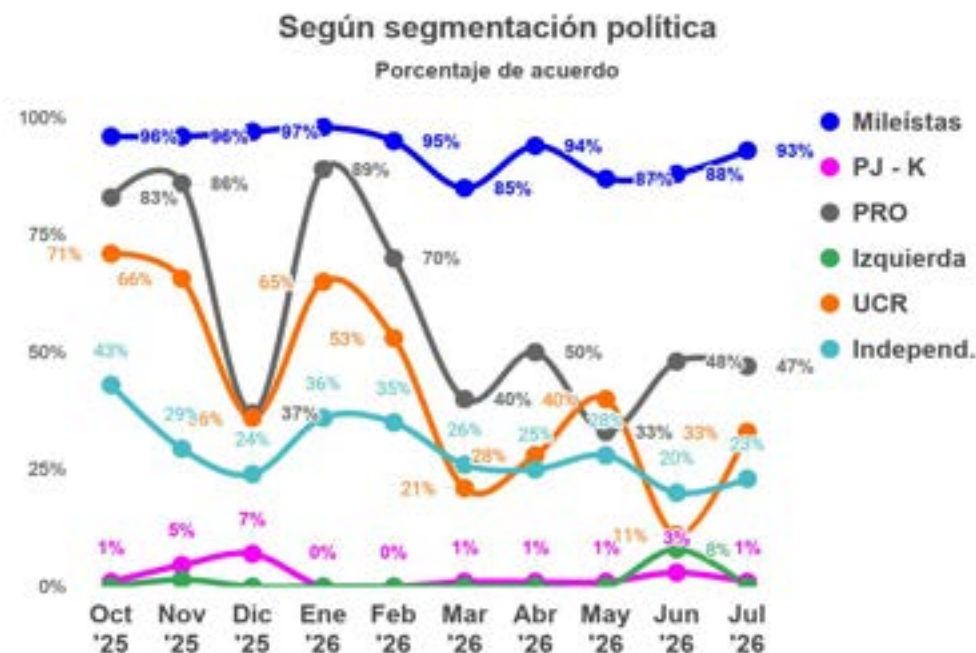
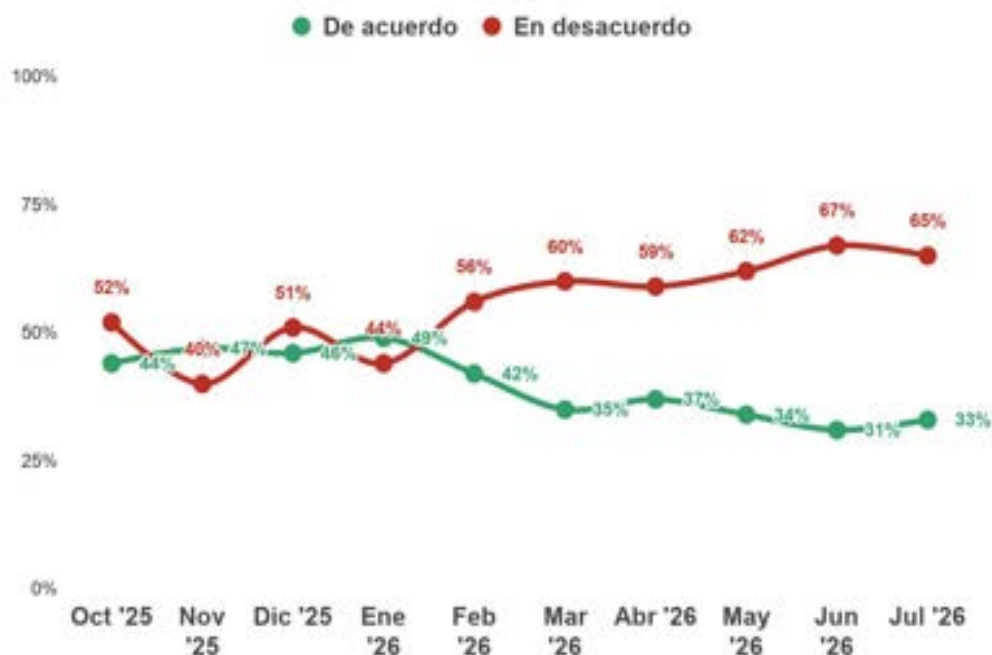


No se cita el "no sabe"

Percepción ciudadana sobre la recompensa del esfuerzo económico

Algunos creen que el esfuerzo que está haciendo la sociedad ahora es un sacrificio que valdrá la pena en el futuro. ¿Usted está muy, bastante, poco o nada de acuerdo?

Según segmentación

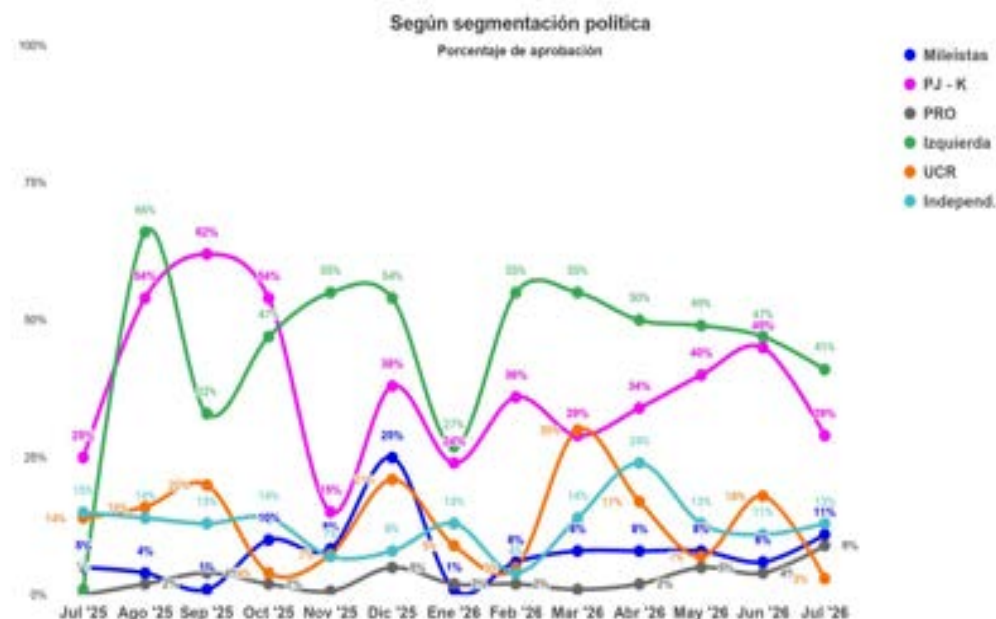
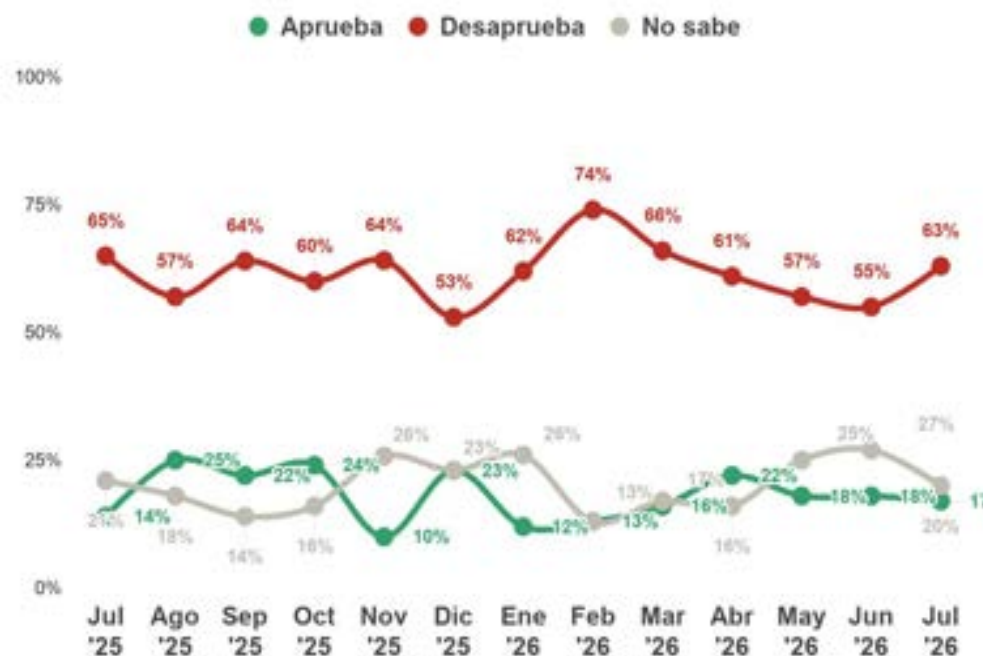


No se cita el "no sabe"

Aprobación del comportamiento de la oposición

¿Usted aprueba o desaprueba el comportamiento general de la oposición?

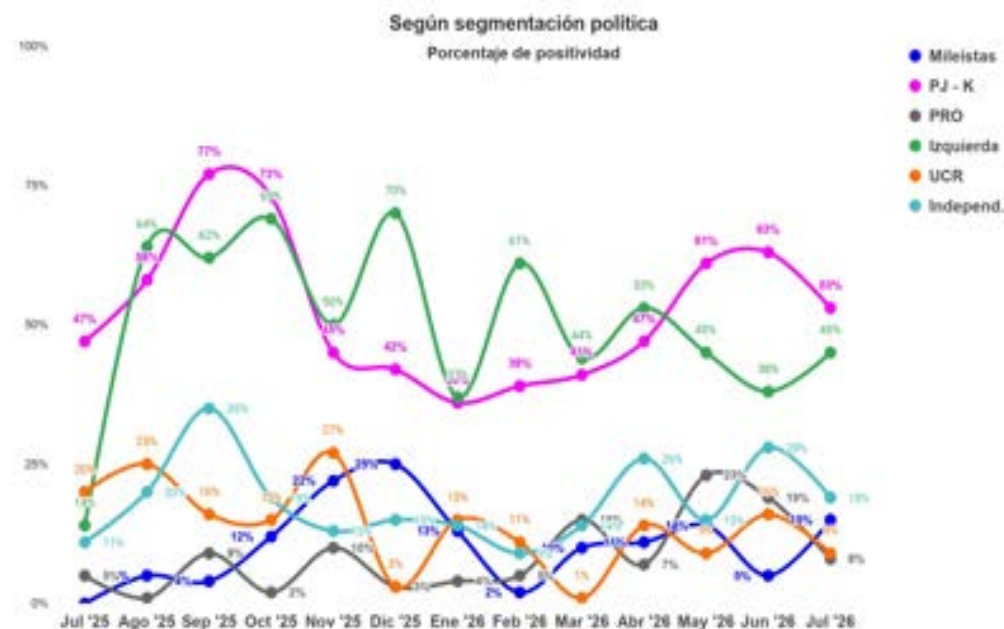
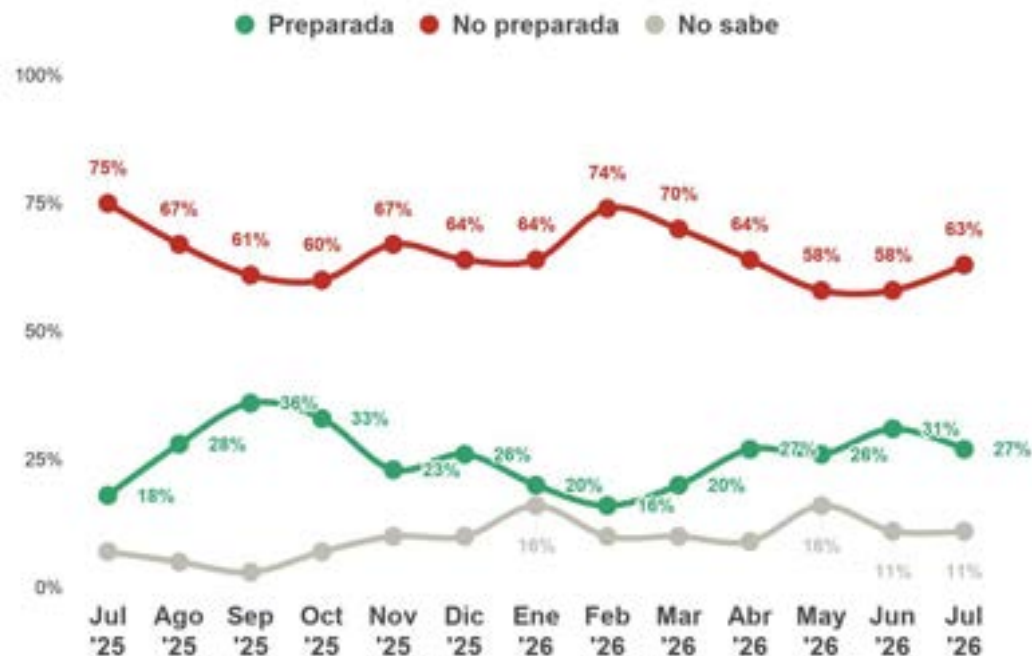
Según segmentación



Preparación de la oposición para gobernar

Más allá de sus preferencias políticas, ¿cree que la oposición está preparada para gobernar en 2027?

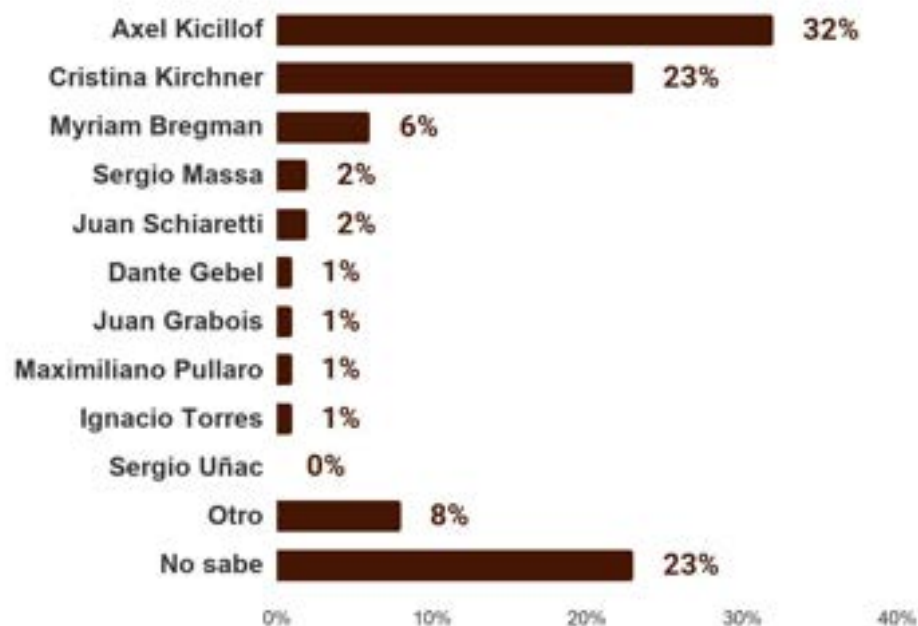
Según segmentación



Principal dirigente de la oposición

¿Cuál de los siguientes dirigentes cree usted que es el principal dirigente de la oposición?

Evolución histórica



Principal dirigente de la oposición

¿Cuál de los siguientes dirigentes cree usted que es el principal dirigente de la oposición?
Según segmentación

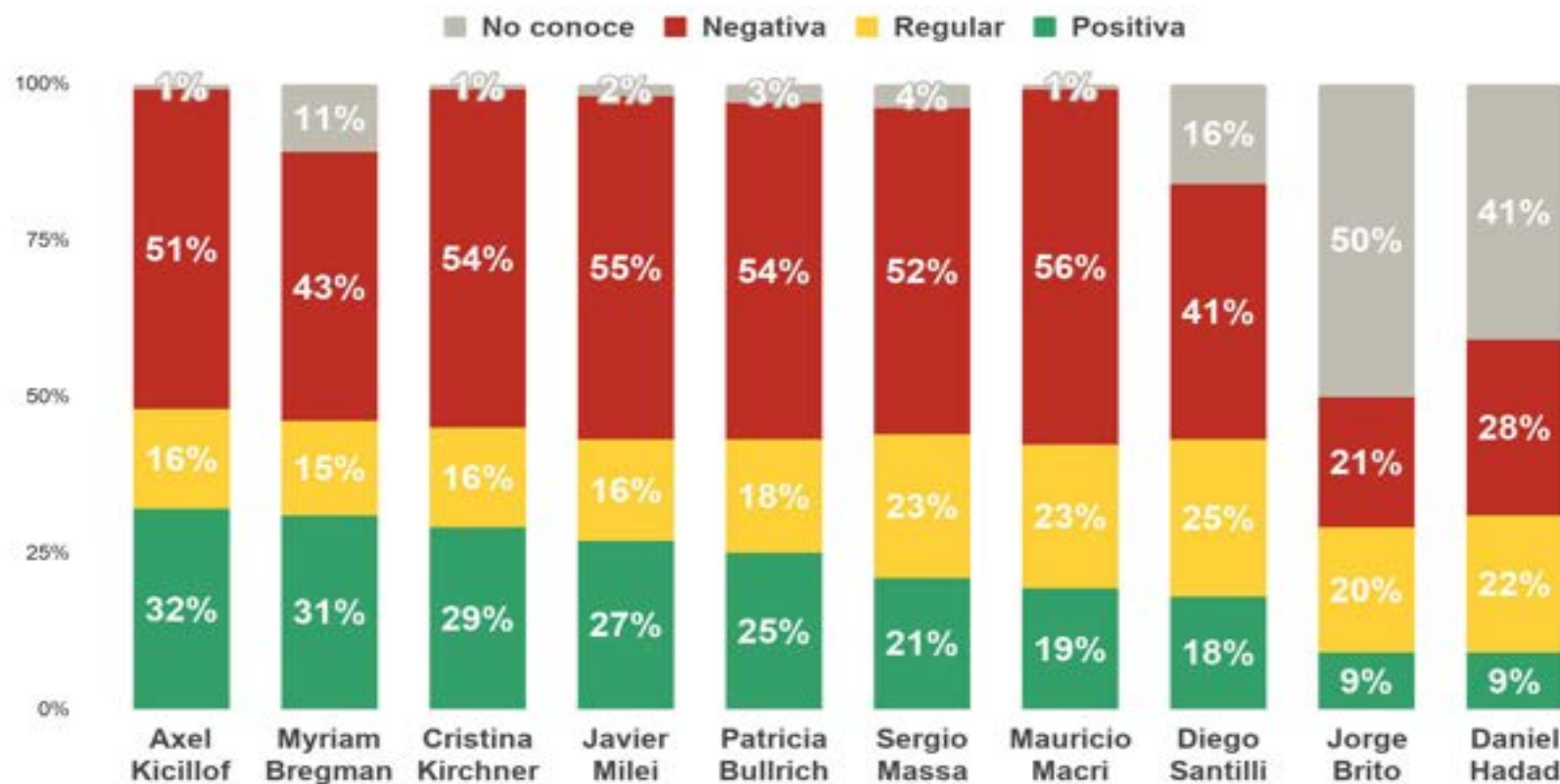
	Mileístas	PJ - K	PRO	UCR	Izquierda	Independ.
A. Kicillof	28%	45%	22%	12%	67%	26%
C. Kirchner	18%	31%	16%	7%	11%	22%
M. Bregman	-	9%	2%	1%	10%	8%
S. Massa	2%	2%	1%	1%	-	2%
Otros	13%	3%	23%	30%	1%	21%
No sabe	39%	10%	36%	49%	11%	21%

IMÁGENES DE DIRIGENTES



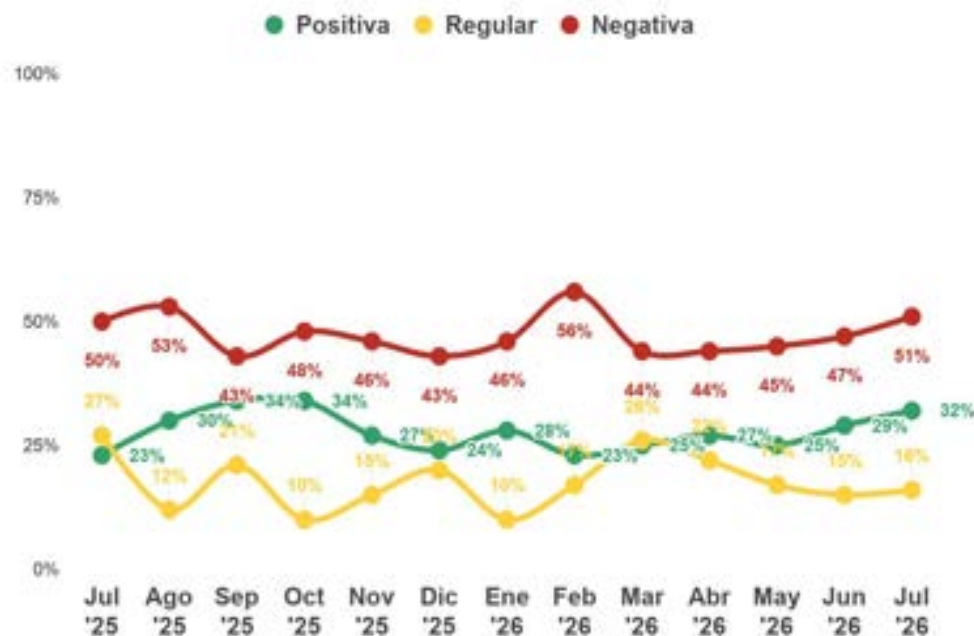
Evaluación de dirigentes

¿Qué imagen tiene de...?

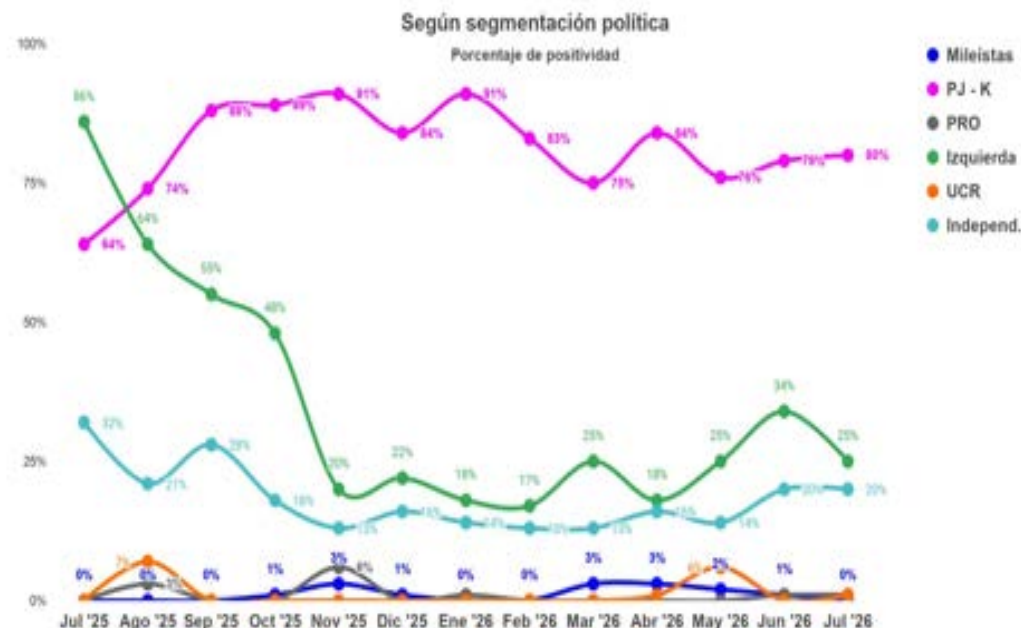


Evaluación de dirigentes

¿Qué imagen tiene de Axel Kicillof?



Según segmentación

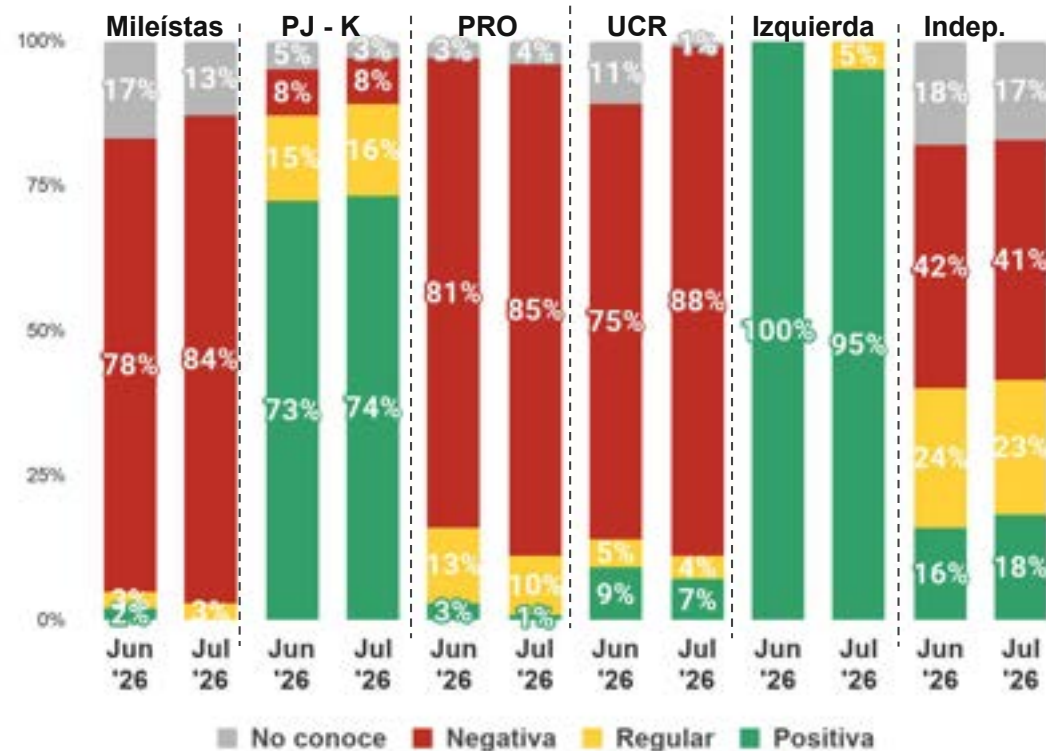
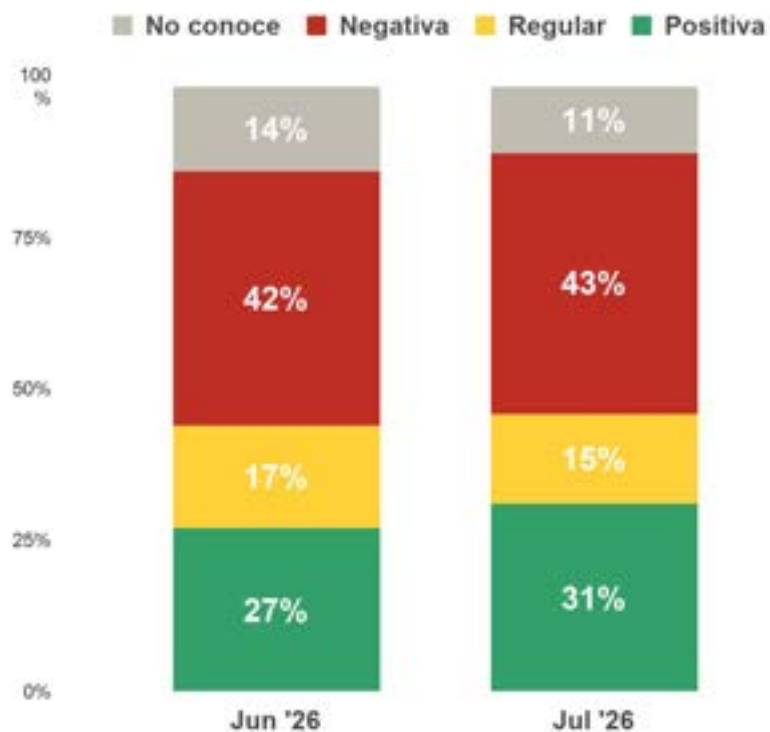


No se cita el "no conoce"

Evaluación de dirigentes

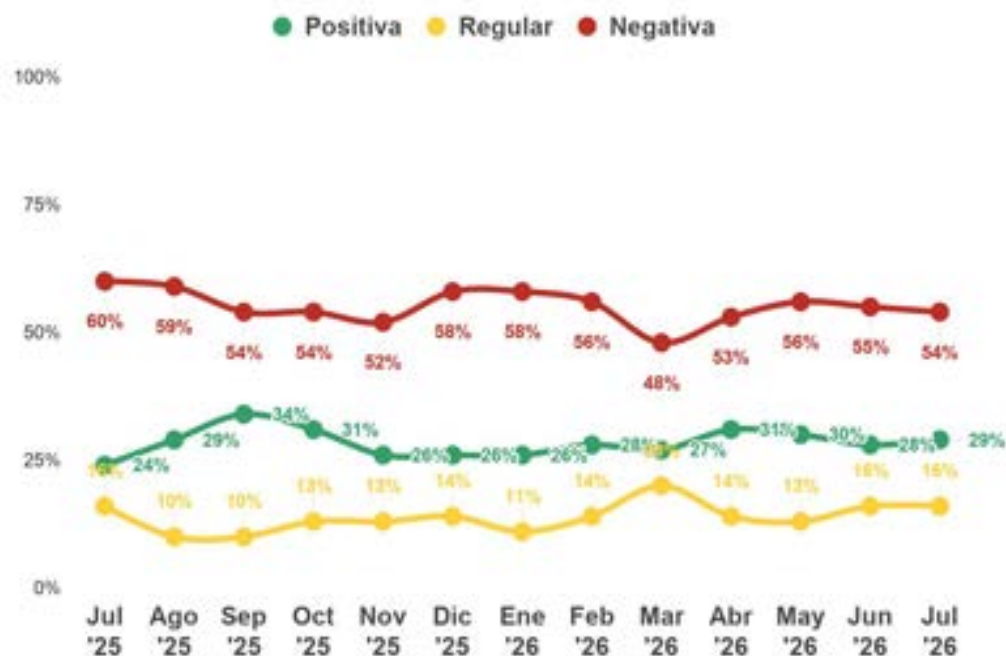
¿Qué imagen tiene de Myriam Bregman?

Según segmentación

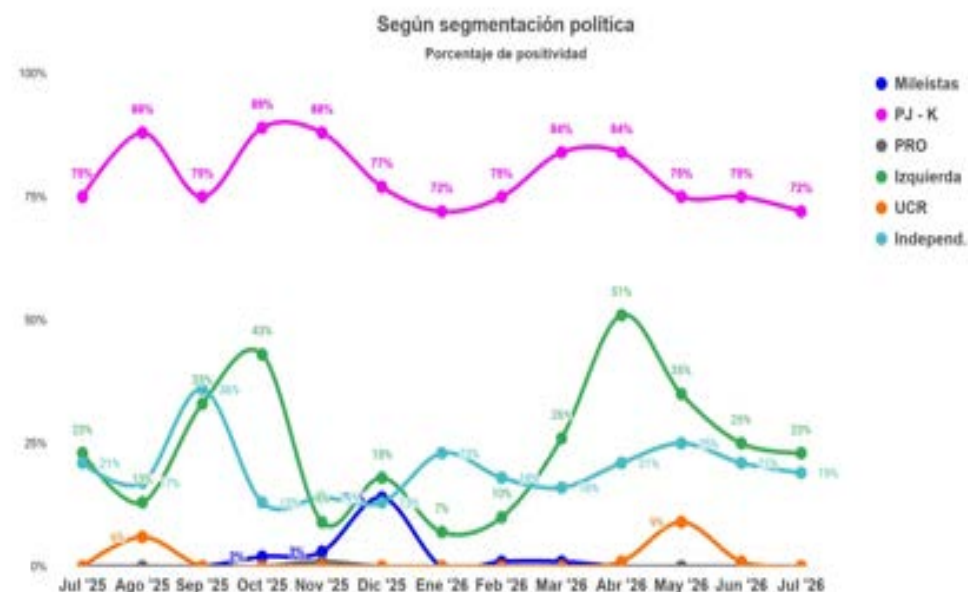


Evaluación de dirigentes

¿Qué imagen tiene de Cristina Kirchner?



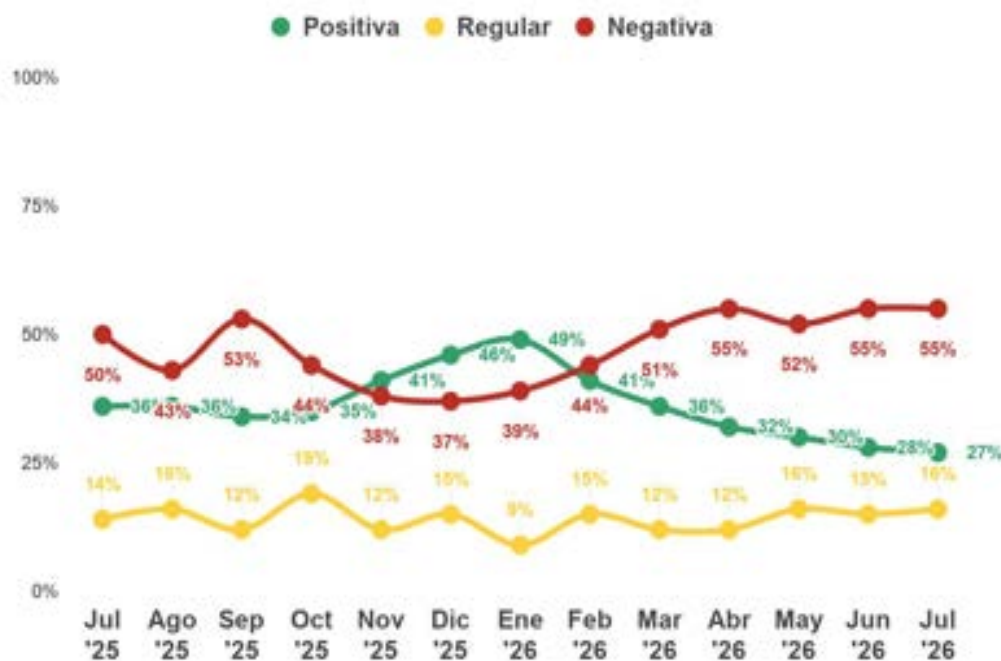
Según segmentación



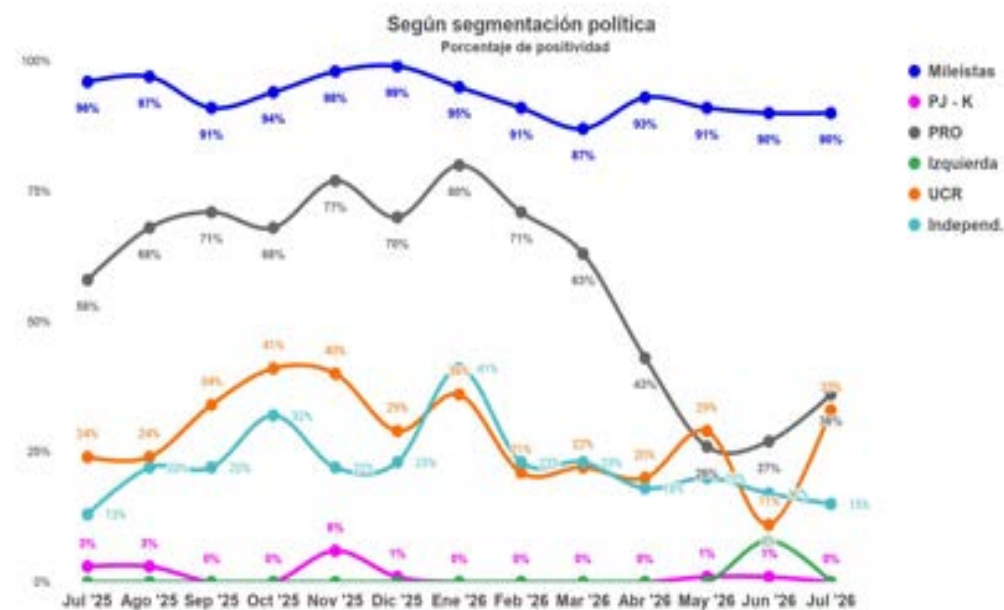
No se cita el "no conoce"

Evaluación de dirigentes

¿Qué imagen tiene de Javier Milei?



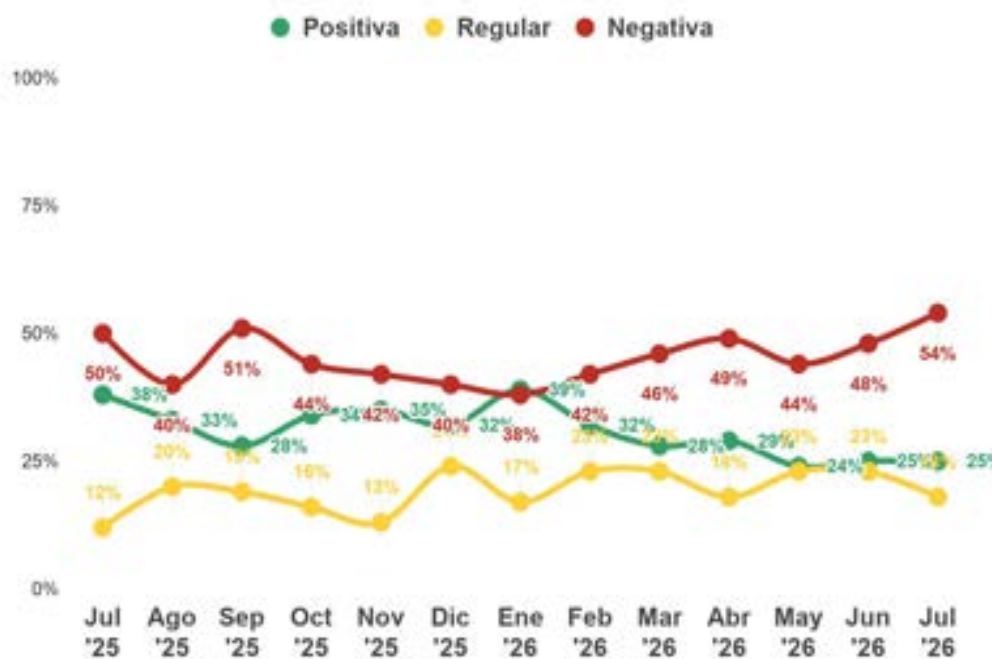
Según segmentación



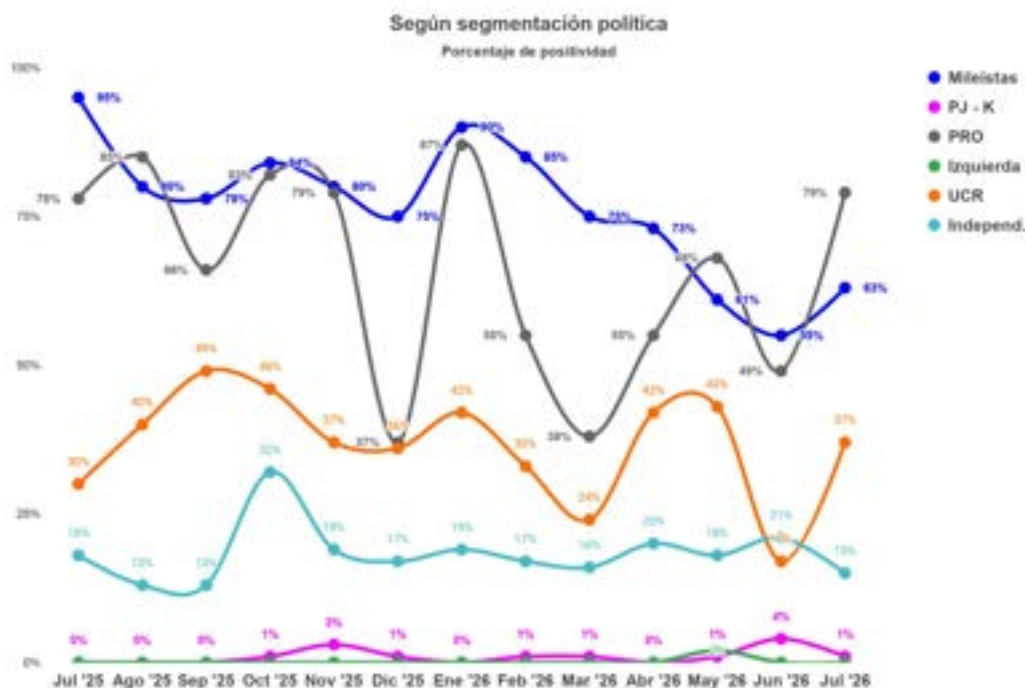
No se cita el "no conoce"

Evaluación de dirigentes

¿Qué imagen tiene de Patricia Bullrich?



Según segmentación

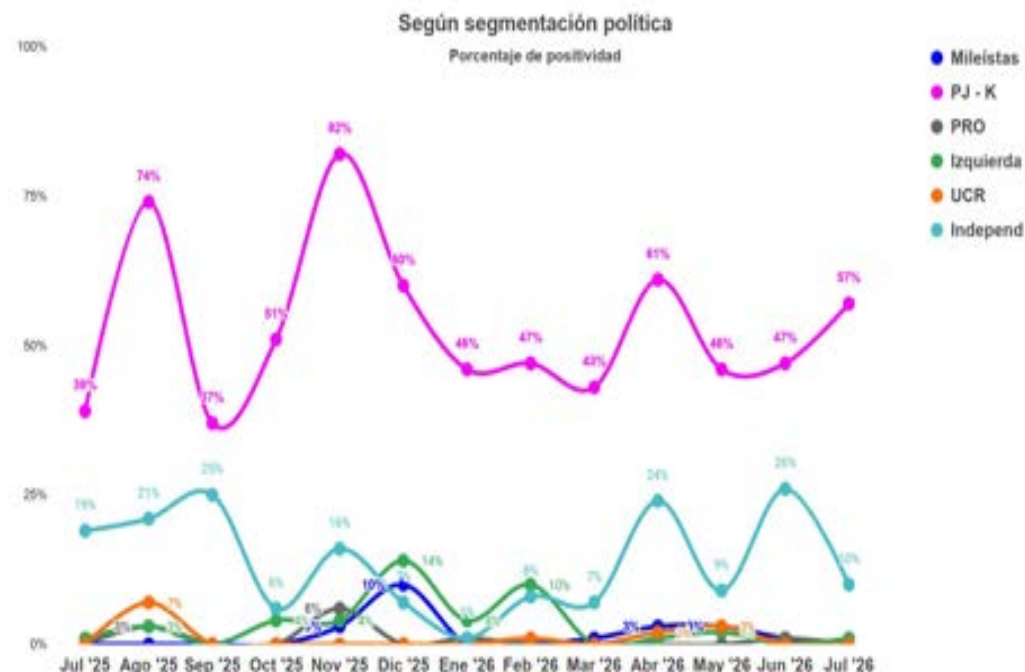
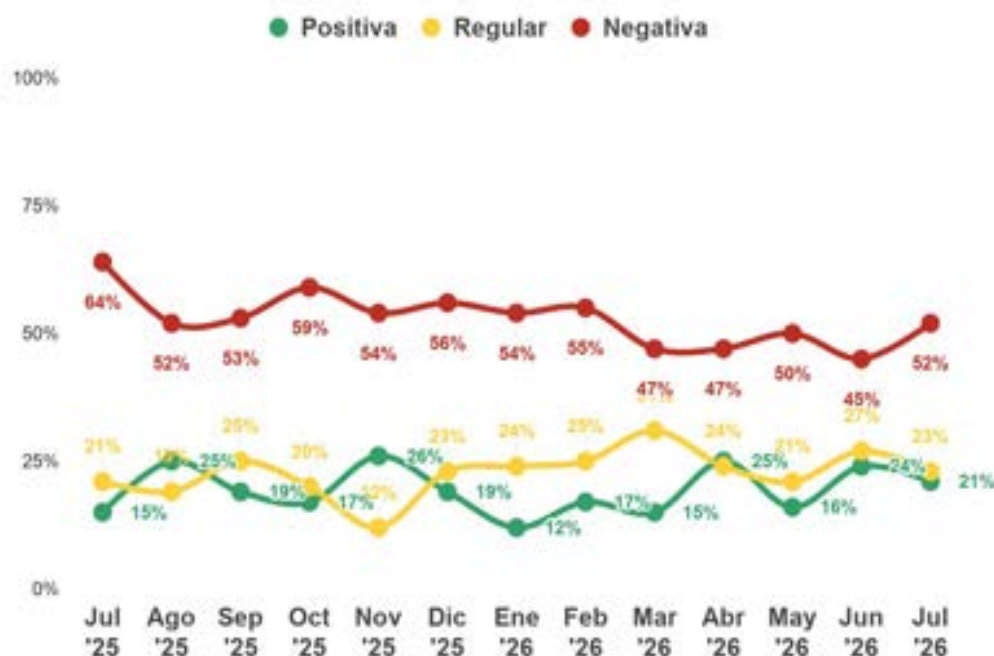


No se cita el "no conoce"

Evaluación de dirigentes

¿Qué imagen tiene de Sergio Massa?

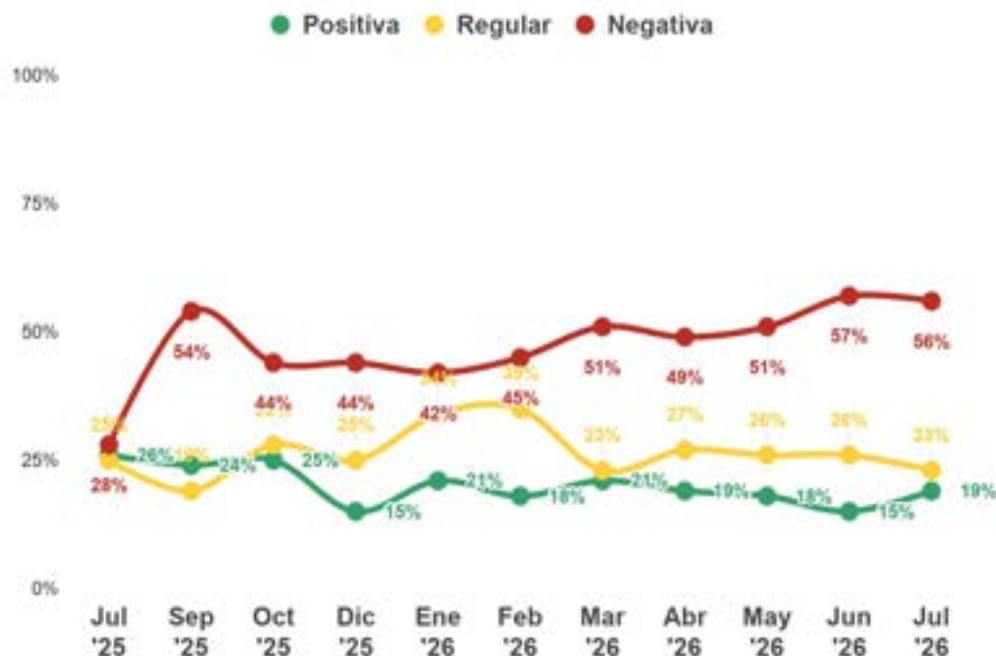
Según segmentación



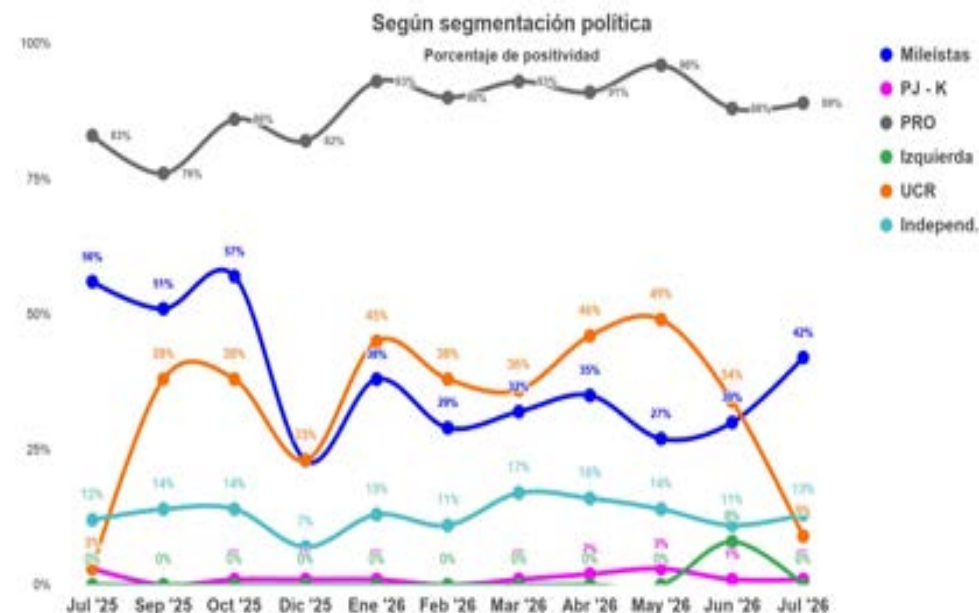
No se cita el "no conoce"

Evaluación de dirigentes

¿Qué imagen tiene de Mauricio Macri?



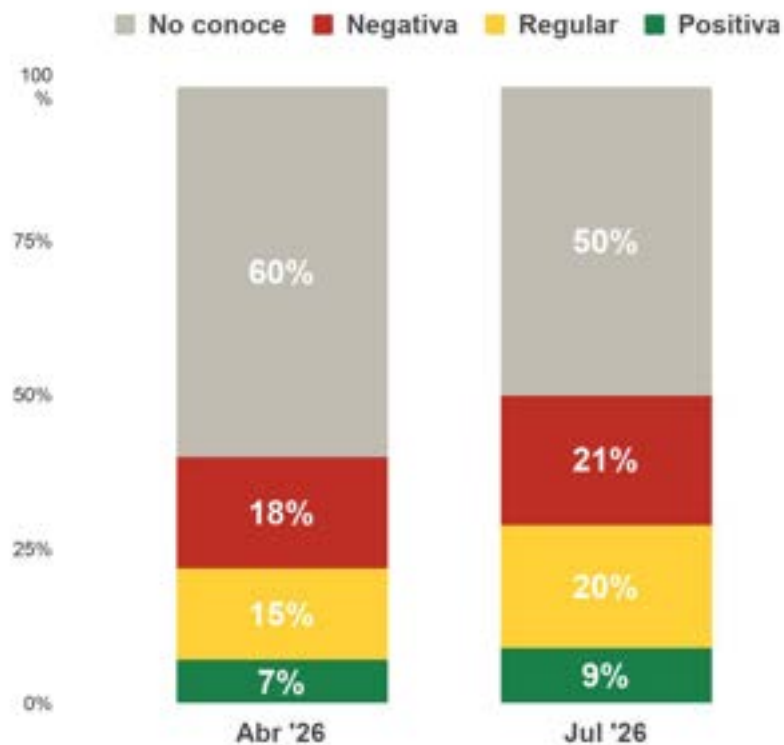
Según segmentación



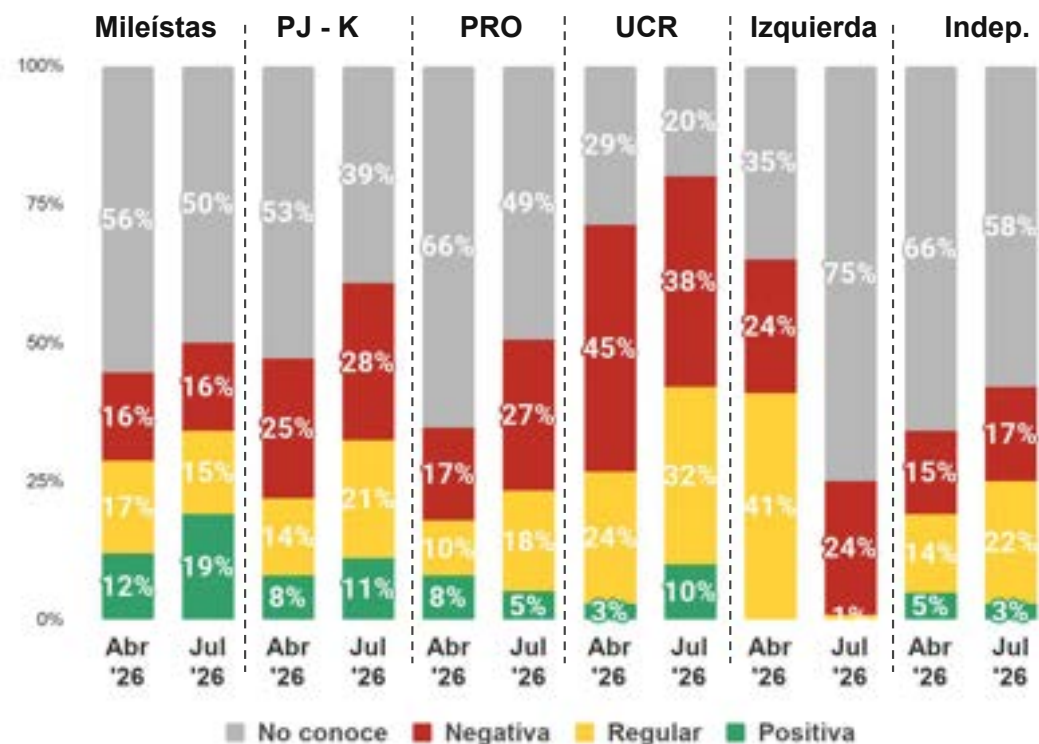
No se cita el "no conoce"

Evaluación de dirigentes

¿Qué imagen tiene de Jorge Brito?



Según segmentación

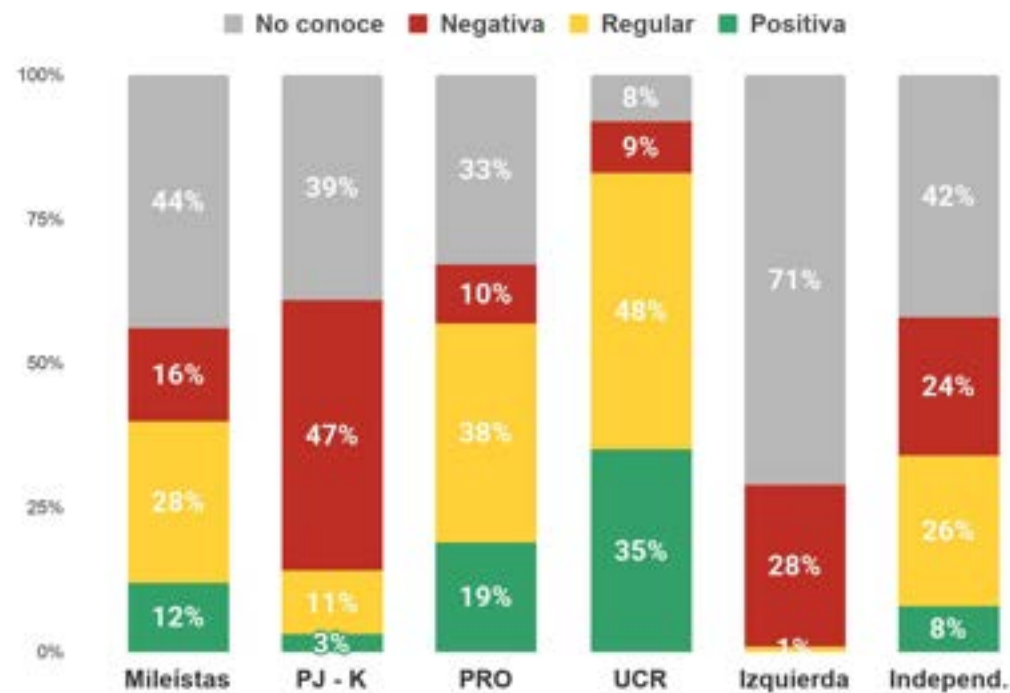
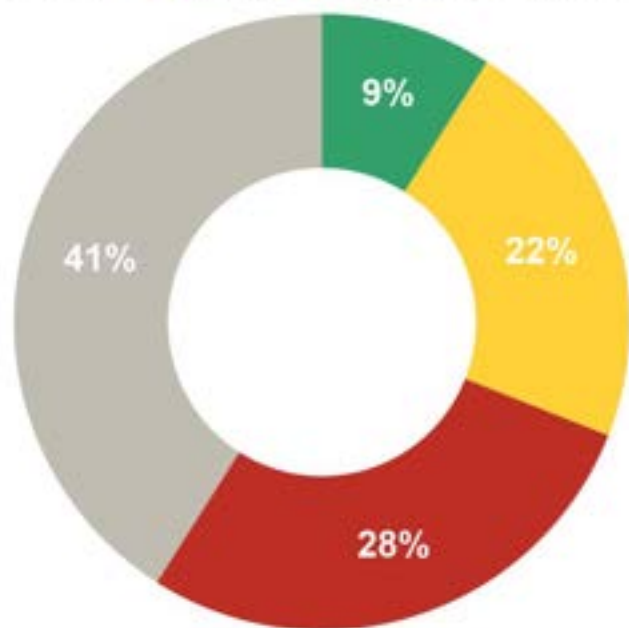


Evaluación de dirigentes

¿Qué imagen tiene de Daniel Hadad?

Según segmentación

● Positiva ● Regular ● Negativa ● No conoce



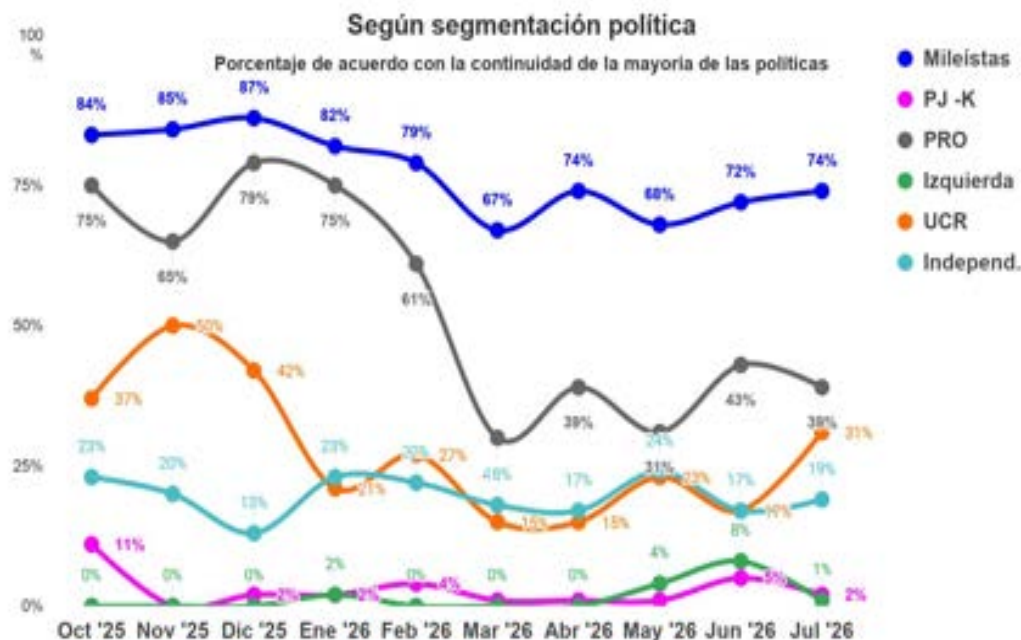
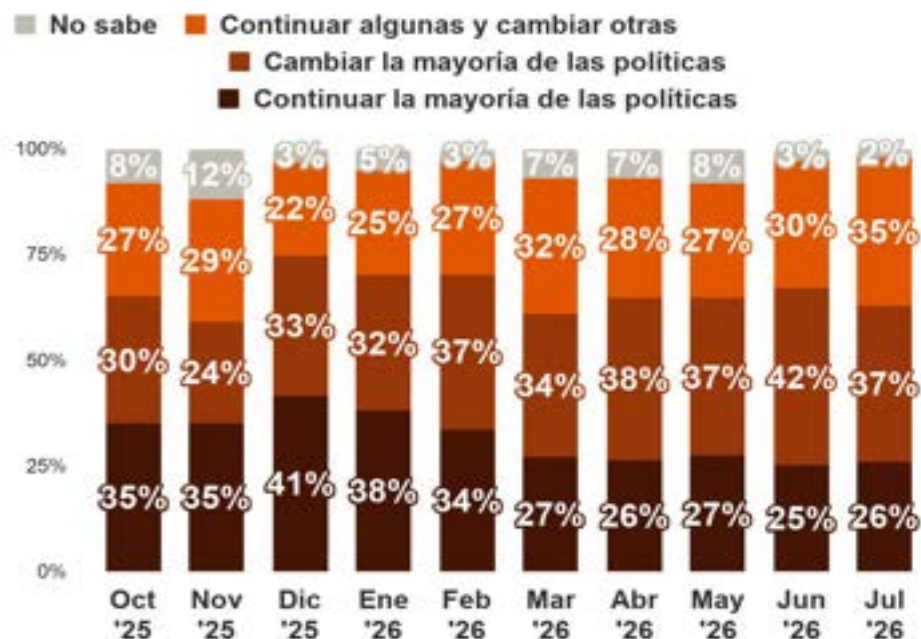
PERSPECTIVAS HACIA 2027



Continuidad de las políticas en el próximo gobierno

¿Usted cree que, si bien falta mucho, el próximo gobierno debería continuar la mayoría de las políticas iniciadas por el actual gobierno, cambiar la mayoría o continuar algunas y cambiar otras?

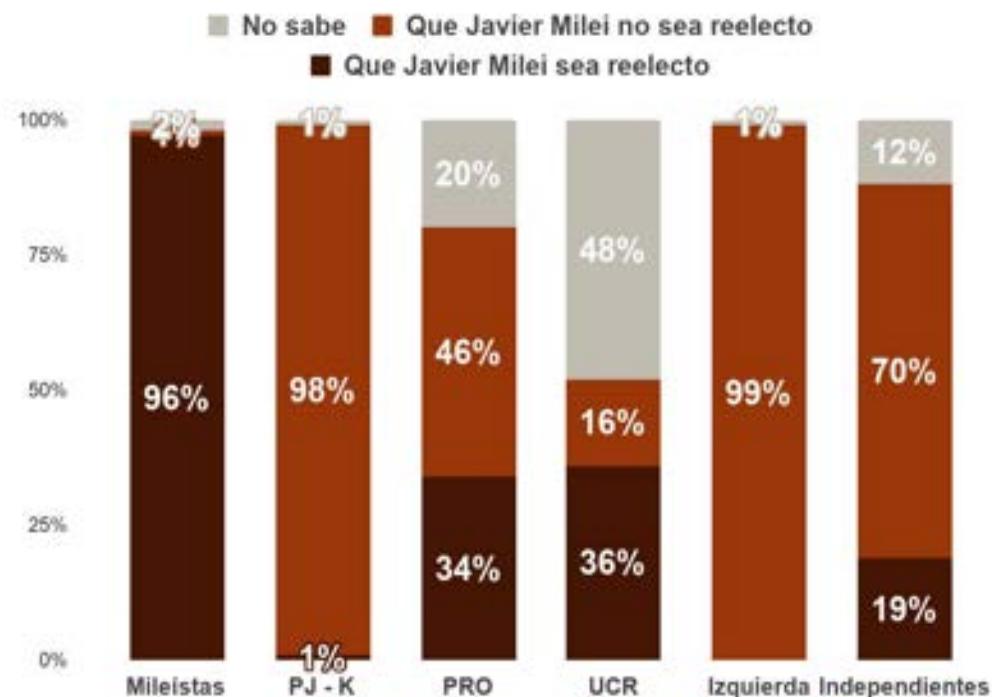
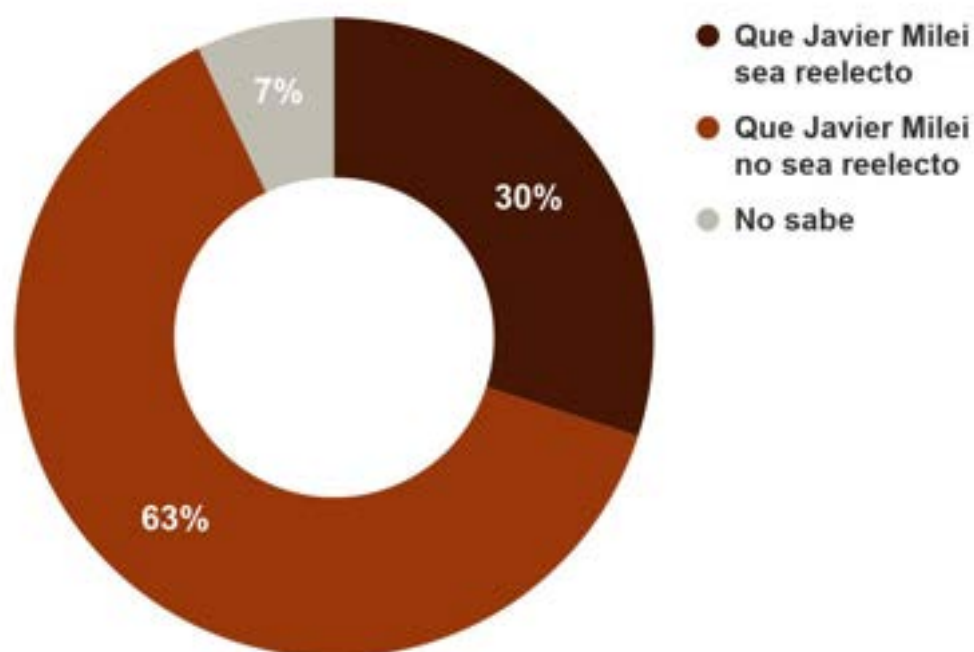
Según segmentación



Preferencia de que Milei sea reelecto vs. que no lo sea

Pensando en las próximas elecciones de 2027, ¿qué prefiere?

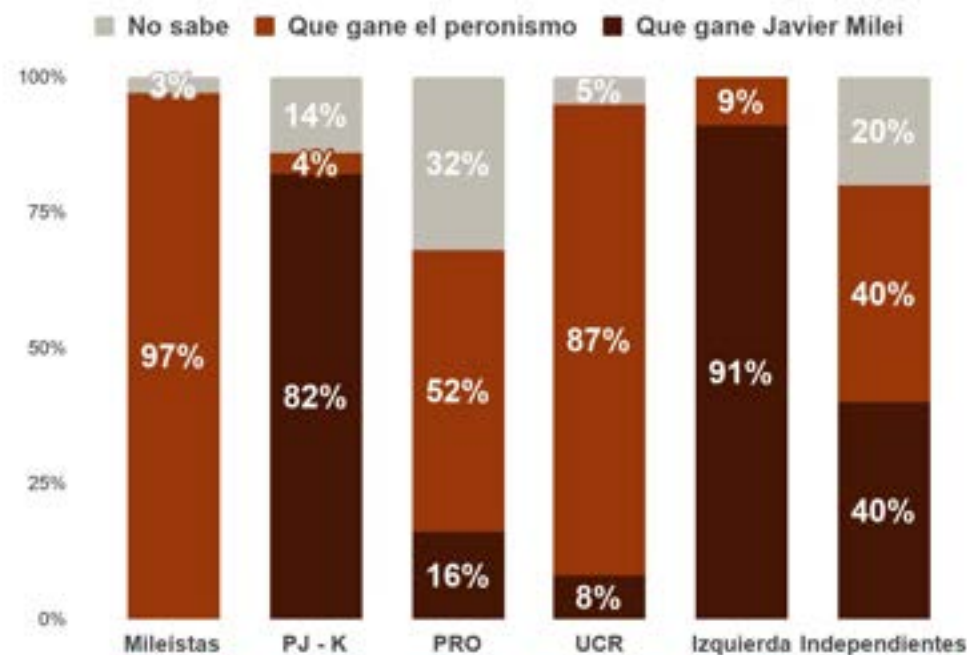
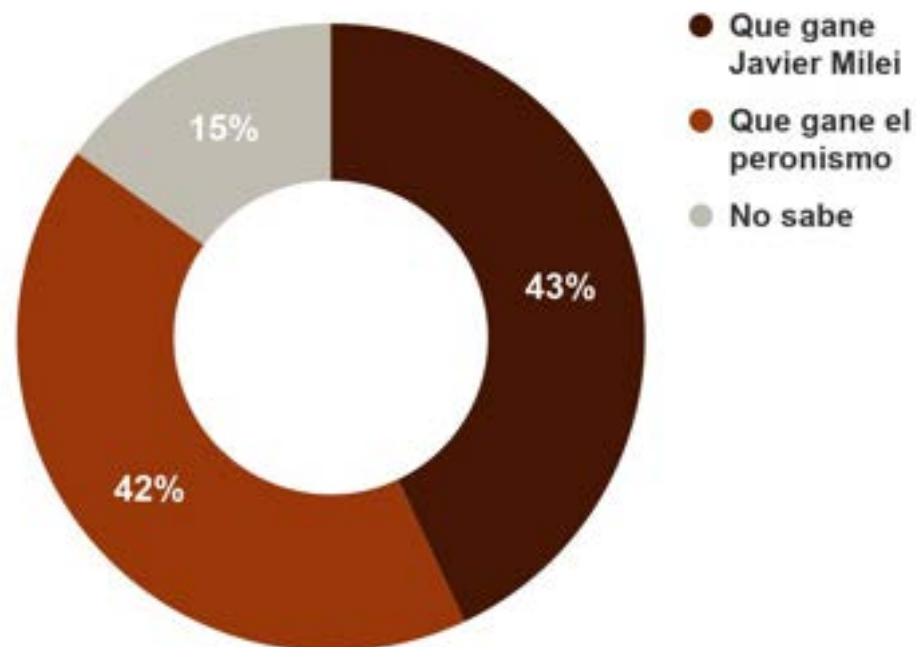
Según segmentación



Percepción sobre si sería peor para el país que gane Milei vs. que gane el peronismo en 2027

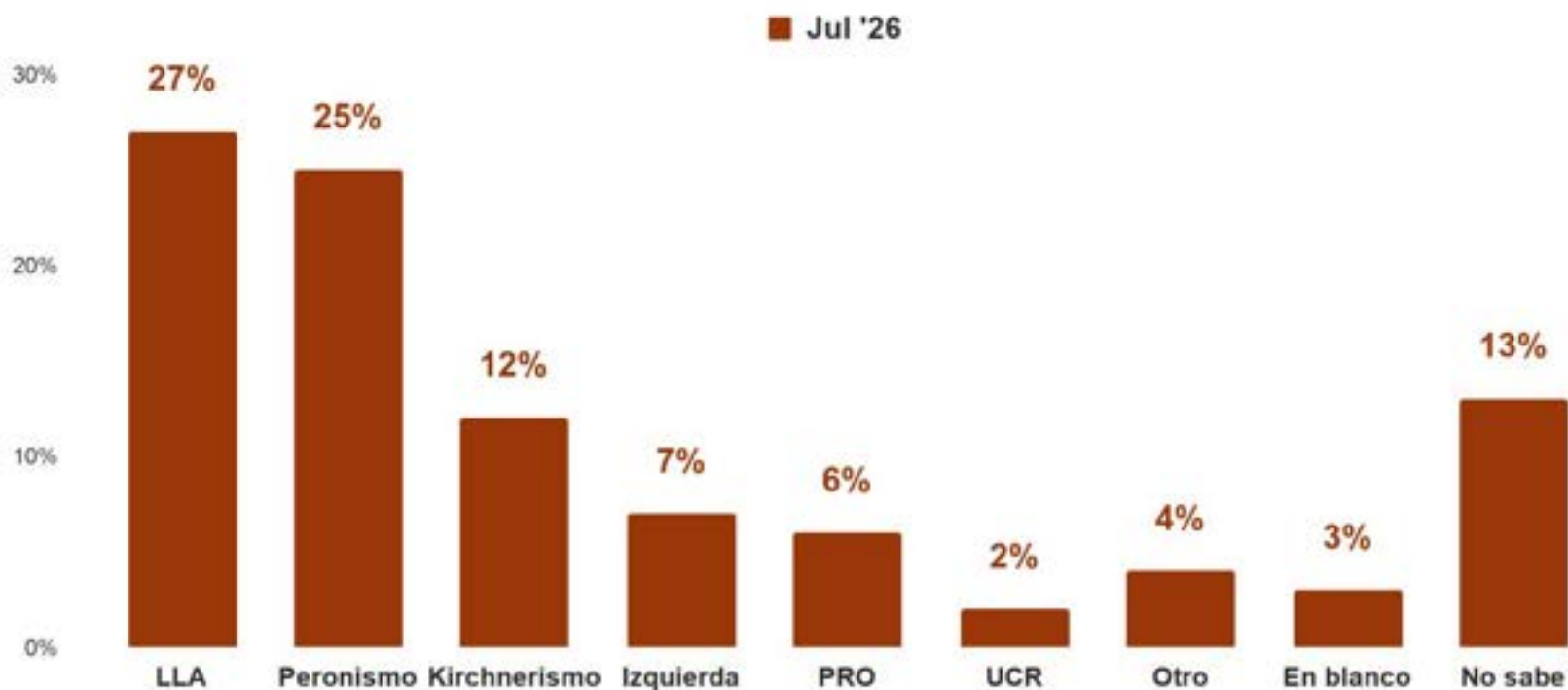
Si tuviera que elegir, ¿qué sería peor para el país?

Según segmentación



Intención de voto por espacio partidario

Si bien todavía falta mucho, imagine que mañana hay que elegir al nuevo presidente del país. ¿Al candidato de qué partido votaría?



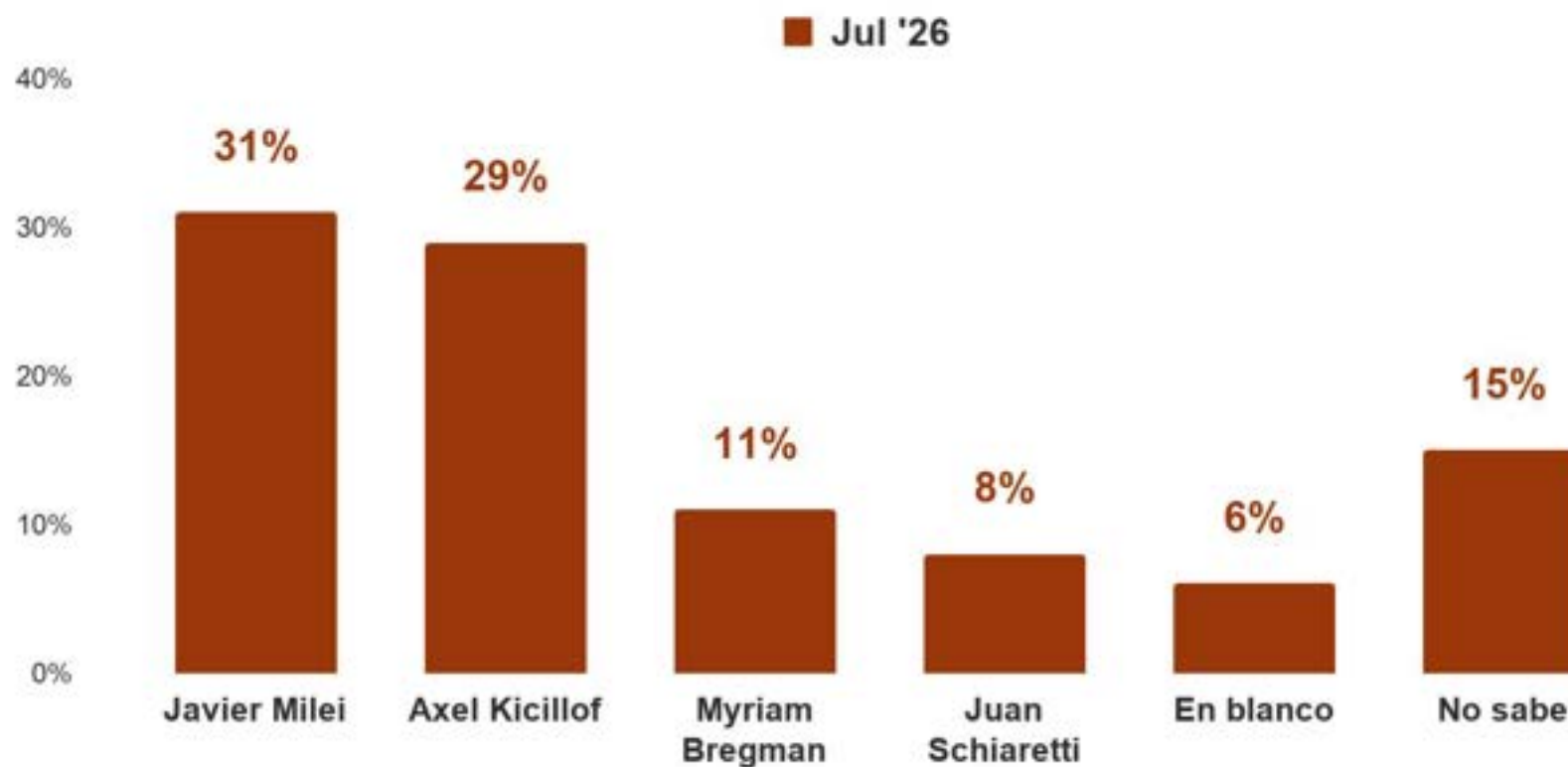
Intención de voto por espacio partidario

Si bien todavía falta mucho, imagine que mañana hay que elegir al nuevo presidente del país. ¿Al candidato de qué partido votaría? Según segmentación política

	Mileístas	PJ - K	PRO	UCR	Izq.	Indep.
LLA	96%	-	15%	44%	-	15%
Peronismo	1%	59%	-	-	-	20%
Kirchnerismo	-	30%	-	-	-	8%
Izquierda	-	10%	-	-	84%	6%
PRO	2%	-	75%	2%	-	3%
UCR	-	-	-	45%	-	2%
Otro	-	-	2%	3%	10%	9%
En blanco	1%	-	1%	-	-	6%
No sabe	1%	1%	6%	5%	7%	29%

Escenario electoral N°1

¿A cuál de los siguientes dirigentes votaría usted?



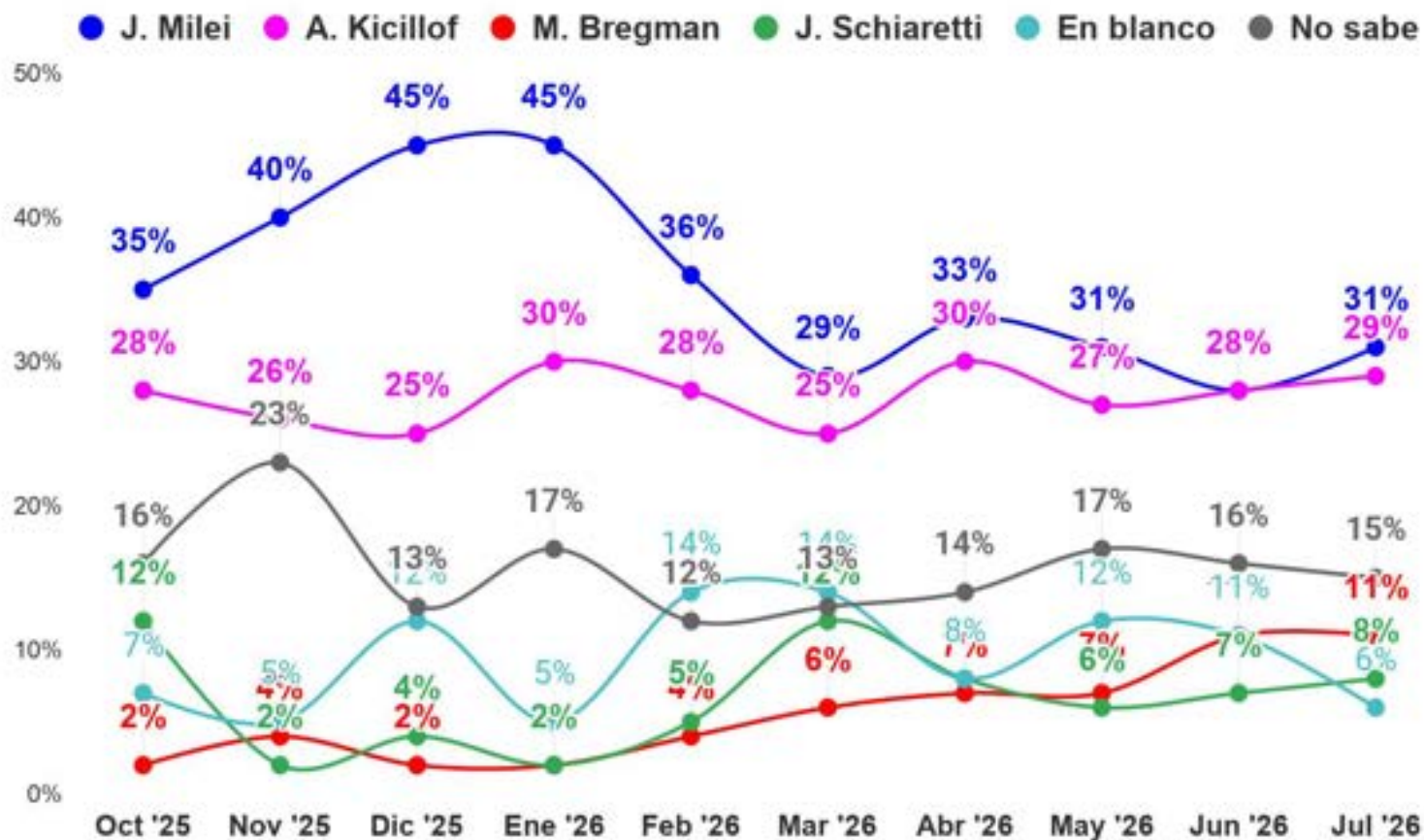
Escenario electoral N°1

¿A cuál de los siguientes dirigentes votaría usted? Según segmentación política

	Mileístas	PJ - K	PRO	UCR	Izquierda	Independ.
Javier Milei	96%	-	42%	46%	-	19%
Axel Kicillof	-	73%	1%	1%	6%	18%
Myriam Bregman	-	14%	5%	2%	93%	12%
Juan Schiaretti	1%	10%	3%	3%	-	11%
En blanco	1%	1%	18%	5%	-	11%
No sabe	2%	2%	32%	42%	2%	28%

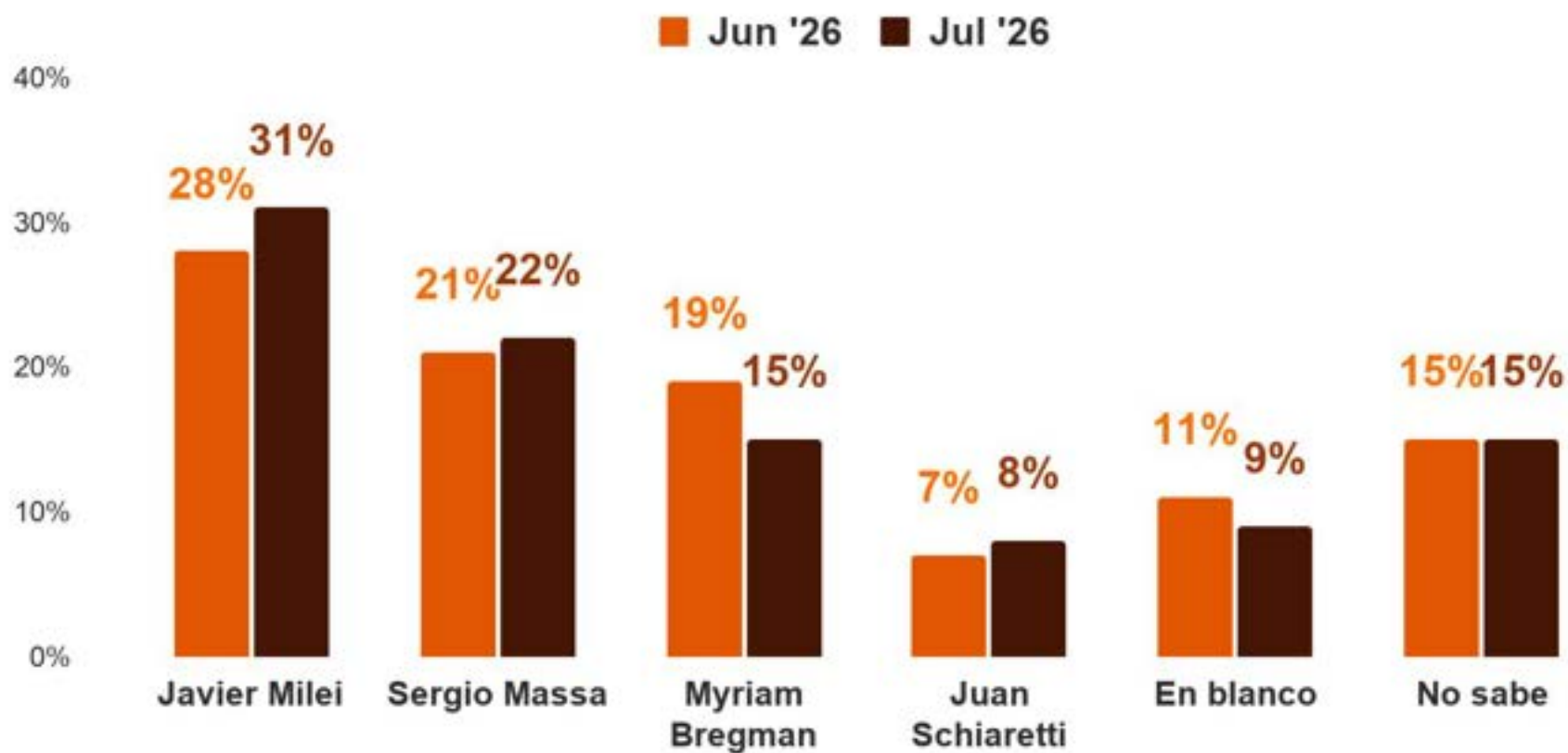
Escenario electoral N°1

¿A cuál de los siguientes dirigentes votaría usted? *Evolución histórica*



Escenario electoral N°2

¿A cuál de los siguientes dirigentes votaría usted?



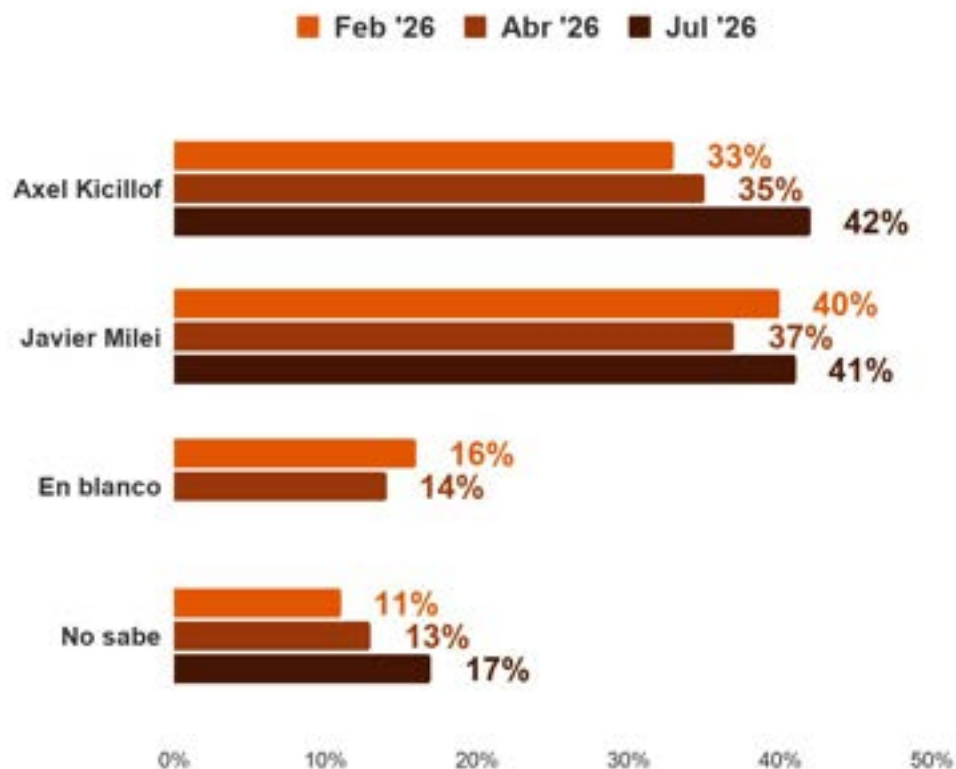
Escenario electoral N°2

¿A cuál de los siguientes dirigentes votaría usted? Según segmentación política

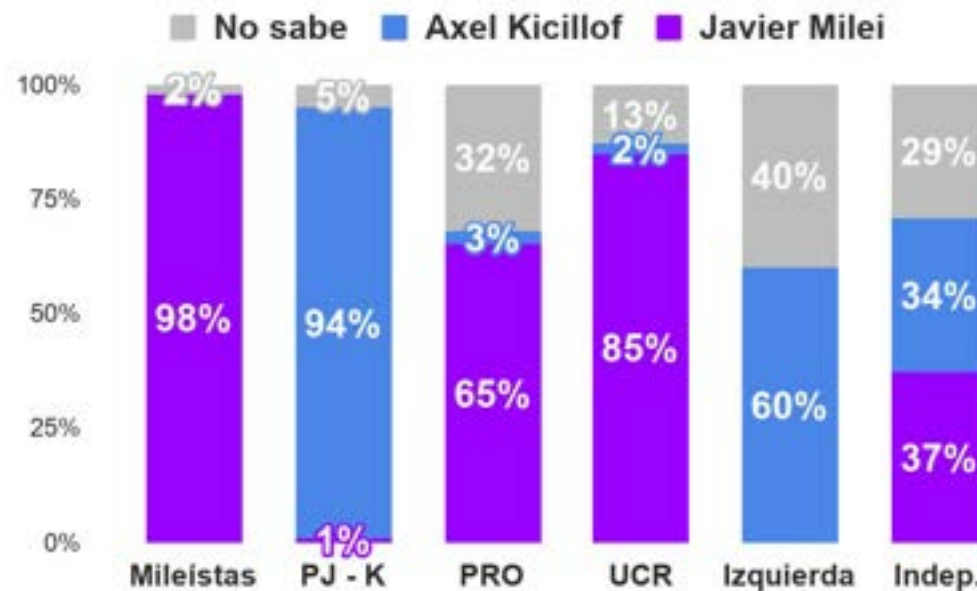
	Mileístas	PJ - K	PRO	UCR	Izquierda	Independ.
Javier Milei	97%	-	43%	40%	-	19%
Sergio Massa	-	55%	-	-	2%	15%
Myriam Bregman	-	30%	1%	2%	97%	10%
Juan Schiaretti	1%	9%	2%	3%	-	12%
En blanco	1%	3%	43%	15%	-	13%
No sabe	1%	3%	11%	39%	2%	31%

Escenario de segunda vuelta N°1

¿A cuál de los siguientes dirigentes votaría usted?

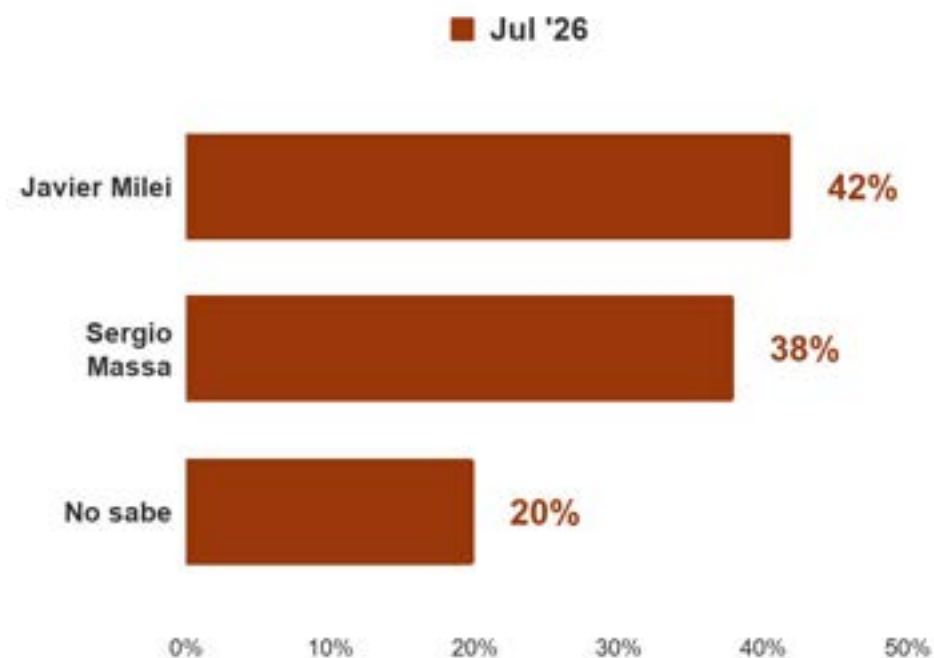


Según segmentación

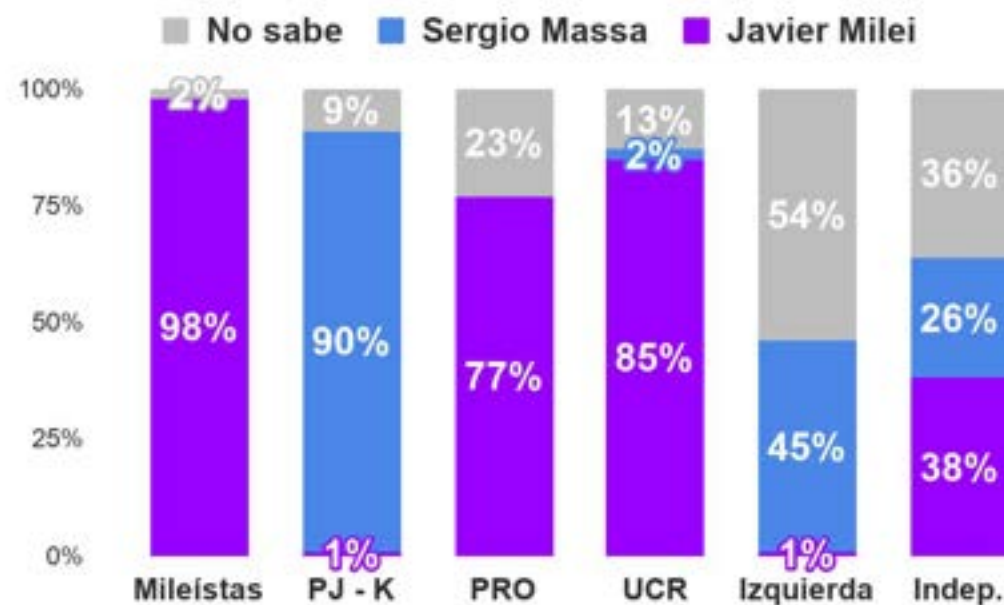


Escenario de segunda vuelta N°2

¿A cuál de los siguientes dirigentes votaría usted?

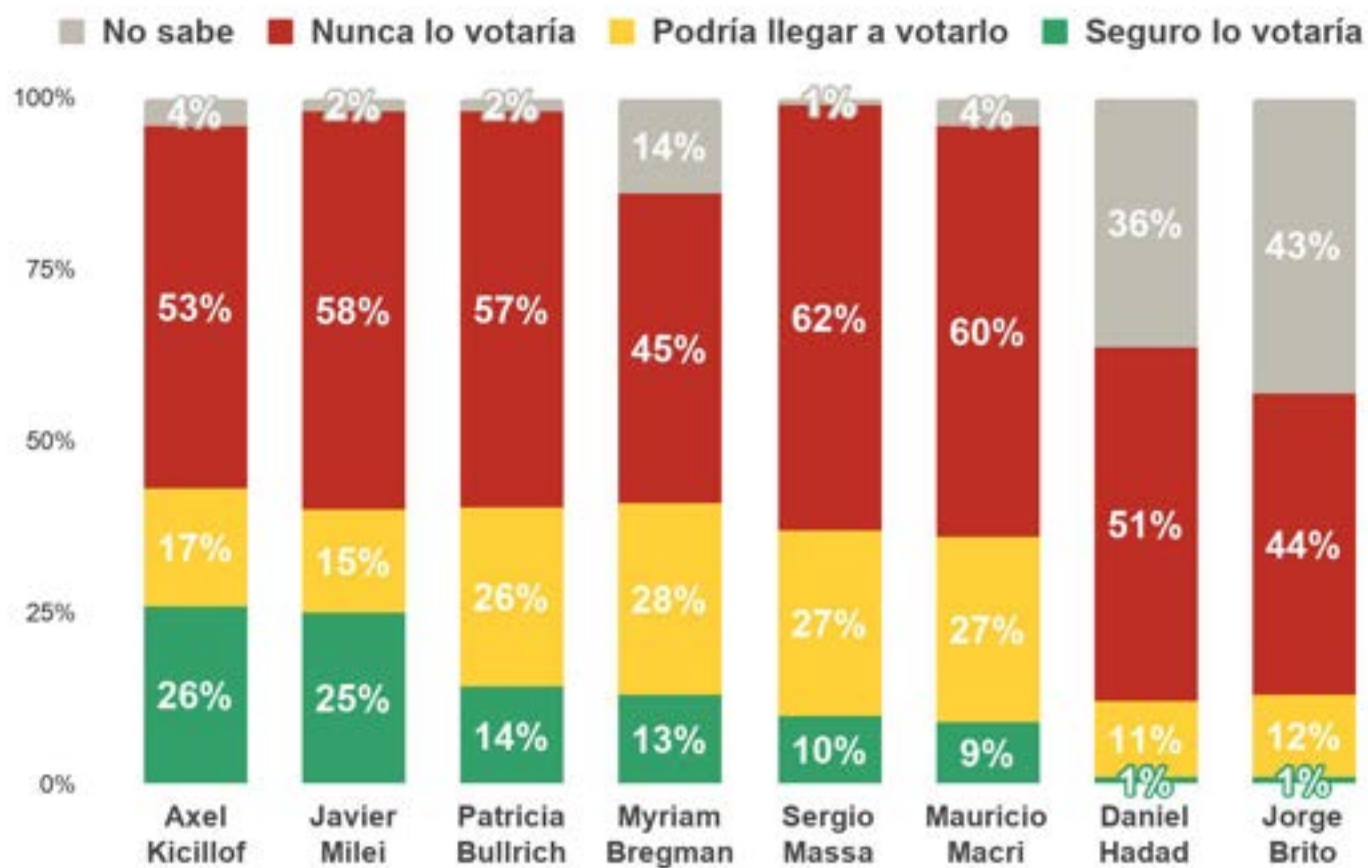


Según segmentación



Pisos y techos electorales

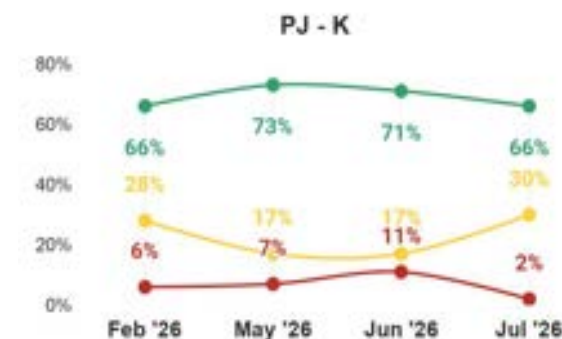
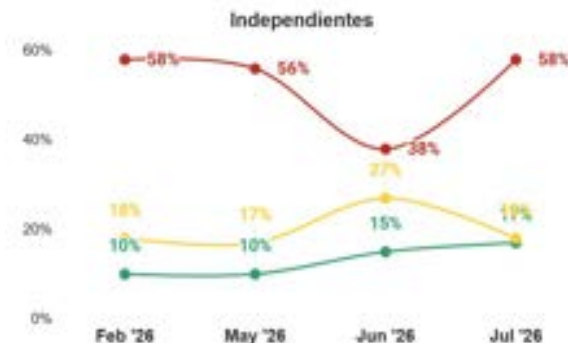
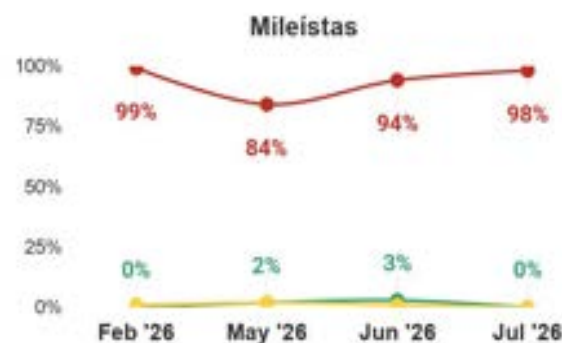
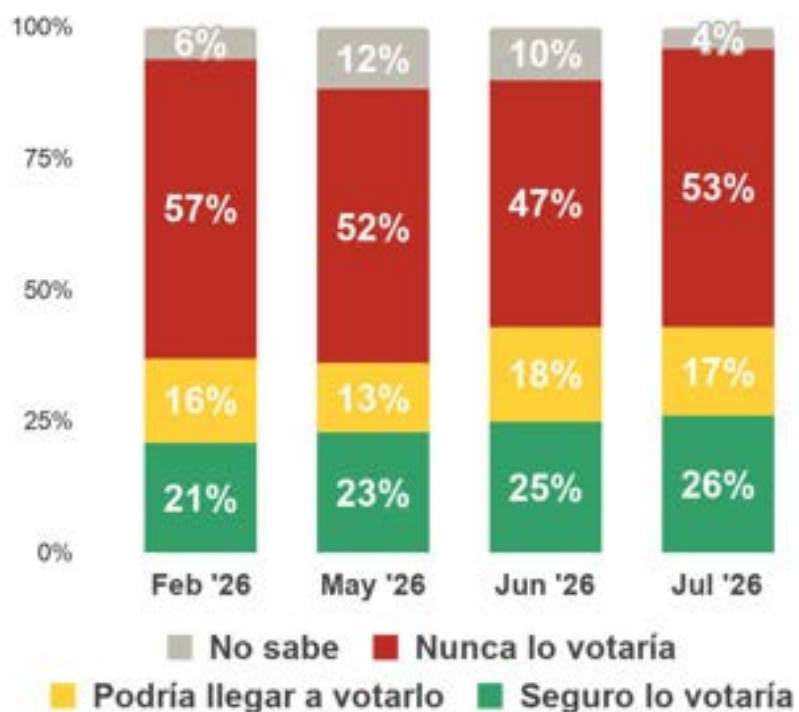
Para cada uno de los siguientes dirigentes, indique si, en caso de presentarse el año que viene como candidato a Presidente, ¿usted lo votaría, podría llegar a votarlo o nunca lo votaría?



Pisos y techos de Axel Kicillof

Indique si, en caso de presentarse Axel Kicillof el año que viene como candidato a Presidente, ¿usted lo votaría, podría llegar a votarlo o nunca lo votaría?

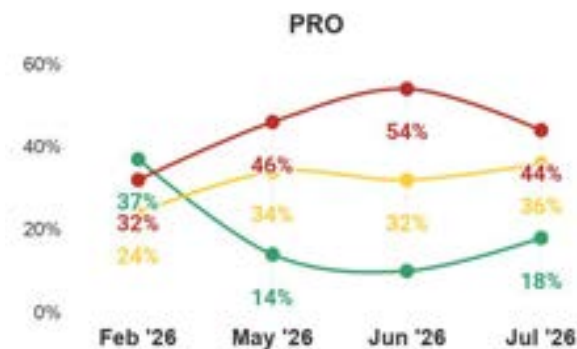
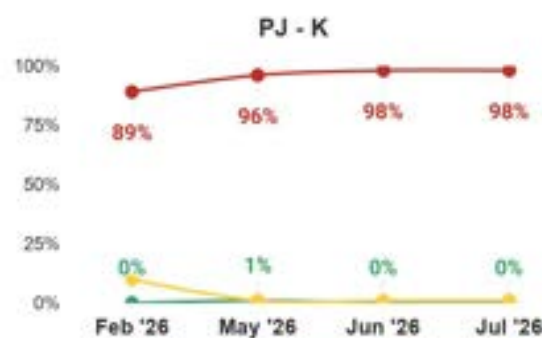
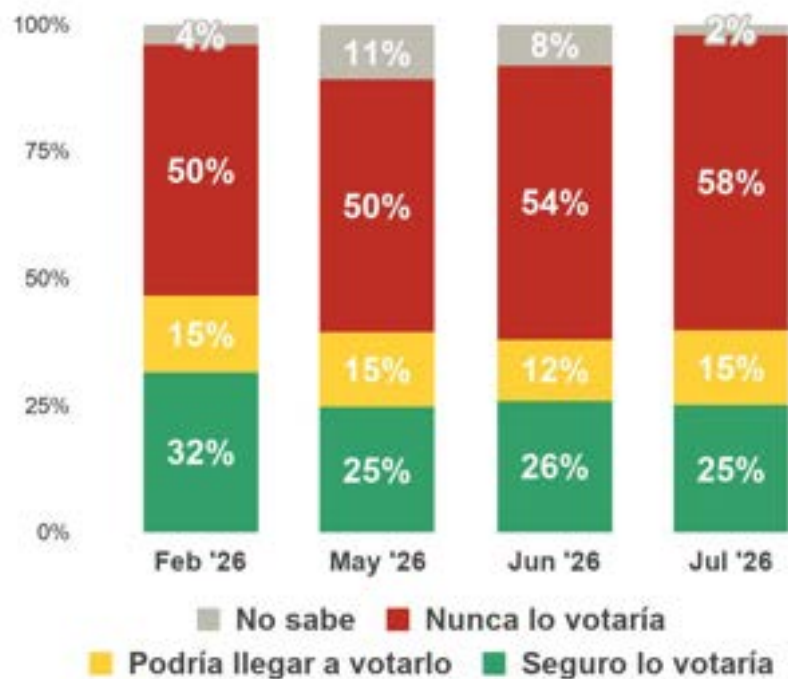
Según segmentación



Pisos y techos de Javier Milei

Indique si, en caso de presentarse Javier Milei el año que viene como candidato a Presidente, ¿usted lo votaría, podría llegar a votarlo o nunca lo votaría?

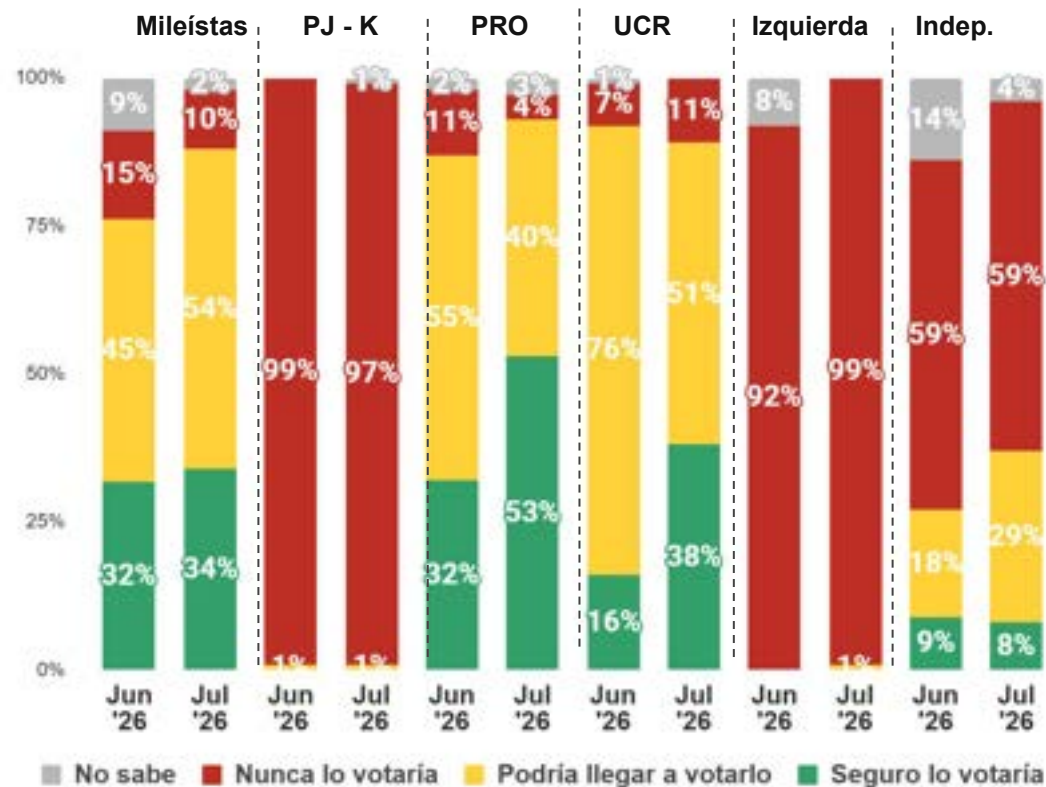
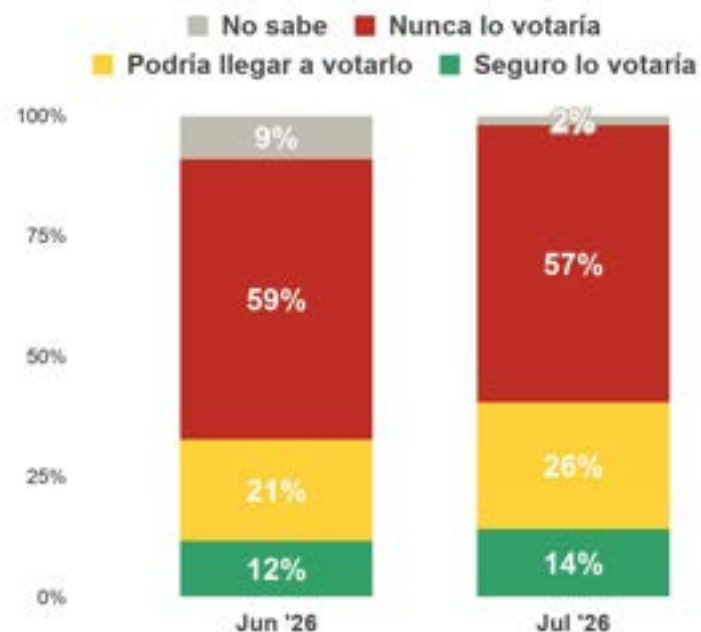
Según segmentación



Pisos y techos de Patricia Bullrich

Indique si, en caso de presentarse Patricia Bullrich el año que viene como candidata a Presidente, ¿usted la votaría, podría llegar a votarla o nunca la votaría?

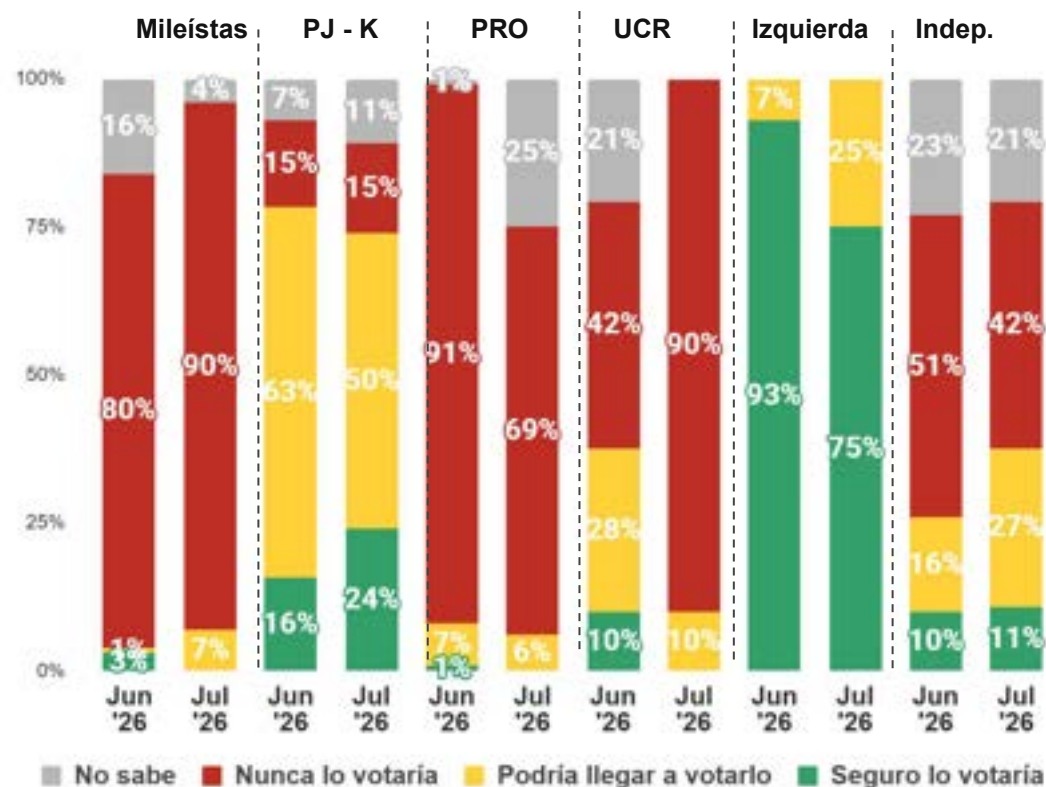
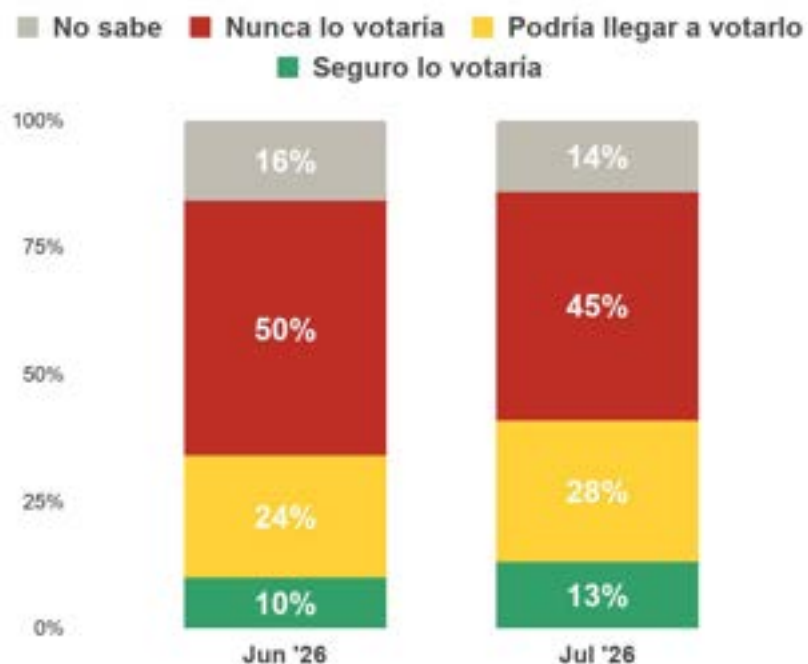
Según segmentación



Pisos y techos de Myriam Bregman

Indique si, en caso de presentarse Myriam Bregman el año que viene como candidata a Presidente, ¿usted la votaría, podría llegar a votarla o nunca la votaría?

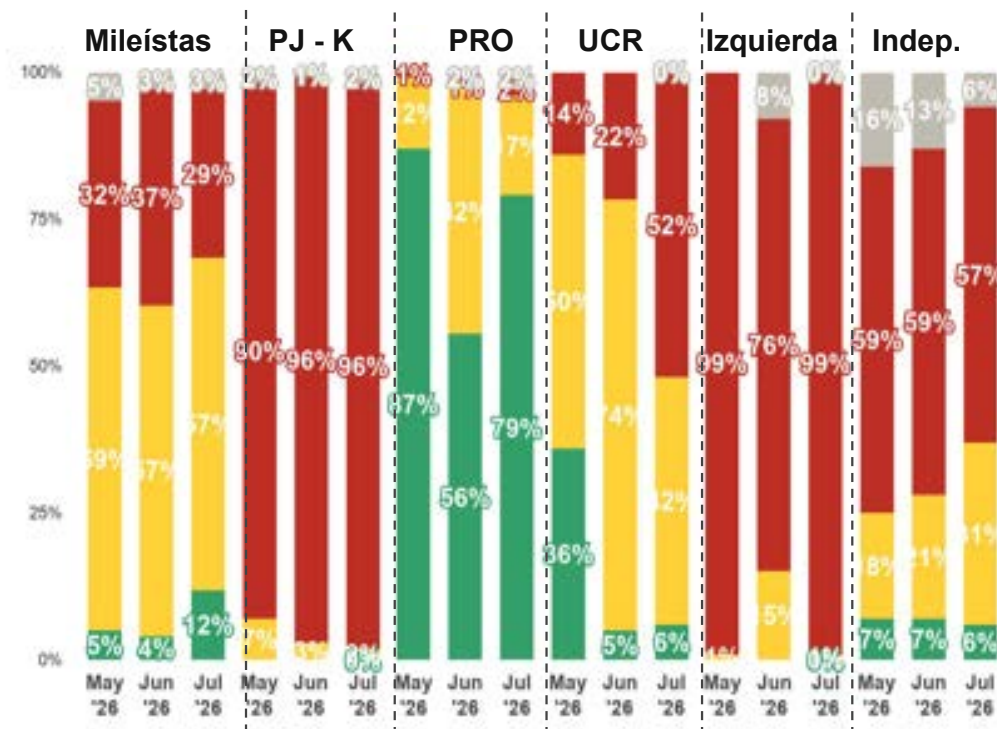
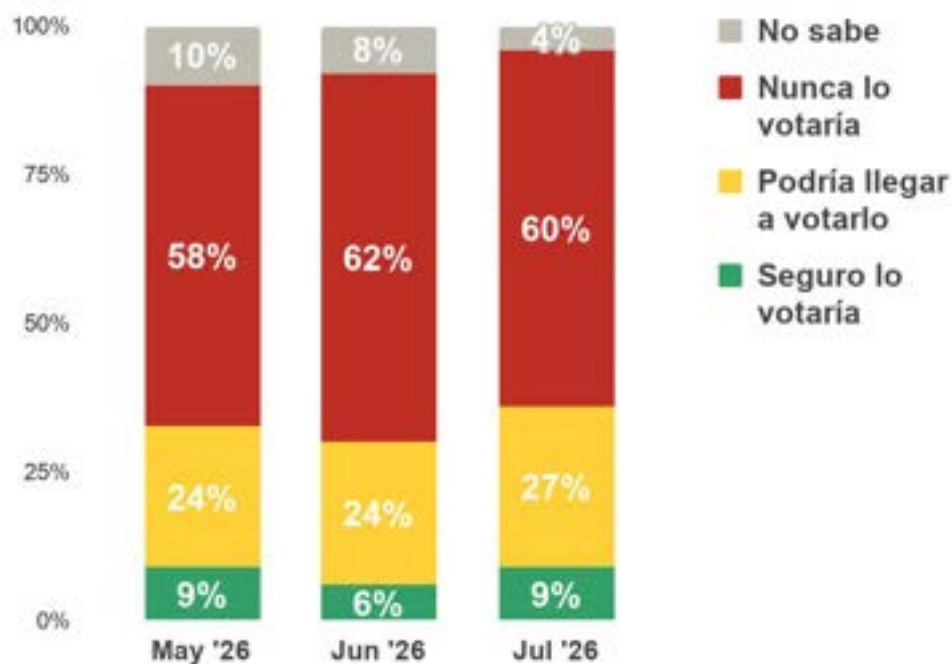
Según segmentación



Pisos y techos de Mauricio Macri

Indique si, en caso de presentarse Mauricio Macri el año que viene como candidato a Presidente, ¿usted lo votaría, podría llegar a votarlo o nunca lo votaría?

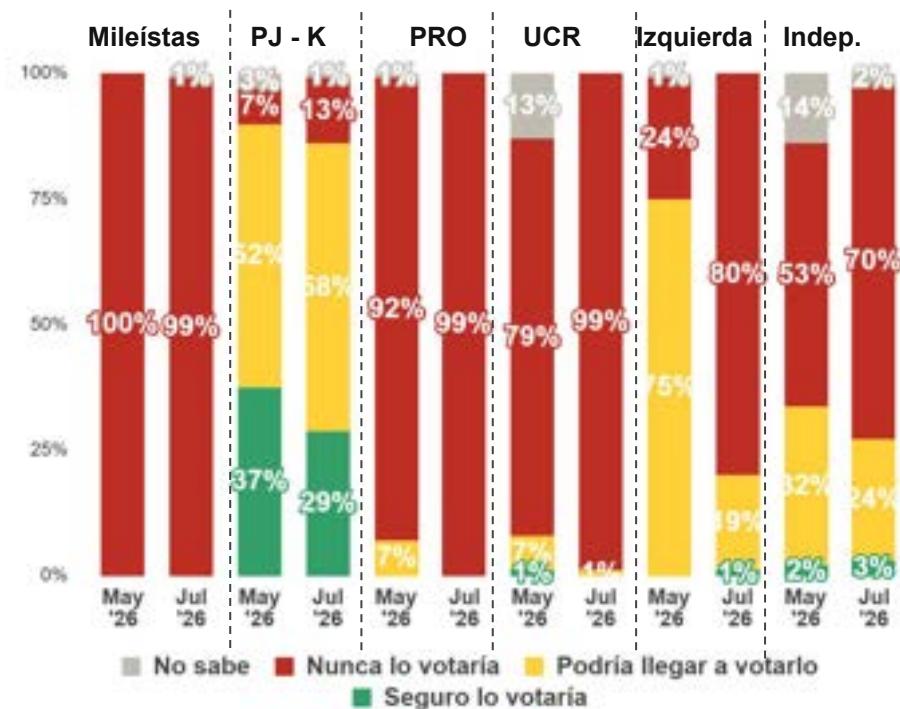
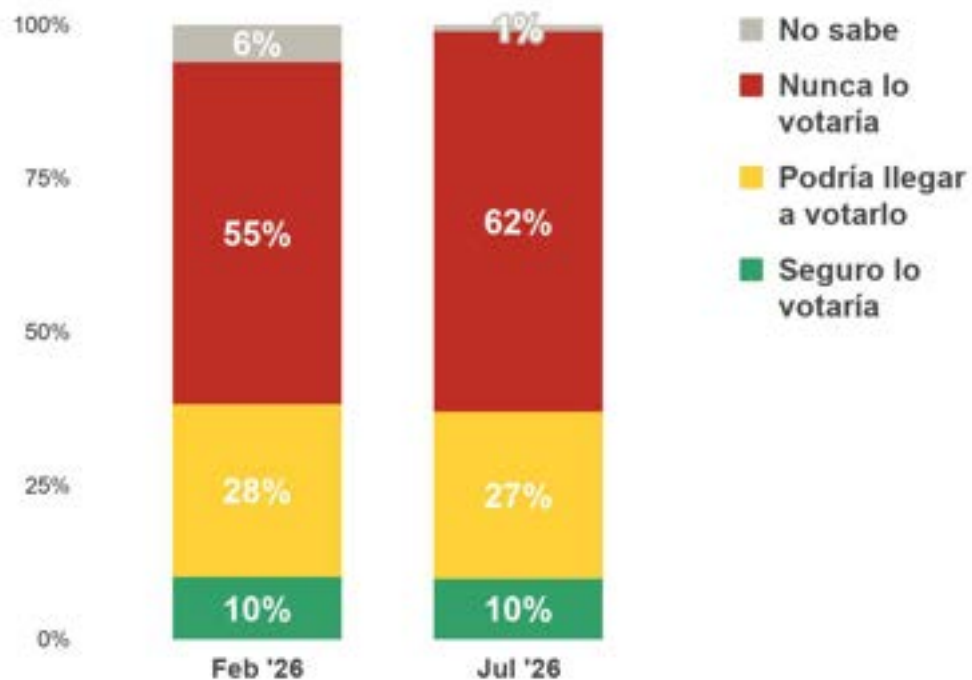
Según segmentación



Pisos y techos de Sergio Massa

Indique si, en caso de presentarse Sergio Massa el año que viene como candidato a Presidente, ¿usted lo votaría, podría llegar a votarlo o nunca lo votaría?

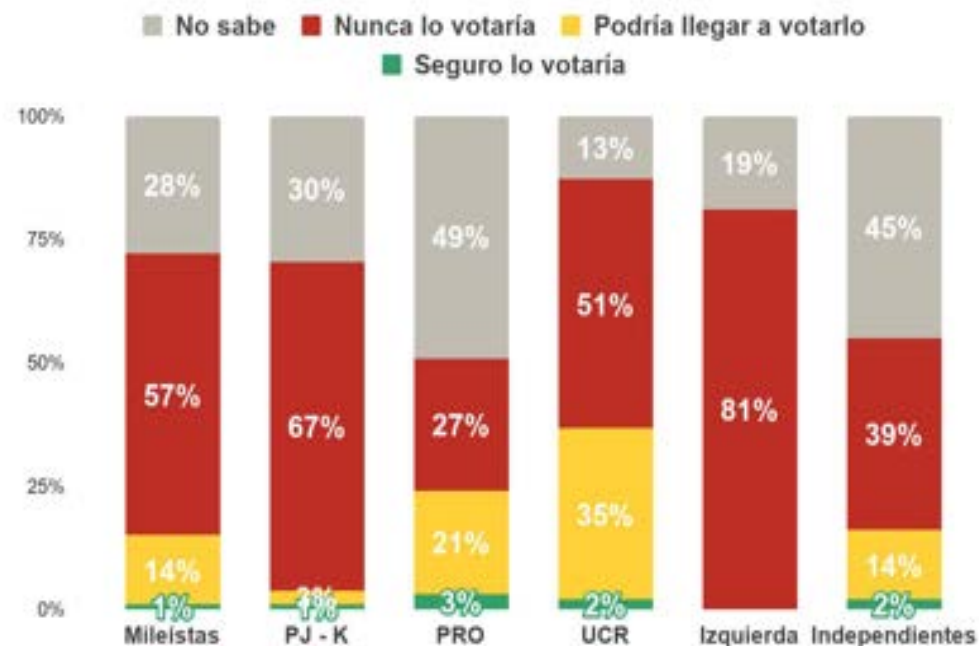
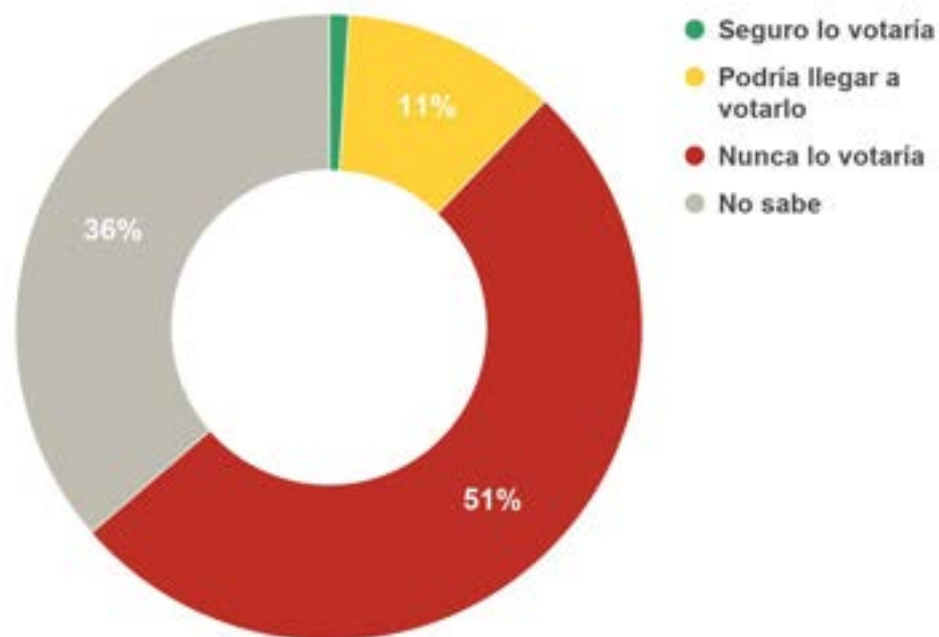
Según segmentación



Pisos y techos de Daniel Hadad

Indique si, en caso de presentarse Daniel Hadad el año que viene como candidato a Presidente, ¿usted lo votaría, podría llegar a votarlo o nunca lo votaría?

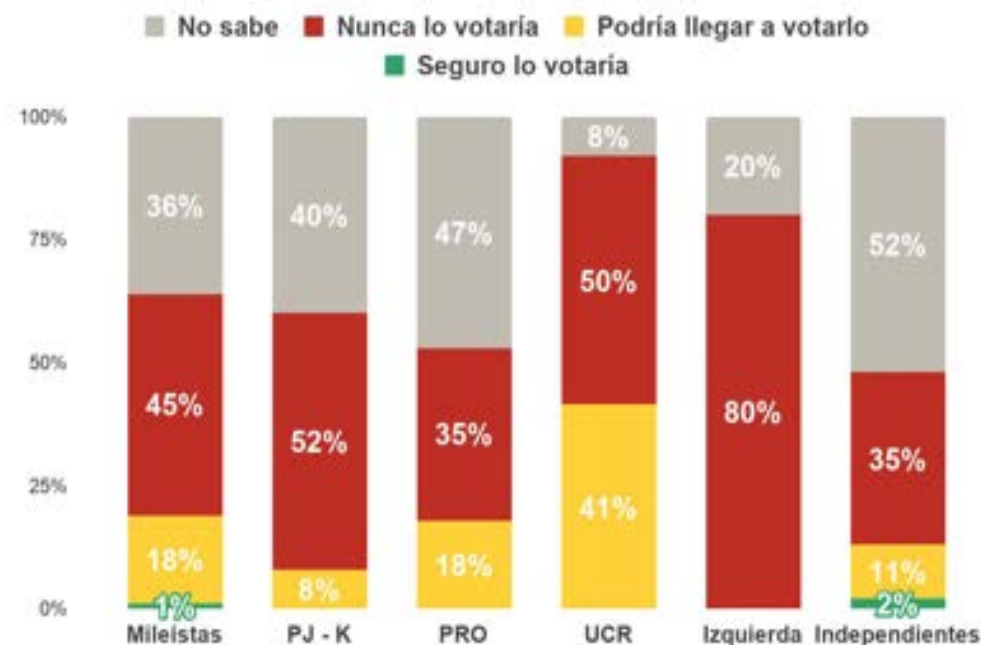
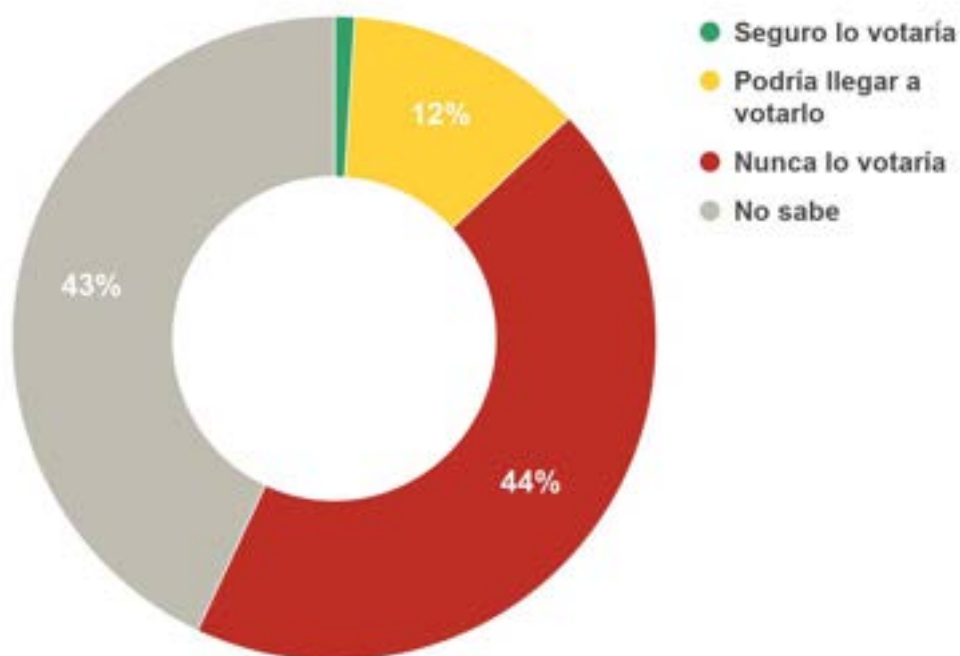
Según segmentación



Pisos y techos de Jorge Brito

Indique si, en caso de presentarse Jorge Brito el año que viene como candidato a Presidente, ¿usted lo votaría, podría llegar a votarlo o nunca lo votaría?

Según segmentación





MÓDULO ECONÓMICO



ÍNDICE

MÓDULO ECONÓMICO

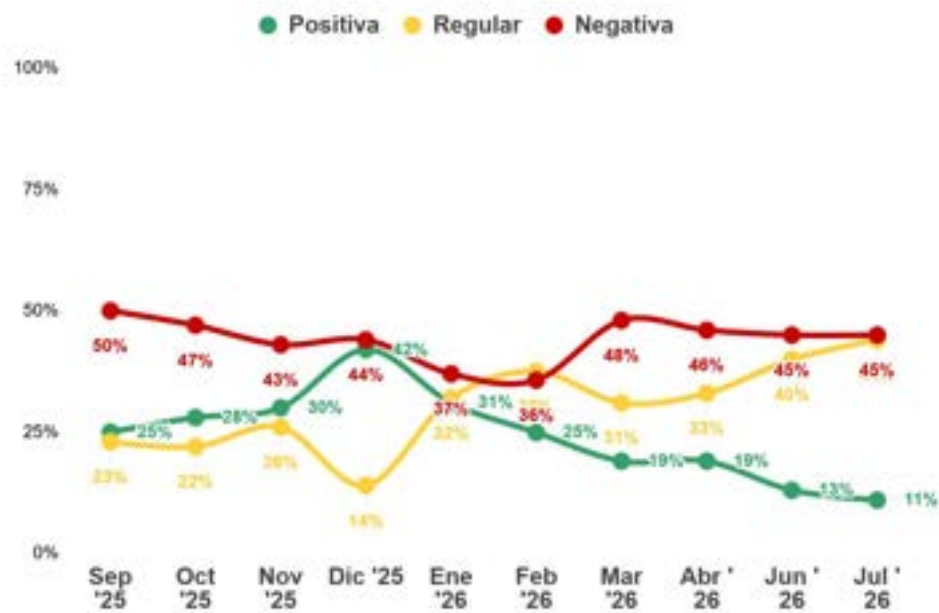
- 63 Evaluación de la situación económica del país
- 67 Evaluación de la situación económica personal
- 74 Ingresos y ahorros de los argentinos
- 80 Consumo de los argentinos

EVALUACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS

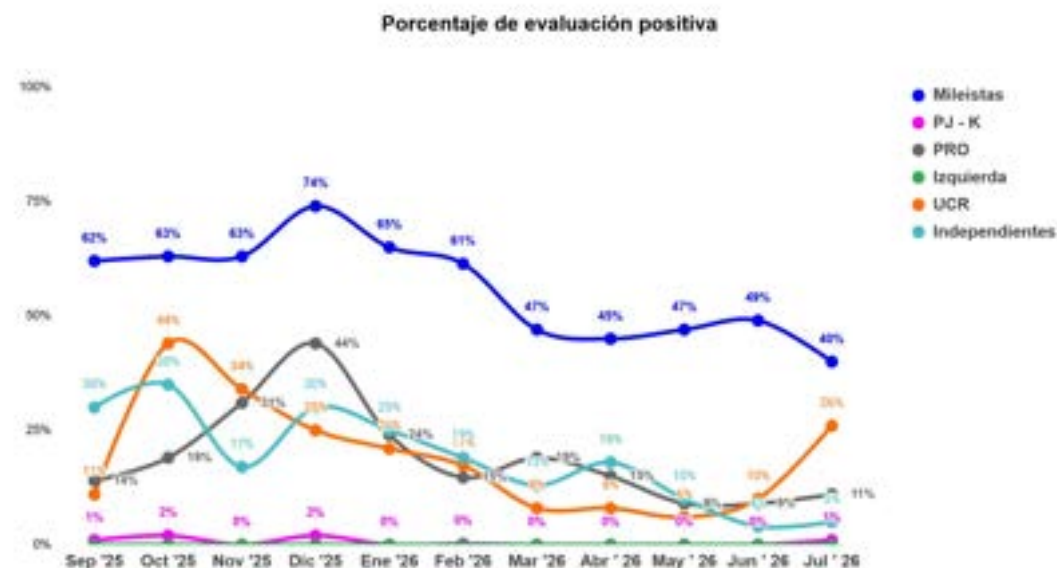


Evaluación de la situación económica del país

¿Cómo evalúa la situación económica de Argentina?



Según segmentación

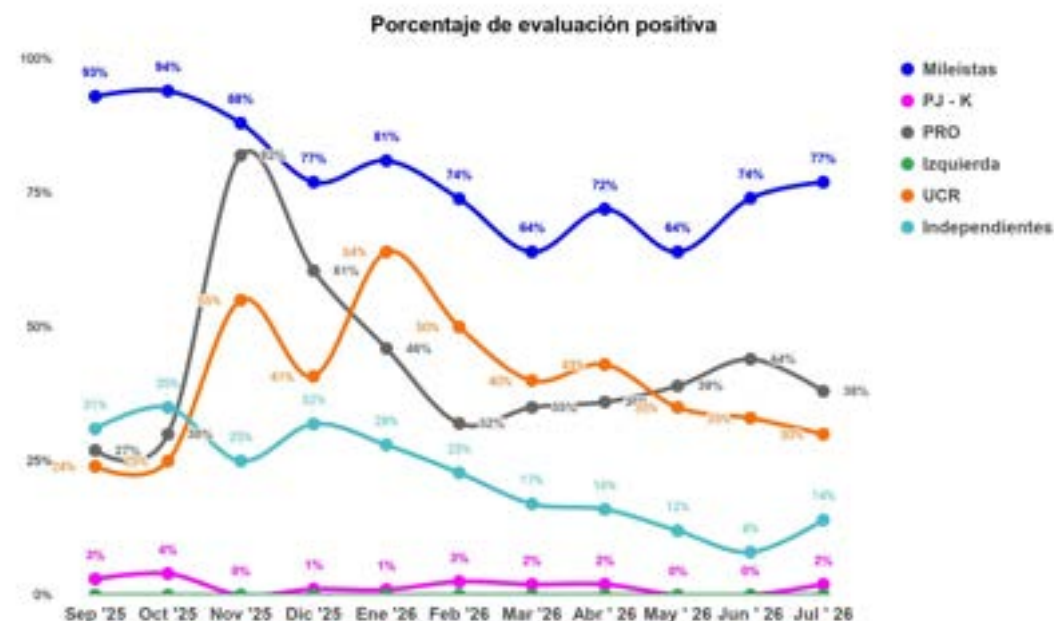
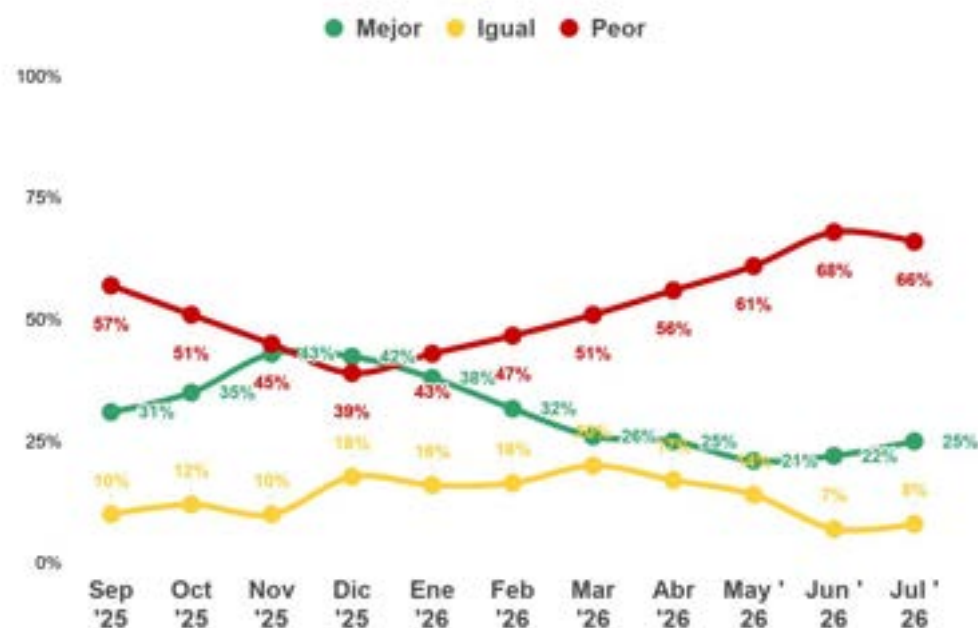


No se cita el "no sabe"

Evaluación retrospectiva de la situación económica del país

En comparación con hace dos años, ¿diría que la economía del país está mejor, igual o peor?

Según segmentación

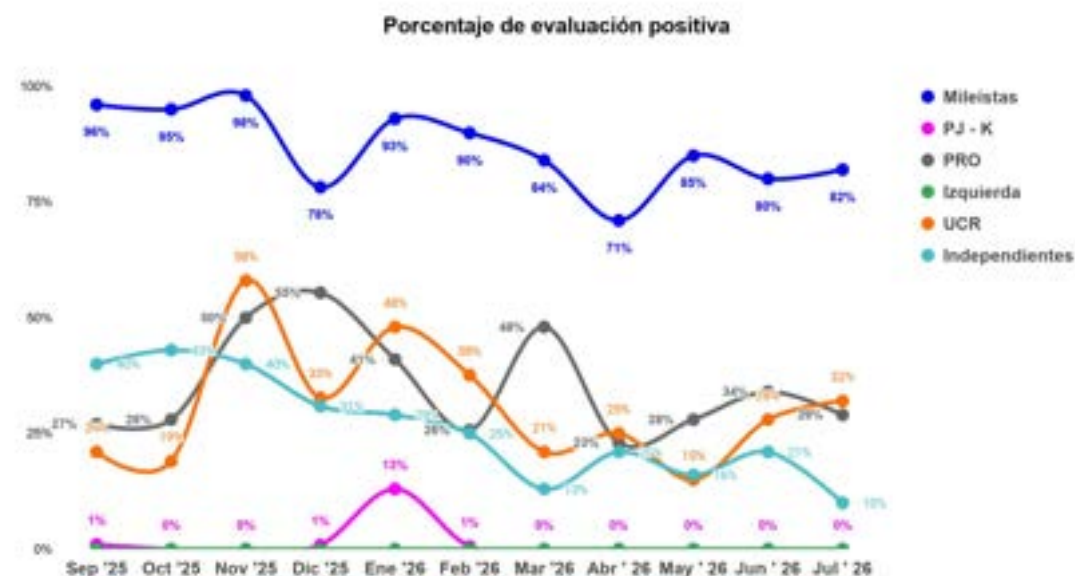
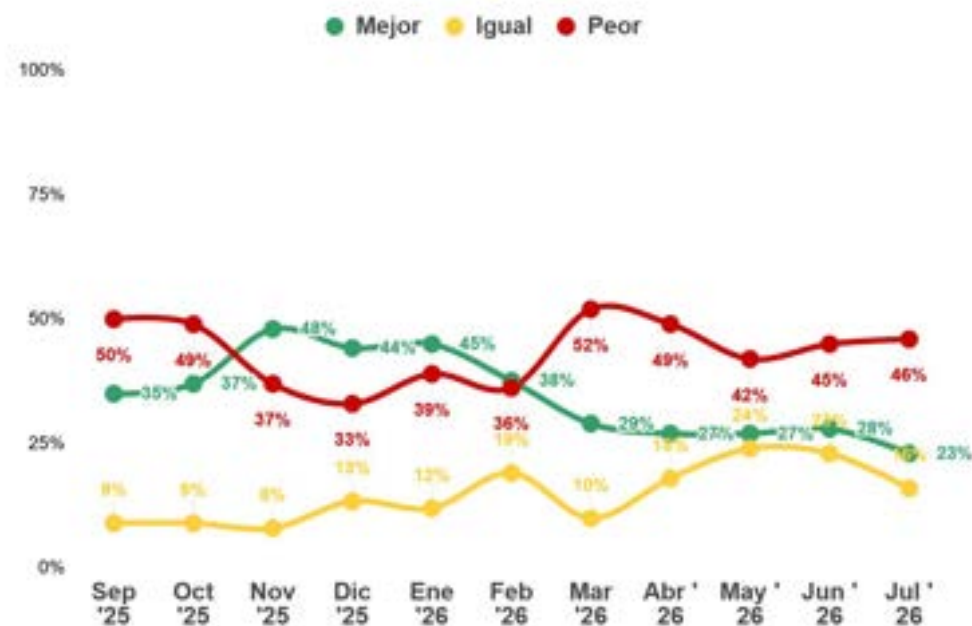


No se cita el "no sabe"

Evaluación prospectiva de la situación económica del país

¿Y cómo cree que estará la situación económica de Argentina dentro de un año?

Según segmentación



No se cita el “no sabe”

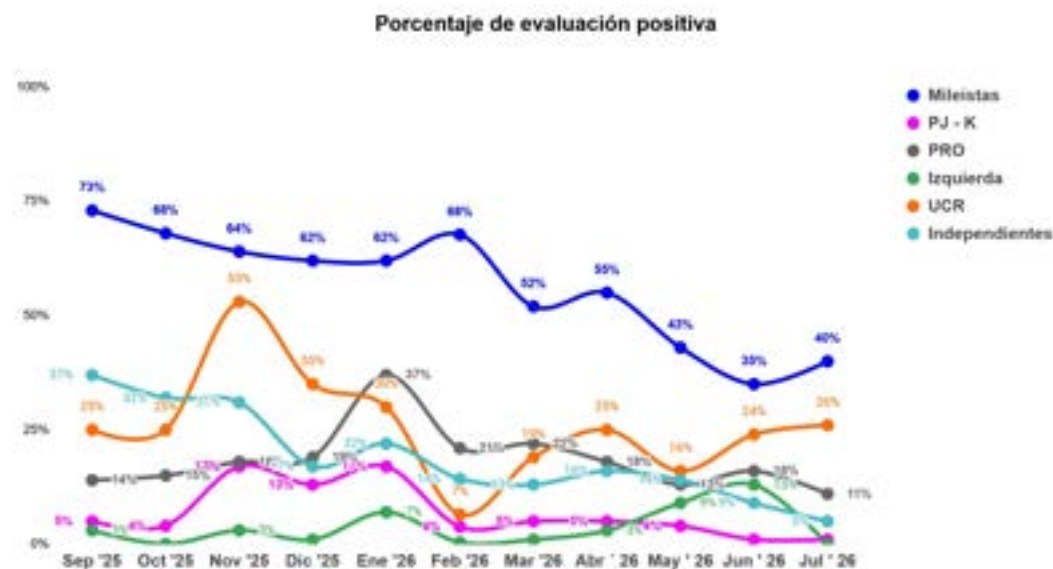
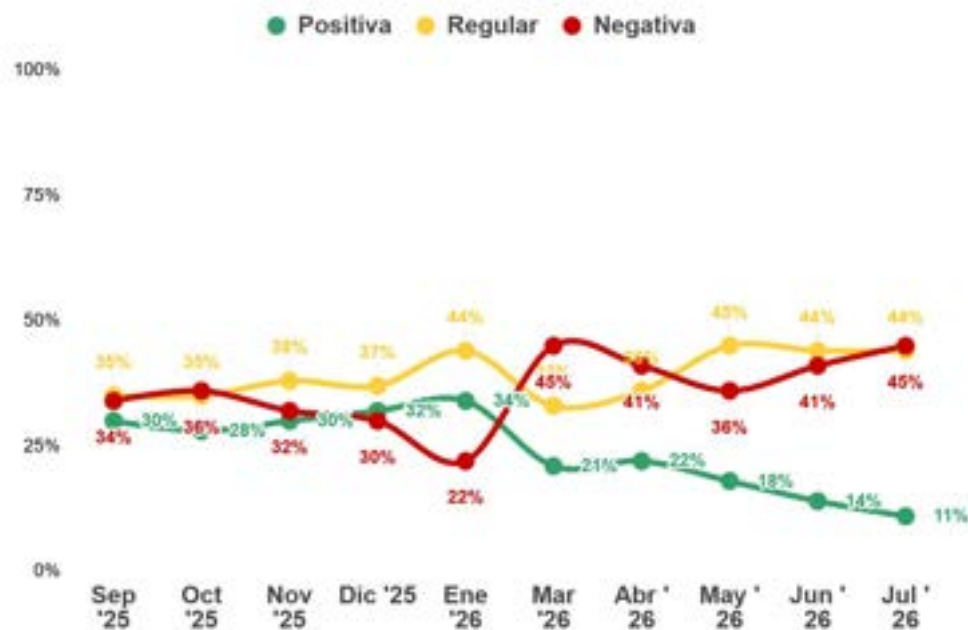
EVALUACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL



Evaluación de la situación económica personal

¿Cómo evalúa su situación económica personal?

Según segmentación

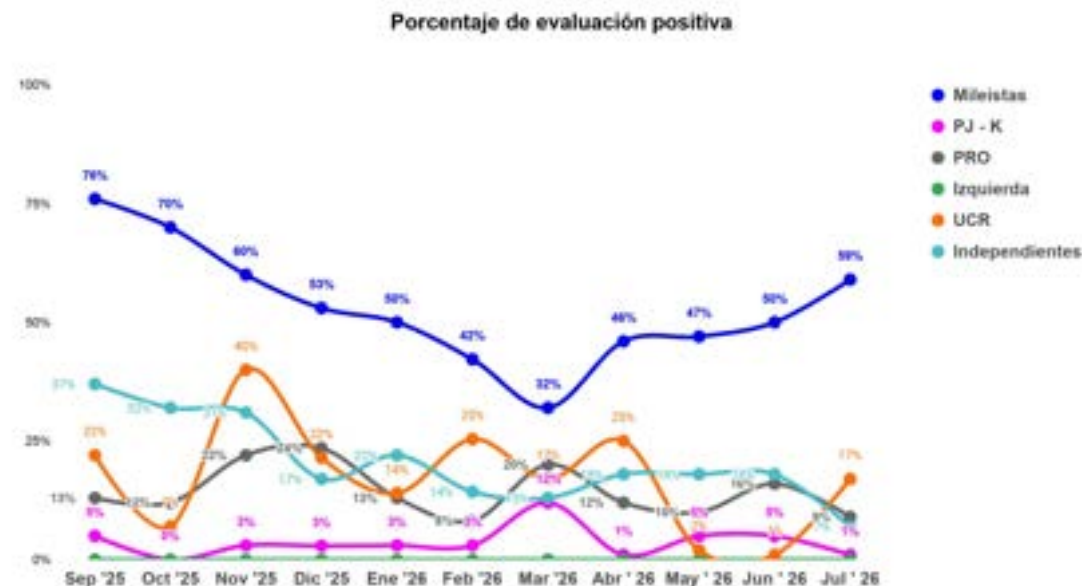
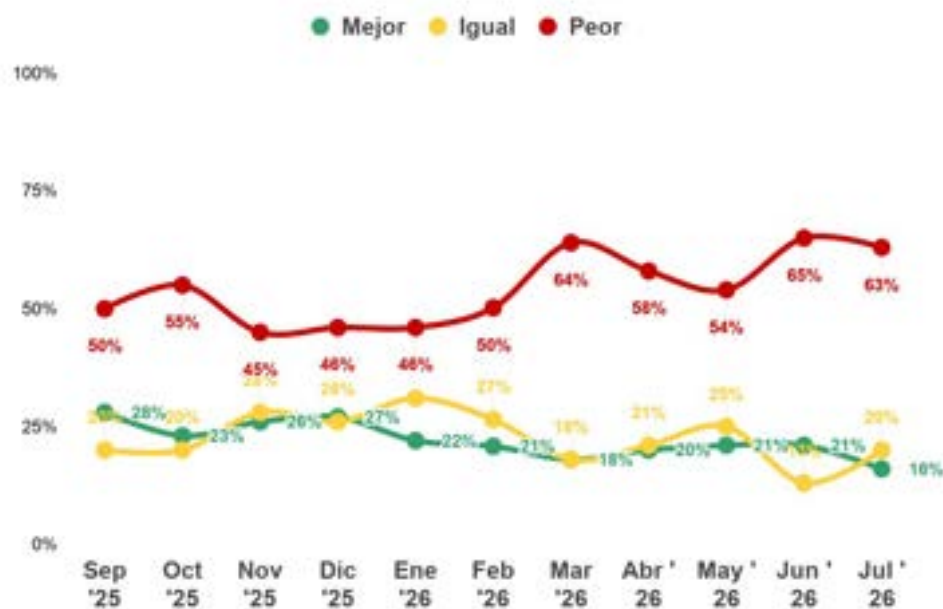


No se cita el "no sabe"

Evaluación retrospectiva de la situación económica personal

En comparación con hace dos años, ¿diría que su economía personal está mejor, igual o peor?

Según segmentación

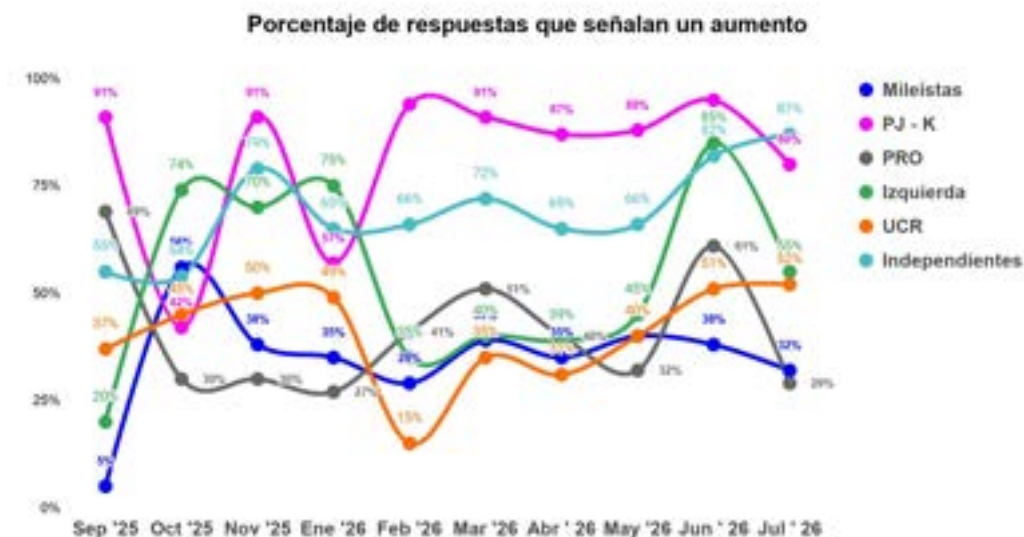
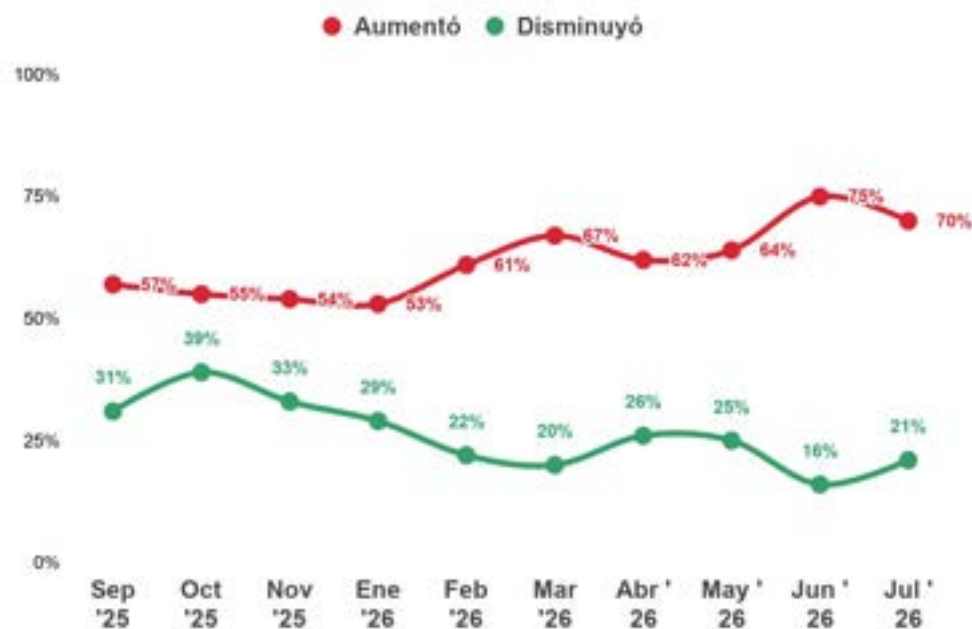


No se cita el "no sabe"

Percepción sobre el nivel de endeudamiento personal/familiar

En el último año, su nivel de endeudamiento personal/familiar:

Según segmentación

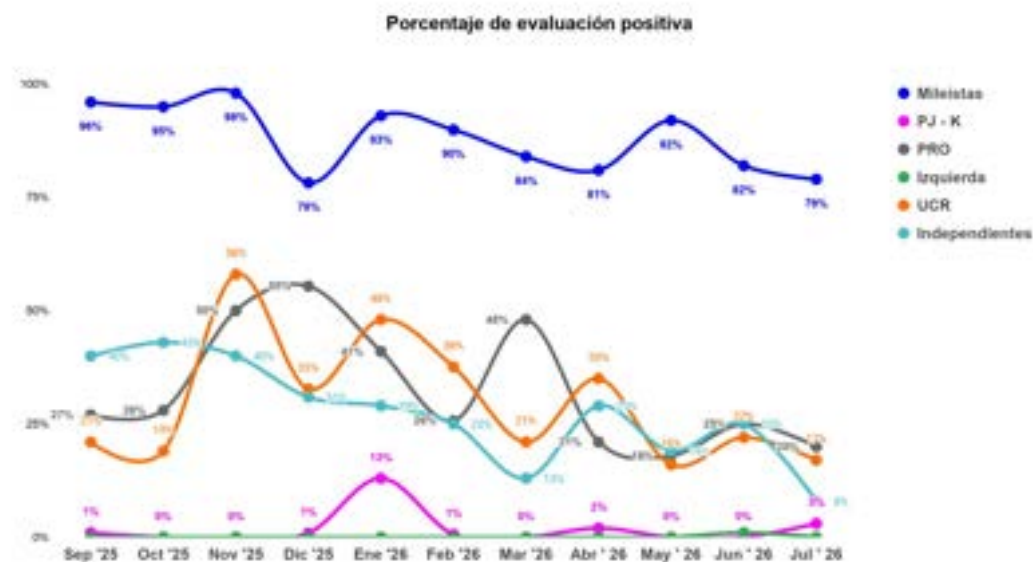
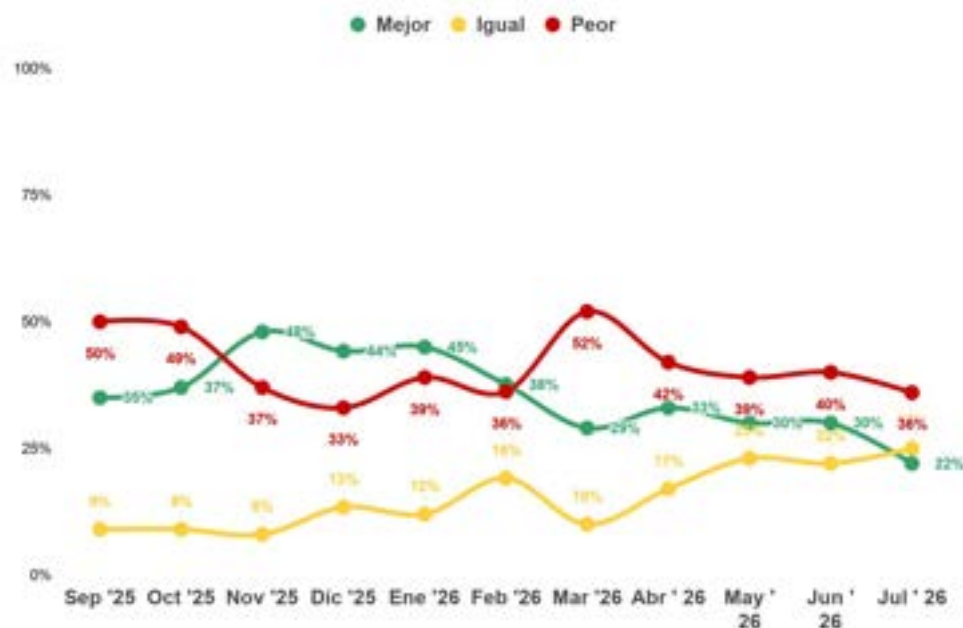


No se cita el "no sabe"

Evaluación prospectiva de la situación económica dentro de un año

¿Y cómo cree que estará su situación económica dentro de un año?

Según segmentación

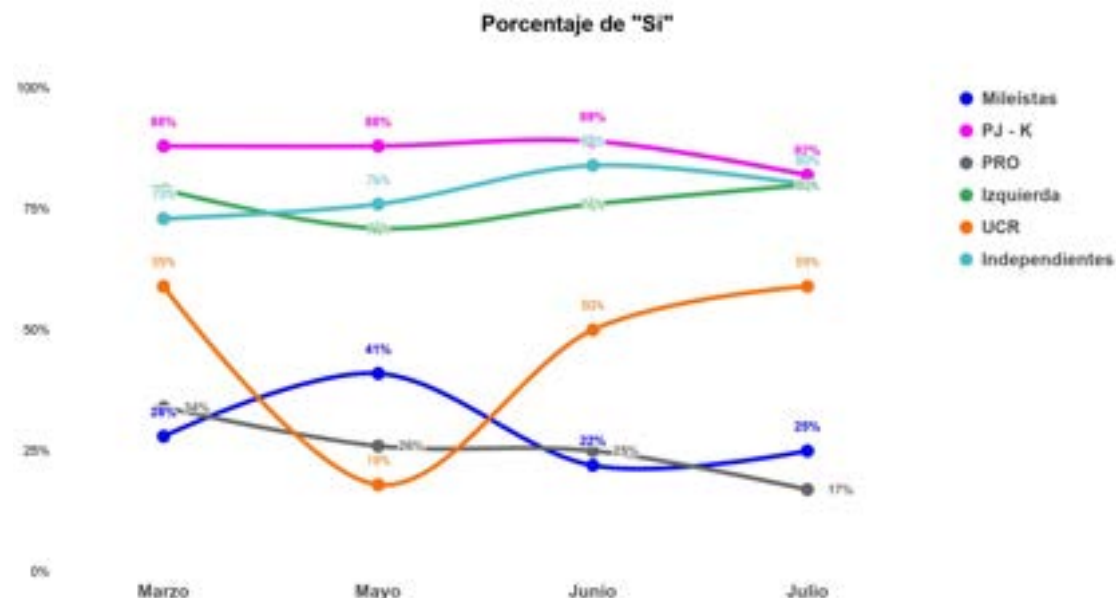
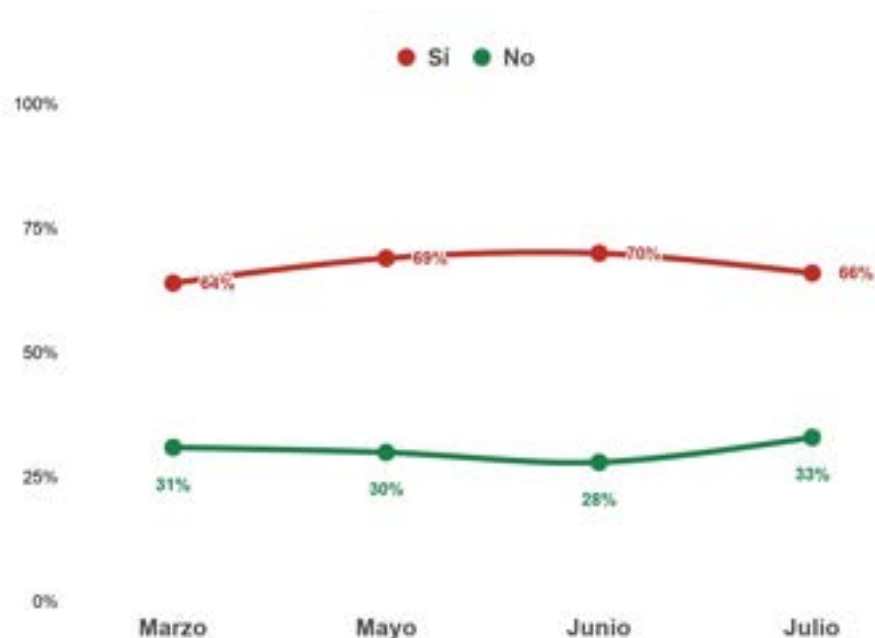


No se cita el "no sabe"

Experiencia personal del desempleo en el entorno familiar

¿Usted conoce alguna persona de su familia cercana (padre, hijos o hermanos) que perdió el trabajo en los últimos tres meses?

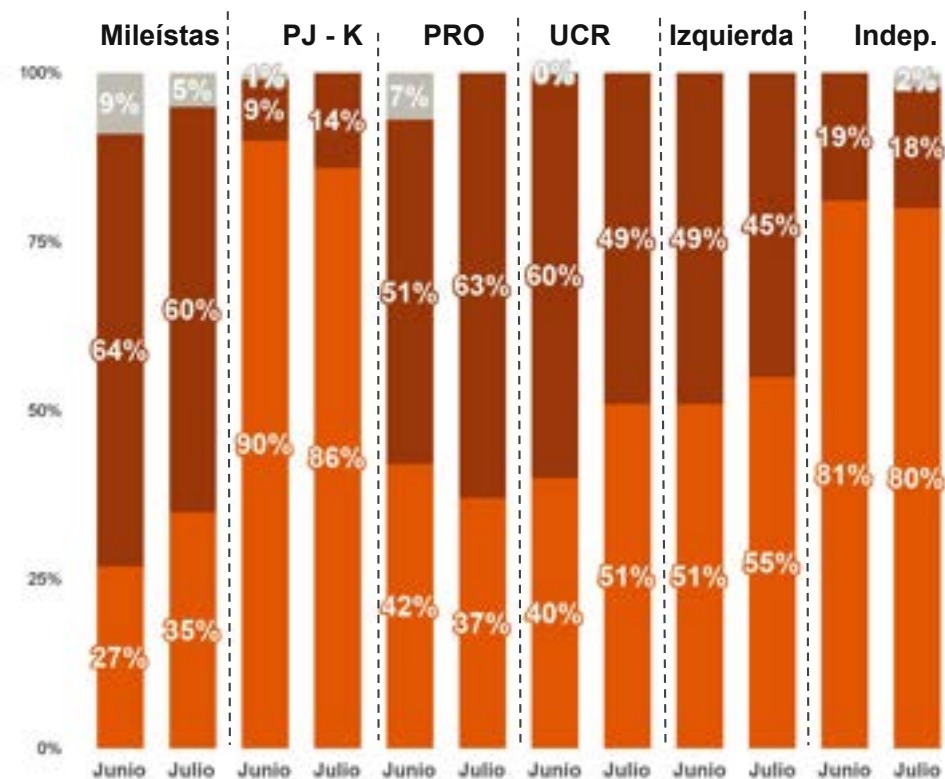
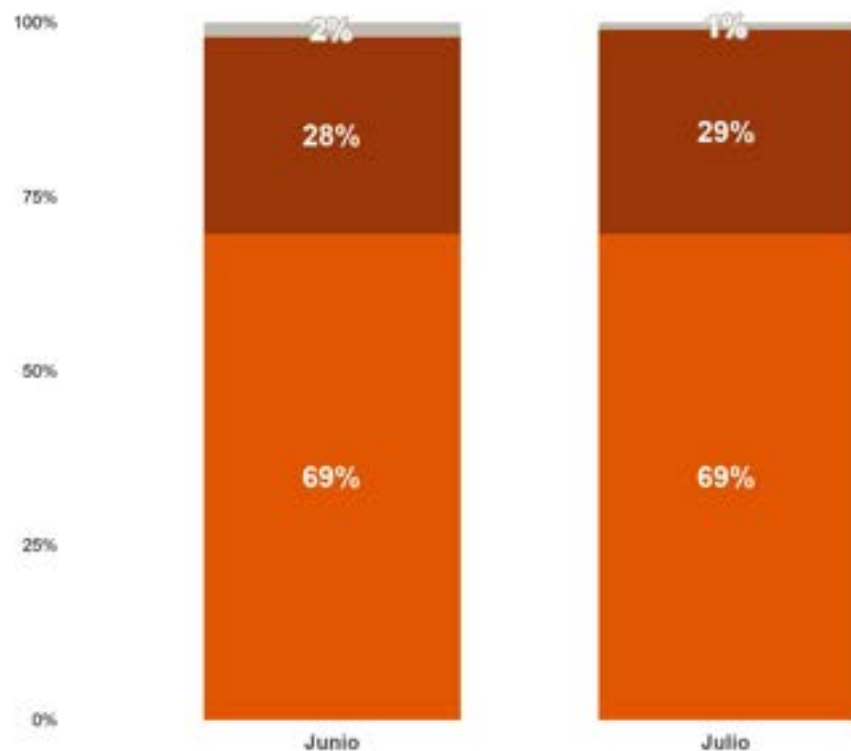
Según segmentación



Búsqueda de ingresos extras en los últimos 12 meses

Durante los últimos 12 meses, ¿usted tuvo que generar ingresos adicionales para cubrir sus gastos habituales o mantener su nivel de vida?

Según segmentación



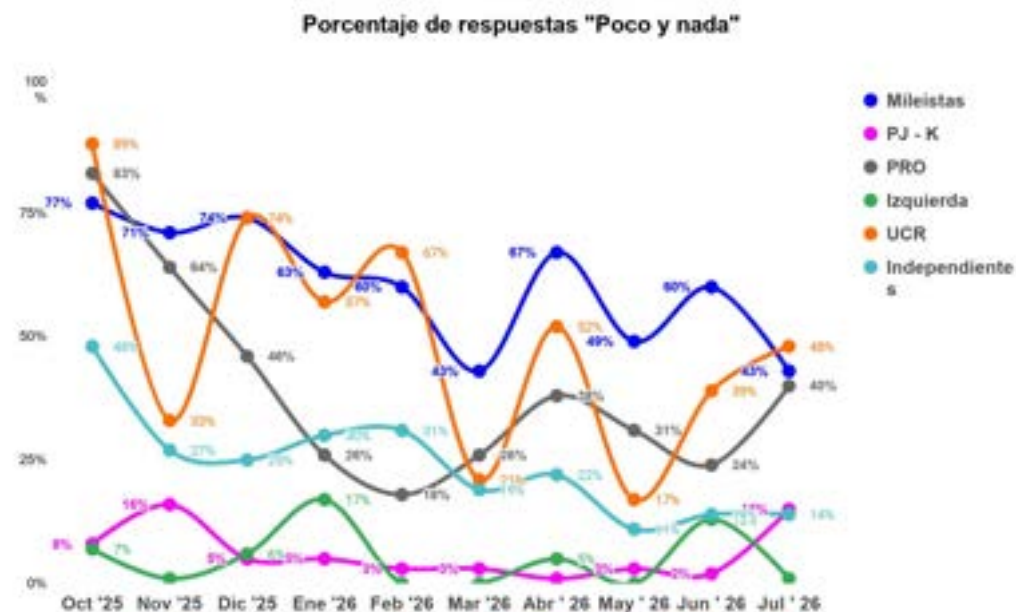
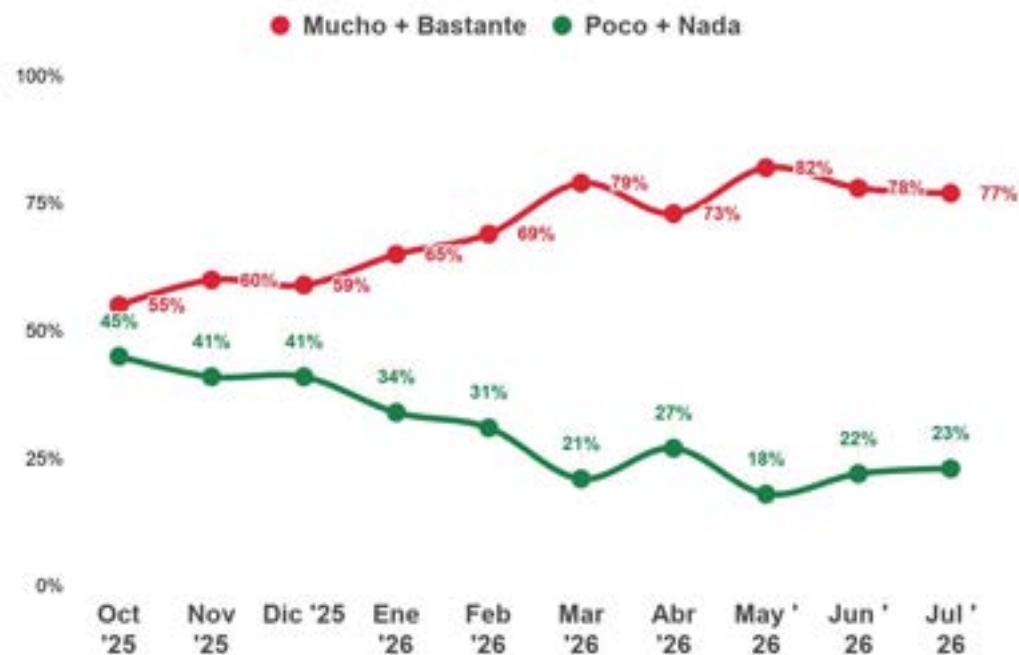
● Sí ● No ● No sabe

INGRESOS Y AHORROS DE LOS ARGENTINOS



Percepción de los aumentos de precios en el último mes

¿Usted percibe que los precios han aumentado mucho, bastante, poco o nada en el último mes?



Percepción del alcance de los ingresos actuales

¿En qué medida sus ingresos actuales alcanzan para cubrir las necesidades básicas de su hogar (alimentación, vivienda, salud, educación)?

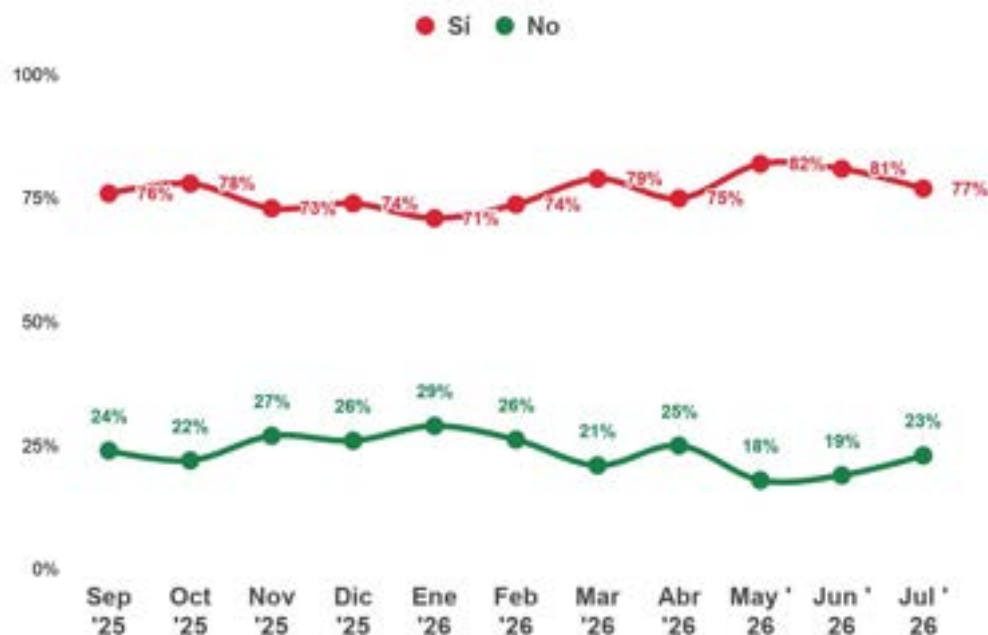
Según segmentación



No se cita el "no sabe"

Recorte de gastos para llegar a fin de mes

En el último mes, ¿tuvo que recortar gastos para llegar a fin de mes?

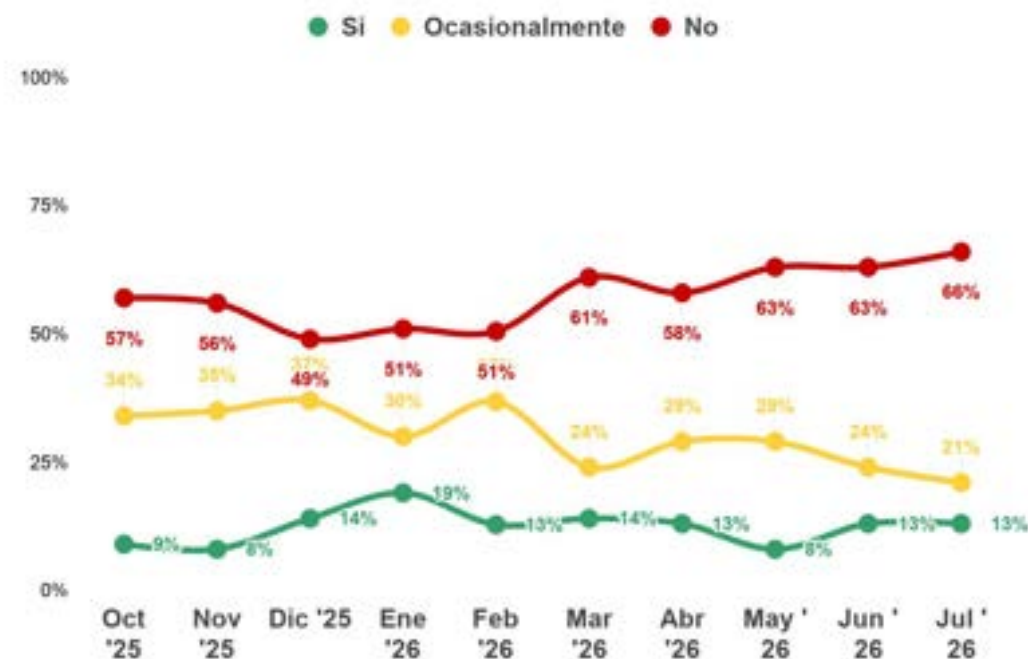


Según segmentación

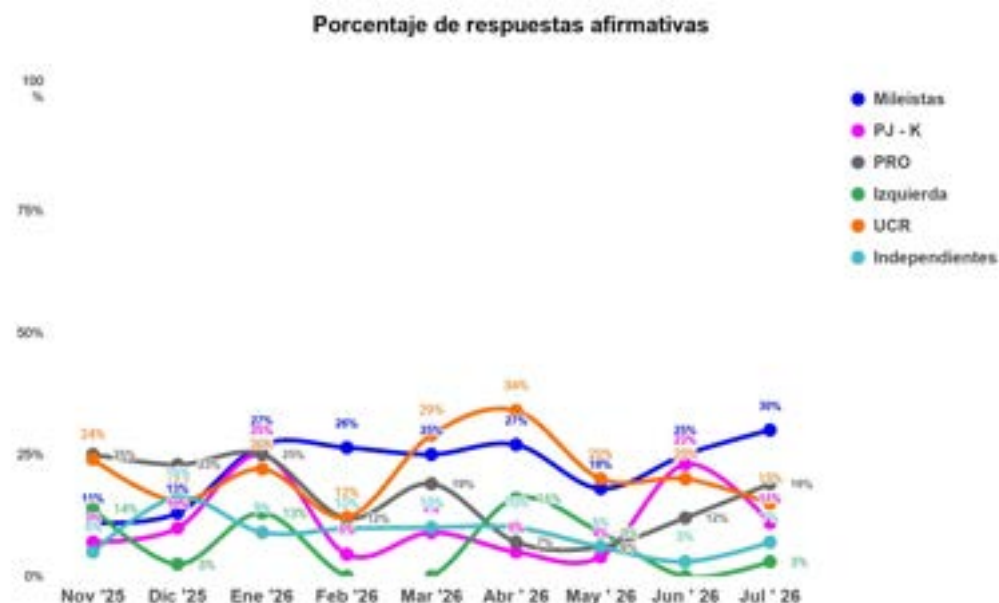


Capacidad de ahorro

En general, ¿usted cuenta con capacidad de ahorro?



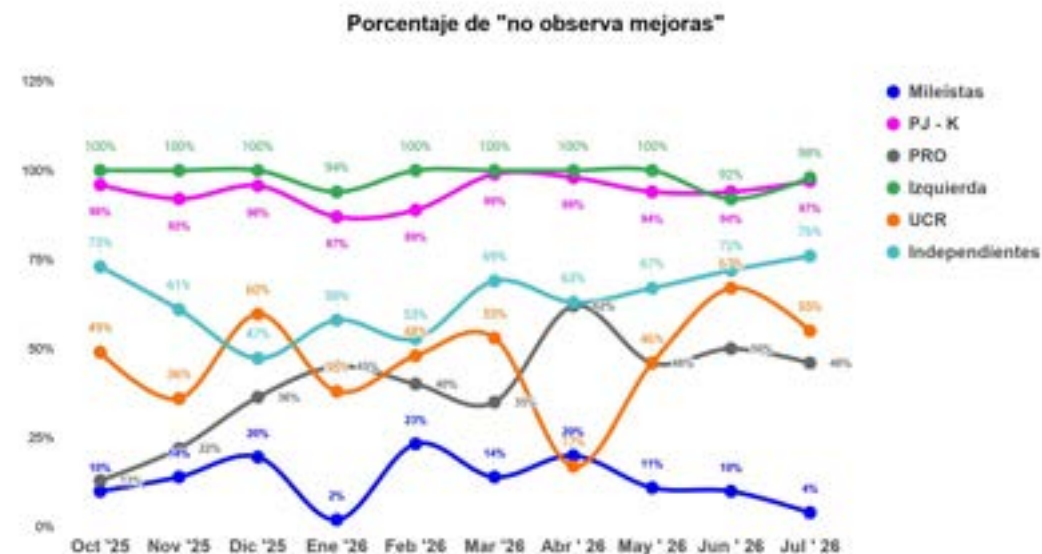
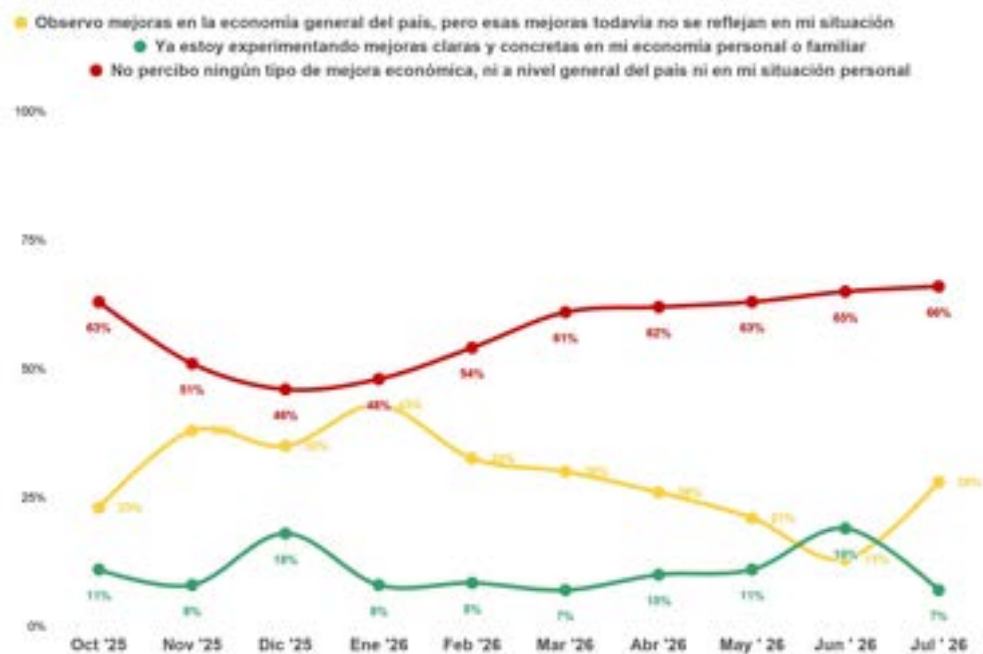
Según segmentación



Percepción de mejoras en el estado económico actual del país

Considerando el estado actual de la economía del país, ¿cuál de las siguientes frases describe mejor su situación y percepción económica personal?

Según segmentación



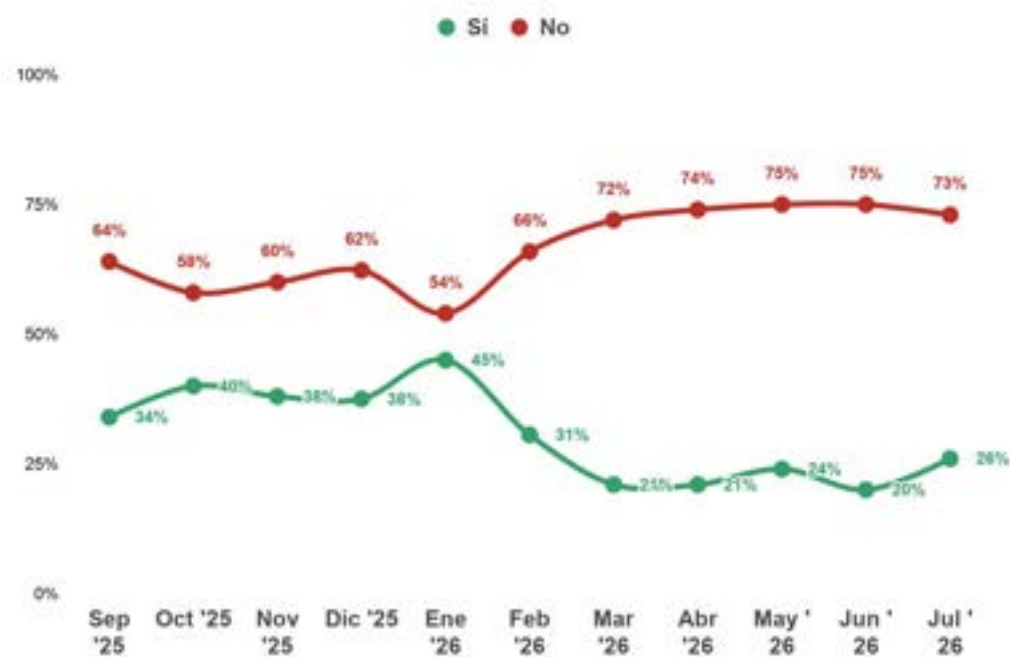
No se cita el "no sabe"

CONSUMO DE LOS ARGENTINOS

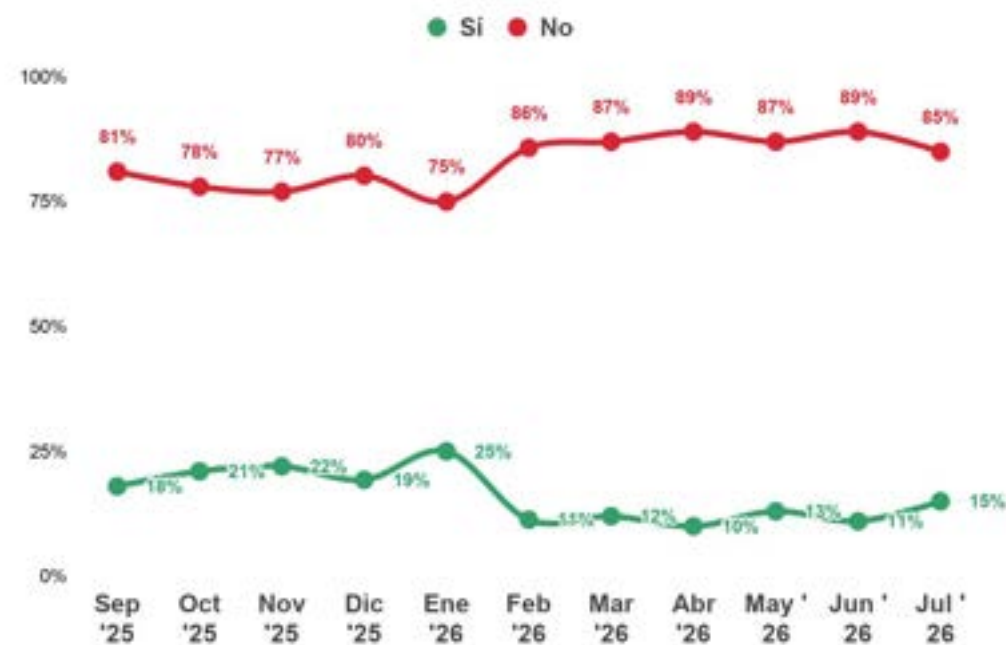


Compra de ropa o calzado y electrodomésticos en el último mes

En el último mes, ¿usted realizó alguna compra de ropa o calzado?



En el último mes, ¿usted realizó alguna compra de electrodomésticos?



No se cita el "no sabe"



PANORAMA POLÍTICO DIGITAL ARGENTINO



METODOLOGÍA

El presente Panorama Digital Argentino – AGOSTO 2026 se elaboró a partir de un relevamiento y análisis integral de la conversación digital generada en plataformas abiertas, principalmente en Instagram, Facebook, TikTok, Youtube, X (ex Twitter), y en medios de comunicación digitales. El universo de estudio abarcó todas las publicaciones de medios nacionales e internacionales, actores políticos relevantes y ciudadanía comprometida en torno a los temas políticos y económicos del mes de JULIO.

El proceso combinó herramientas de recolección automatizada de datos, procesamiento con tecnologías de machine learning e inteligencia artificial, curaduría manual y análisis completo desde las ciencias sociales y la tecnopolítica. Se identificaron y descargaron publicaciones a partir de filtros temáticos y de menciones a referentes y organizaciones políticas clave, con ventanas temporales delimitadas entre el 1º y el 31 de JULIO de 2026.

Para el análisis se emplearon técnicas de minería de texto y codificación cualitativa, agrupando contenidos en categorías temáticas emergentes. Los mensajes fueron clasificados en función de su tono político (oficialista, opositor, neutro/informativo) y se midieron indicadores de volumen y potencia comunicativa: cantidad de publicaciones, interacciones totales (likes, compartidos, comentarios) y alcance estimado.

INTRODUCCIÓN

Julio fue el mes de mayor volumen digital del año y, simultáneamente, el de menor densidad política. El Mundial concentró el 75,8% de las publicaciones, el 78,7% de las acciones y el 71,2% de las visualizaciones del universo general. El bloque político-económico-social quedó reducido al 2,3% de las publicaciones, la mitad de lo que había representado en junio, y cayó también en términos absolutos: de 224 a 115 publicaciones en el ranking general, mientras la torta total casi duplicaba su tamaño.

Ese repliegue no describe una despolitización. Describe un desplazamiento. Lo político no desapareció del mes: se corrió de lugar y encontró otro canal. El eje más voluminoso del capítulo —Malvinas, soberanía y ley de tierras— nació dentro del Mundial, en el intento oficial de restringir el ingreso de símbolos al estadio, y terminó en el recinto del Senado discutiendo el tope a la extranjerización de la tierra. La causa soberana, la memoria del 86, el cierre del ciclo de Messi y el debate por la propiedad de la tierra quedaron enlazados en una sola trama, y esa trama ordenó el período.

El capítulo reconstruye ese recorrido en once ejes temáticos y lo cruza con las cuatro dimensiones que estructuran el monitoreo: qué temas traccionaron y con qué tipo de rendimiento —volumen de publicaciones, acciones digitales, circulación audiovisual—; qué autores condujeron la conversación; cómo se distribuyó por plataforma; qué referentes concentraron protagonismo y con qué signo; cómo se comportaron los ecosistemas de influenciadores de cada sector; y qué buscó efectivamente la ciudadanía, como contraste entre la agenda mediática y el interés real.

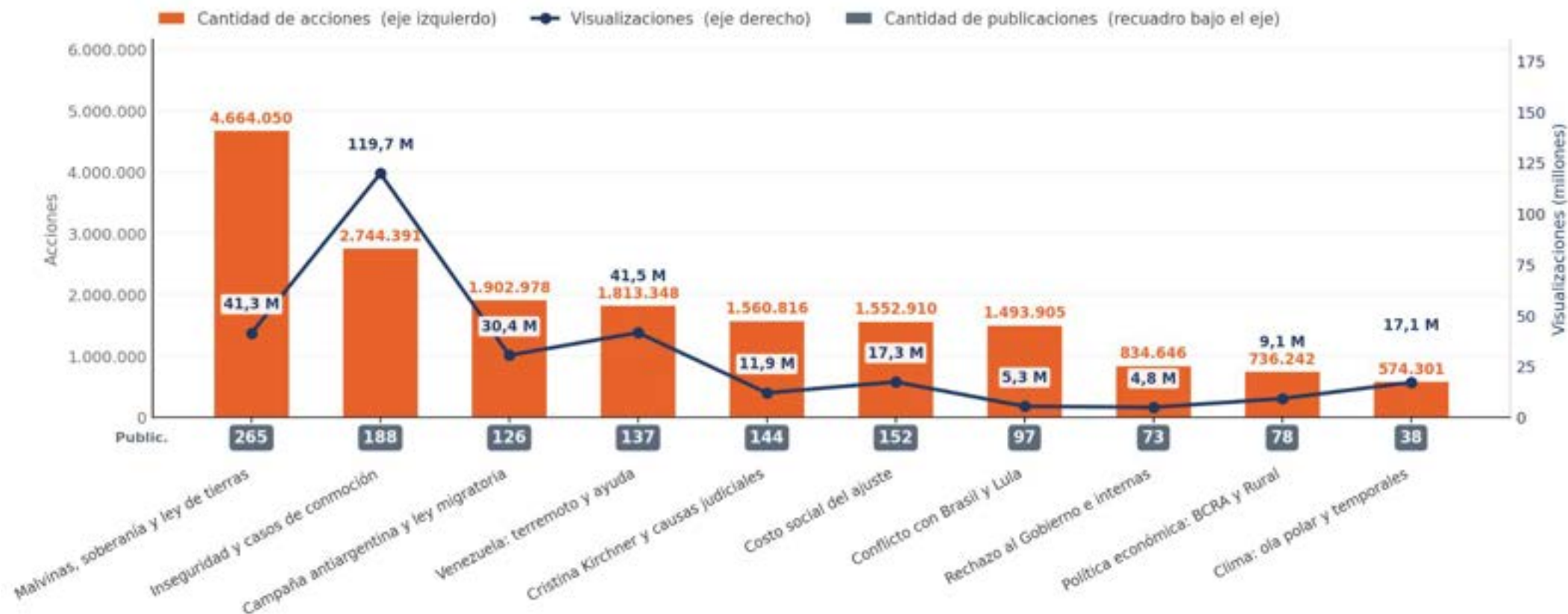
La pregunta que atraviesa el capítulo es una sola: cuando la conversación política se vuelve marginal en volumen, ¿qué queda de ella y quién la conduce?

TEMAS DE AGENDA MEDIÁTICA: EL MUNDIAL DOMINA

Macro-bloque - JUNIO 2026	Publicaciones	Interacciones	Visualizaciones	% Pub.	% Int.	% Vis.
Deporte (fútbol + otros)	3.897	478.633.882	5.207.498.090	77,9%	78,0%	70,4%
Espectáculos / virales / animales	291	38.107.288	725.309.795	5,8%	6,2%	9,8%
Político-económico-social	224	22.488.839	309.736.383	4,5%	3,7%	4,2%
Otros temas	588	74.312.404	1.154.994.224	11,8%	12,1%	15,6%
TOTAL	5.000	613.542.413	7.397.538.492	100%	100%	100%

Macro-bloque - JULIO 2026	Publicaciones	Interacciones	Visualizaciones	% Pub.	% Int.	% Vis.
Deporte (fútbol + otros)	3.789	810.541.897	6.901.223.000	75,8%	78,7%	71,2%
Espectáculos / virales / animales	888	163.838.056	2.280.379.000	17,8%	15,9%	23,5%
Otros temas	208	33.922.533	320.621.800	4,2%	3,3%	3,3%
Político-económico-social	115	21.423.834	195.775.200	2,3%	2,1%	2,0%
TOTAL	5.000	1.029.726.320	9.697.998.533	100%	100%	100%

TEMAS DE AGENDA MEDIÁTICA EN LO POLÍTICO, ECONÓMICO Y SOCIAL (SIN INCLUIR AL MUNDIAL)



Los temas que más acciones digitales generaron en el mes de julio fueron “Malvinas, soberanía y ley de tierras”, “Inseguridad y casos de conmoción” (especialmente radicados en alto porcentaje en la provincia de Buenos Aires, en municipios gobernados por el peronismo), y la llamada “Campaña antiargentina”. Cabe destacar que el tema de la inseguridad destacó primero en visualizaciones de video, con videos sensacionalistas en su gran mayoría.

MALVINAS, SOBERANÍA Y LEY DE TIERRAS

41,3 millones de visualizaciones

4.664.050 acciones

265 publicaciones

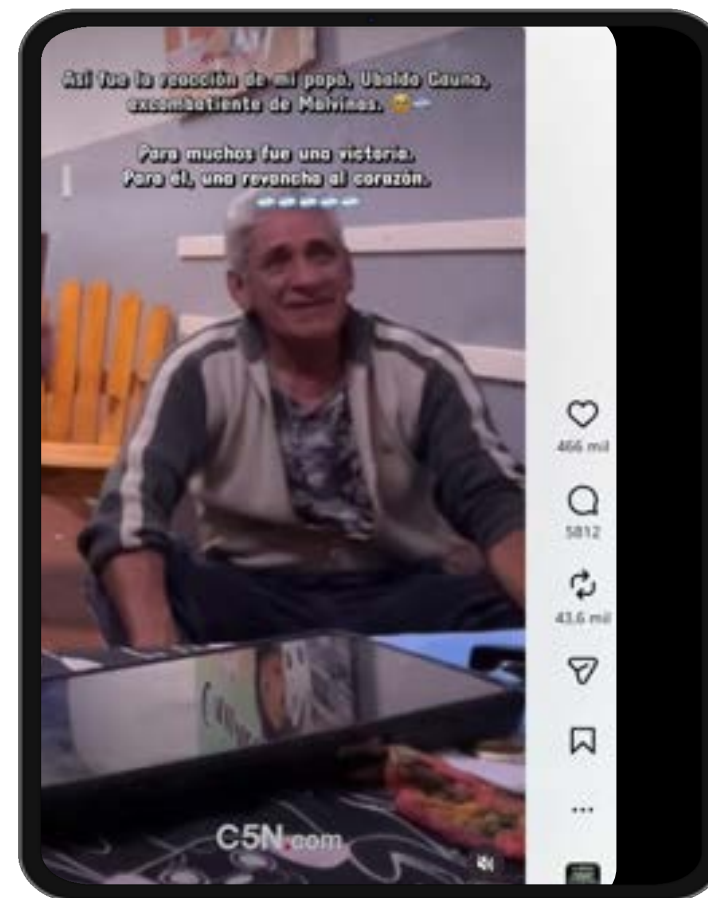
Fue el eje más voluminoso del mes por amplio margen: casi duplica en acciones digitales al segundo y concentra una de cada cuatro acciones del bloque político-social. Su origen no fue la bandera sino el intento de impedirla. El 14 de julio el Gobierno anunció restricciones al ingreso de "símbolos políticos" al estadio en la semifinal, incluido el mapa de las Islas. Al día siguiente, tras eliminar a Inglaterra, los jugadores la desplegaron igual.

La conversación estaba cargada desde antes. El 10 circulaba la canción de un padre y su hija con la línea "quiero volver a robarle un gol al ladrón", cita explícita del gol de 1986. El 12, la cuenta oficial de la Selección publicaba "Por Malvinas, por el Diego, por la última de Leo". La causa soberana, la memoria del 86 y el cierre del ciclo de Messi quedaron enlazados por el propio seleccionado antes de jugar.

Después el eje se politizó en cadena: el reclamo británico ante la FIFA, el respaldo del gobierno de los Estados Unidos al derecho de los jugadores, el procedimiento disciplinario abierto el 29, y una capa internacional inesperada con mensajes desde Azerbaiyán y un editorial de The Guardian pidiendo reabrir las negociaciones por la soberanía.

El arco se cierra fuera del deporte. El 16 de julio, el Senado postergó al 6 de agosto el tratamiento del proyecto que pretendía eliminar el tope a la extranjerización de la tierra, y la conversación enlazó ambas soberanías: Ya en los últimos días del mes, Lali, Dolores Fonzi y Ca7riel convocaron a movilizarse bajo la consigna "Argentina no está en venta". En los primeros días de agosto, les siguieron una gran cantidad de artistas e influenciadores hasta convertir el rechazo al concepto de "extranjerización" en sentido común.

Publicación con más interacciones:
C5N en Instagram, con 515.412 interacciones.



INSEGURIDAD, POLICIALES Y CASOS DE CONMOCIÓN

119,7 millones de visualizaciones

2.744.391 acciones

188 publicaciones

Es el eje de mayor tracción audiovisual con 119,7 millones de visualizaciones. Su éxito se sostiene en una cobertura de alto rendimiento en TikTok e Instagram basada en cámaras de seguridad, testimonios y desenlaces dramáticos.

El hecho de mayor impacto mensual fue el maltrato a ancianas en un geriátrico de Mar del Plata. Una sola publicación reunió 584.261 acciones, el registro individual más alto del bloque. El caso escaló durante semanas con la doble detención del enfermero, testimonios sobre las malas condiciones del lugar y amenazas de barrabravas. El resto del eje abarca hechos del conurbano bonaerense: una balacera narco en La Matanza, un policía retirado defendiéndose a los tiros en Avellaneda, motochorros en Lanús, Temperley y Gerli, y una funcionaria municipal de Morón detenida por narcotráfico.

Resalta además una serie de episodios donde la víctima repele el ataque, coincidiendo con jurisdicciones no gobernadas por el peronismo como las anteriores.

La conversación se ancla en la experiencia cotidiana y el miedo antes que en la responsabilidad política. La gran mayoría de las publicaciones no atribuye los hechos a ninguna gestión y el señalamiento opera solo nombrando el territorio.



Publicación con más interacciones:
TN en Facebook. 1.1 millones de interacciones:

CAMPAÑA ANTIARGENTINA, XENOFOBIA Y LEY MIGRATORIA

30,4 millones de visualizaciones

1.902.978 acciones

126 publicaciones

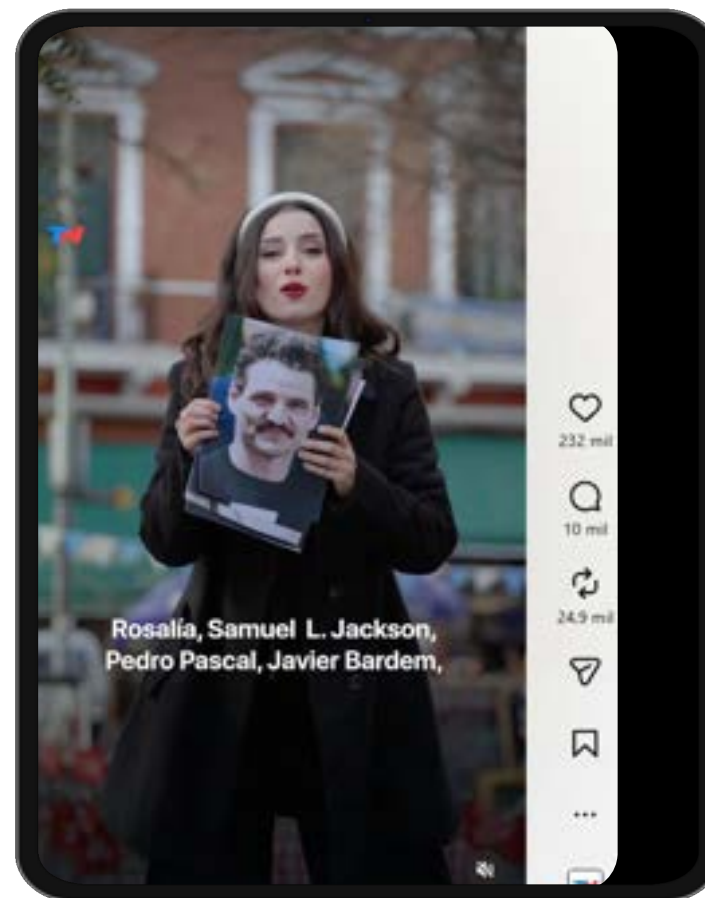
Este eje no existía en los informes anteriores y en julio se consolidó como el tercero del mes. Nació con las acusaciones de racismo contra la Selección y contra el país que circularon durante el Mundial, amplificadas por figuras internacionales como el periodista británico Piers Morgan, el actor Samuel L. Jackson, y por la polémica con Rosalía.

El rasgo distintivo es quién salió a responder. La defensa pública del país estuvo a cargo, en buena medida, de migrantes africanos y asiáticos residentes en la Argentina. A ellos se sumaron figuras del espectáculo y una tercera posición, sostenida por personas que relataron su propia experiencia de discriminación, según la cual el racismo argentino existe pero opera marcando el origen y la condición social antes que el color de piel.

La consecuencia política es la que ordena el eje: el Gobierno tomó la campaña como fundamento para endurecer la política migratoria. Firmó un decreto que habilita la expulsión de extranjeros que "inciten al odio" contra el país, y desde La Libertad Avanza y el PRO se impulsaron proyectos para arancelar la salud y la universidad públicas a extranjeros sin residencia, tanto en las provincias como a nivel nacional.

La conversación se completó con la crisis migratoria en Ceuta, que funcionó como espejo internacional del debate local sobre fronteras y derechos.

Publicación con más interacciones:
Todo Noticias en Instagram con 266.900 interacciones



VENEZUELA: TERREMOTO, RESCATE Y AYUDA HUMANITARIA

41,5 millones de visualizaciones

1.813.348 acciones

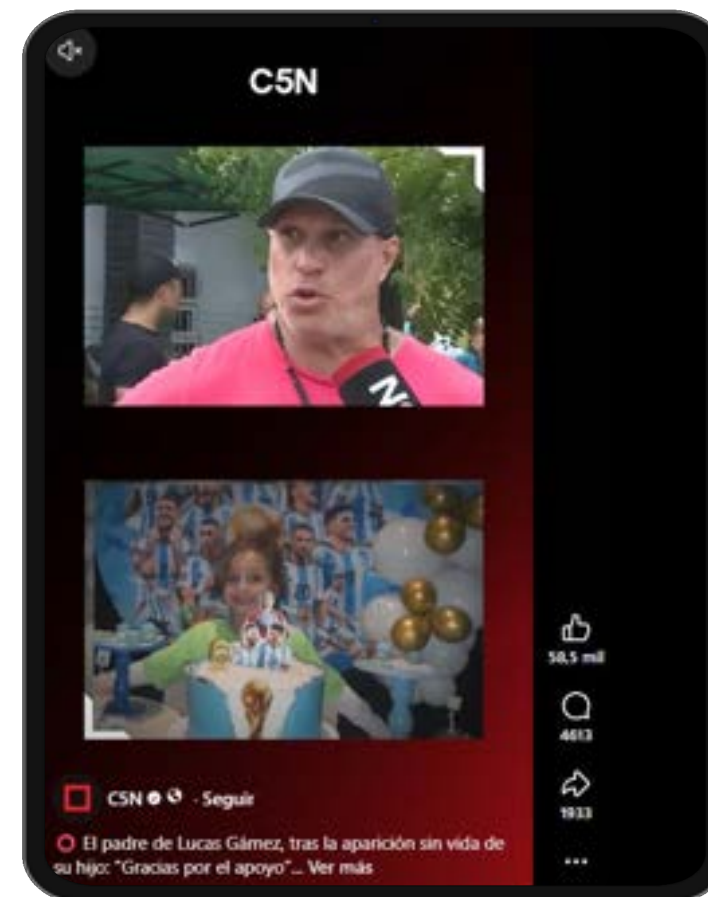
137 publicaciones

El doble terremoto del 24 de junio siguió ordenando la agenda internacional durante todo julio, con un balance que superó los cinco mil fallecidos. La cobertura argentina se organizó alrededor de dos hilos narrativos que sostuvieron el interés durante semanas.

El primero fue la búsqueda de Lucas Gámez, el niño argentino de nueve años atrapado en La Guaira. Su historia atravesó el mes completo: la desesperación de su madre, los testimonios que decían haberlo visto en un ascensor, la esperanza sostenida por su padre, el hallazgo del cuerpo tras catorce días de búsqueda y la despedida familiar. Fue el caso individual que más tracción sostenida generó del eje.

El segundo hilo fue el de los rescates milagrosos, que funcionaron como contrapeso emocional: la nena que sobrevivió 32 horas bajo los escombros, el vigilante que resistió entre réplicas, la madre que protegió a su bebé de dieciocho días, los cuatro sobrevivientes hallados tras doce días, el rescate tras veintinueve días. También los animales rescatados, que multiplicaron el alcance en redes.

El componente argentino fue central y funcionó como orgullo nacional: el perro rescatista Bart encontrando a dos niños vivos, los equipos y las rescatistas argentinas trabajando en la zona cero. La cobertura combinó tragedia, epopeya y solidaridad, con muy baja carga de disputa política interna.



Publicación con más interacciones:” C5N en Facebook con 65.0446 interacciones

CRISTINA KIRCHNER, CAUSAS JUDICIALES Y CORRUPCIÓN

11,9 millones de visualizaciones

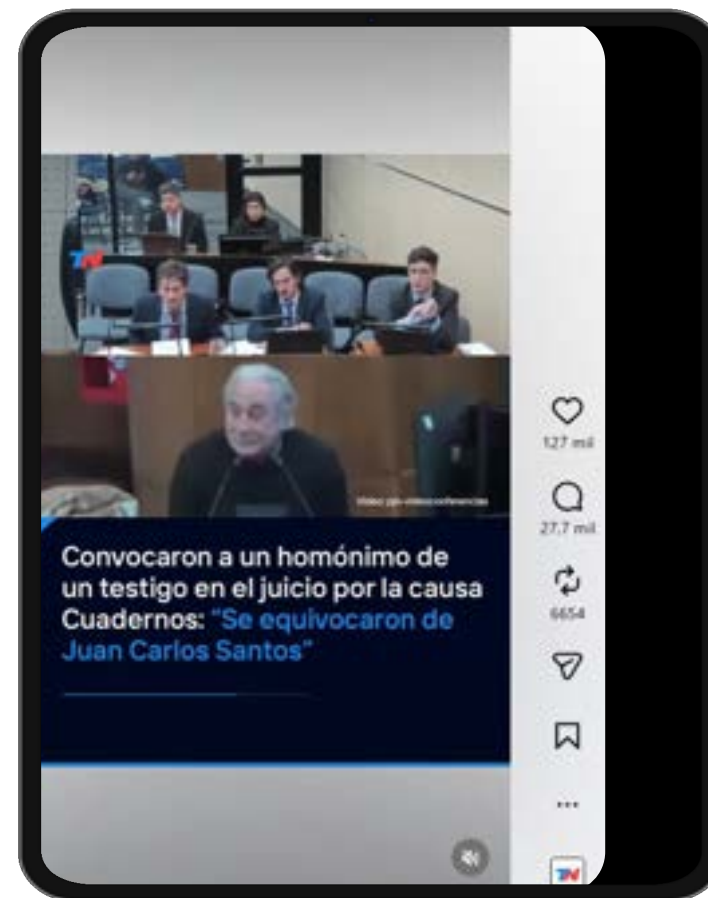
1.560.816 acciones

144 publicaciones

El eje reúne el frente judicial del mes, que fue intenso y de doble mano. Del lado de la expresidenta, la defensa internacional: la presentación ante el Comité de Derechos Humanos de la ONU para denunciar un plan de proscripción, la incorporación del abogado brasileño Rafael Valim —que defendió a Lula cuando fue condenado— y de Javier Borrego, y la carta abierta donde cuestionó a todos los jueces que intervinieron en su causa.

En paralelo, las decisiones adversas: la Corte Suprema dejó firme la actualización del decomiso por 685.000 millones de pesos y aceleró el remate de bienes, y Casación rechazó los recursos extraordinarios. La discusión sobre si podrá ser candidata en 2027 atravesó el mes, alimentada por el lanzamiento explícito que hizo Máximo Kirchner y por la respuesta del oficialismo, que la calificó de maniobra golpista.

El eje incorpora además el resto del frente de corrupción, y ahí aparece un dato llamativo: el papelón en el juicio por la causa Cuadernos, donde se convocó a un homónimo del testigo, fue la publicación más interactuada de todo el eje, por encima de cualquier contenido sobre la expresidenta. Se sumaron la cuarta condena a Julio De Vido por el caso Skanska, el procesamiento confirmado de la exfiscal Fein en la causa Nisman y la prohibición de salida del país a Manuel Adorni por presunto enriquecimiento ilícito.



Publicación con más interacciones:

Todo Noticias en Instagram con 161.354 interacciones

COSTO SOCIAL DEL AJUSTE: JUBILADOS, SALUD, CIENCIA Y POBREZA

17,3 millones de visualizaciones

1.552.910 acciones

152 publicaciones

Es el eje con más publicaciones después de Malvinas e Inseguridad, y el que sostiene la conversación económica del mes desde el lado de la experiencia. Su material es el testimonio: el jubilado de 85 años que sigue trabajando, la mujer que come una sola vez al día, la que vende estampitas para comprar remedios, el jubilado con cáncer que denuncia que le cortaron el tratamiento y a los pocos días de hacerse viral se muere, la que votó a Milei y tuvo que volver a trabajar.

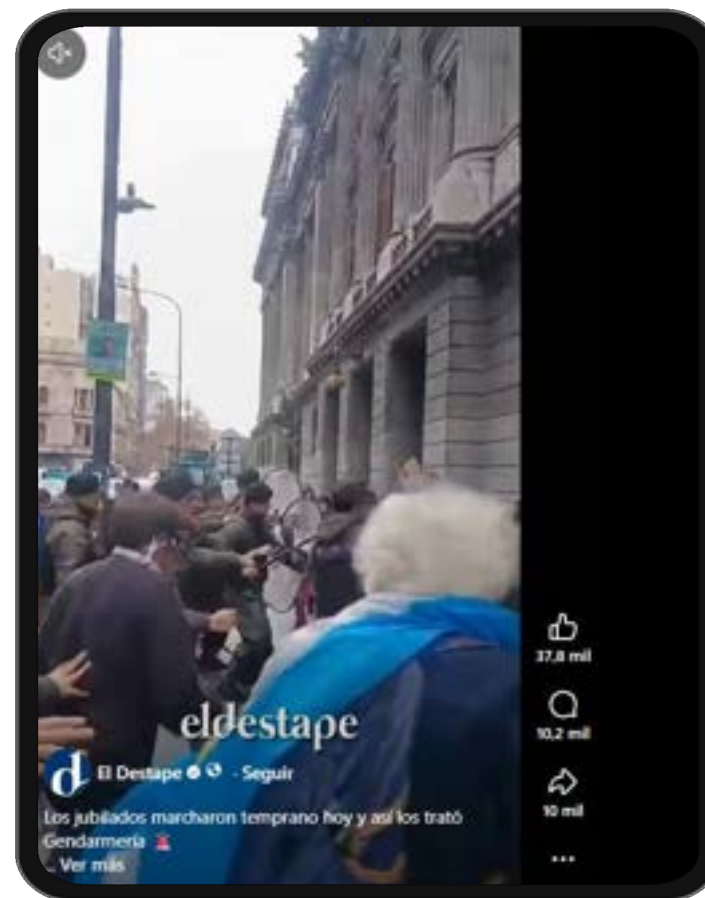
El reclamo previsional tuvo continuidad semanal: los miércoles de marcha al Congreso, la represión de Gendarmería, los 2.000 millones de pesos que el Gobierno informó haber gastado en esos operativos, la CGT sumándose a la movilización.

La ciencia y la salud pública aportaron el segundo frente: los 61 despidos en la Comisión Nacional de Energía Atómica, los casi 400 becarios del CONICET en riesgo, y el Garrahan alternando entre el reconocimiento internacional y la denuncia del desfinanciamiento.

El eje incluye también el empleo y los precios: los cierres de Dass y Metalfor, el reclamo de más de cien gremios por un salario mínimo de tres millones, el paro docente de CTERA, el aumento de los boletos en el AMBA y una inflación que en junio marcó 1,9%.

La disputa se dio en las voces: mientras los testimonios describían la escasez, Patricia Bullrich sostuvo que el Gobierno sacó a millones de la pobreza y la periodista Mariana Brey cuestionó a los jubilados que reducen comidas.

Publicación con más interacciones:
El Destape en Facebook. con 58.200 interacciones.



CONFLICTO DIPLOMÁTICO CON BRASIL Y LULA

5,3 millones de visualizaciones

1.493.905 acciones

97 publicaciones

El viaje del Presidente a San Pablo para respaldar la candidatura de Flávio Bolsonaro derivó en la crisis diplomática más seria de la historia de las relaciones bilaterales con Brasil. Durante el acto, Milei insultó a Lula da Silva, y la respuesta escaló por todos los canales: el Gobierno brasileño convocó al embajador argentino, llamó a consultas al suyo, el canciller Mauro Vieira acusó al Presidente de entrometerse en asuntos internos y el ministro de Hacienda lo calificó de payaso.

Lula respondió con una combinación de ironía y desdén —"¿quién es ese tipo?", "no voy a pelearme con este tipo", "una payasada"— que resultó más eficaz en circulación que la agresión original. Su frase "Brasil no está en venta", dirigida a su rival electoral, quedó resonando en clave local por su paralelo con la consigna argentina sobre la ley de tierras.

El conflicto tuvo costos concretos y así se cubrió: denuncias penales por malversación de fondos por el viaje, el Partido de los Trabajadores pidiendo investigarlo, advertencias del Frente Renovador sobre el impacto comercial, y el señalamiento de que los insultos no le salieron gratis a la Argentina. José Ignacio de Mendiguren, agraviado por el Presidente en la Exposición Rural, anunció que lo denunciaría.

De fondo, la elección brasileña del 4 de octubre, donde Lula amplía ventaja sobre Bolsonaro.



Publicación con más interacciones:
El Destape en Facebook con 105.399 interacciones

RECHAZO AL GOBIERNO, INTERNAS Y ENCUESTAS

4,8 millones de visualizaciones

834.646 acciones

73 publicaciones

El eje reúne la reacción social y política contra el Gobierno, y su rasgo más notable es de dónde vinieron las críticas. No fueron sólo dirigentes opositores: el arzobispo de Buenos Aires cuestionó el rumbo y pidió no ser indiferentes ante la pobreza y el desempleo; el actor español Javier Bardem aclaró sus dichos sobre la Argentina apuntando al Presidente y no al país; Martín Caparrós, Nelson Castro, Jorge Fontevicchia, Mirtha Legrand y Mario Massaccesi se pronunciaron en términos duros.

La segunda capa es la interna del oficialismo, que se volvió pública y áspera. Victoria Villarruel sembró dudas sobre el estado mental del Presidente, cruzó en X al jefe de Gabinete y le respondió a Lilia Lemoine con un "cerebro de microbio". Lemoine, a su vez, protagonizó varios de los episodios más comentados del mes, entre ellos vincular las críticas a la Selección con la ausencia de jugadores negros.

La tercera capa es la de los indicadores. Las encuestas marcaron el rechazo más alto desde el inicio de la gestión, una caída de imagen que alcanza también a votantes libertarios, un retroceso en el ranking de mandatarios latinoamericanos y el crecimiento de Myriam Bregman en las mediciones. El índice de confianza de la Universidad Torcuato Di Tella completó el cuadro.

Es un eje de volumen moderado pero alta densidad política: mide la temperatura del período.

Publicación con más interacciones:
Página 12 en Facebook con 41.091 interacciones.



POLÍTICA ECONÓMICA: BANCO CENTRAL, RURAL Y PRIVATIZACIONES

9,1 millones de visualizaciones

736.242 acciones

78 publicaciones

Es el eje donde el Gobierno enuncia su propio programa, y su tamaño es en sí mismo un dato: es el anteúltimo del capítulo. En un mes de conflicto permanente, el oficialismo habló poco de lo que hace y pasó la mayor parte del tiempo respondiendo.

Los tres hitos que sí ordenaron la conversación fueron el discurso en la Bolsa de Comercio por el 172° aniversario de la entidad, donde el Presidente afirmó que será reelecto y protagonizó un cruce con un asistente al que mandó "a Cuba"; la reforma de la carta orgánica del Banco Central, presentada por cadena nacional; y la Exposición Rural, donde anticipó el camino hacia la eliminación de las retenciones, se llevó la respuesta de Nicolás Pino y profirió el agravio a De Mendiguren.

El frente externo lo aportó la visita de Kristalina Georgieva, que respaldó el plan y dejó una pregunta que circuló mucho: si los argentinos están listos para ser un país normal. El contrapunto opositor se organizó alrededor del endeudamiento, con el dato de que la Argentina debe al Fondo el 34% de lo que le debe el mundo entero y la fórmula "Caputo toma deuda" repetida en editoriales.

Completan el eje las privatizaciones —un sector del Parque Nacional Iguazú, la Hidrovía— y el freno a la obra del primer reactor nuclear íntegramente argentino.



Publicación con más interacciones:
El Cronista en Facebook con 33.967 interacciones.

CLIMA: OLA POLAR, NIEVE Y TEMPORALES

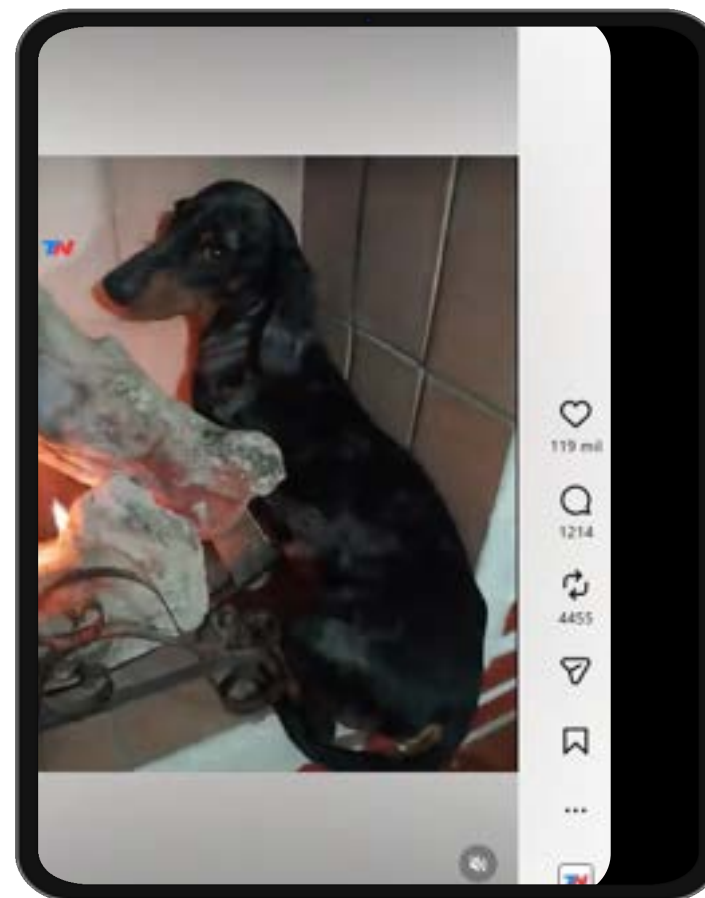
17,1 millones de visualizaciones
574.301 acciones
38 publicaciones

Julio trajo una ola polar excepcional que se convirtió en tema de agenda por derecho propio. La Ciudad de Buenos Aires registró la mañana más fría del año con 0,2 grados bajo cero, hubo alerta por frío extremo en veinte provincias y nevó en varias localidades bonaerenses, algo infrecuente.

La cobertura combinó dos registros. Uno informativo y de servicio: los alertas del Servicio Meteorológico Nacional, las recomendaciones sanitarias, las rutas cortadas, la nevada histórica en la cordillera mendocina, los 27 grados bajo cero en Catamarca, los caminos intransitables en la Patagonia, los guanacos empujados hasta la ruta por la nieve.

El otro, mucho más viral, fue el registro humorístico y de color, donde TN construyó buena parte del rendimiento del eje: el chiste de los salchichas abrigados, el tren del fin del mundo, las postales de Bariloche y La Cumbrecita cubiertas de blanco, los perros con abrigo. Es la fórmula que explica que 38 publicaciones alcancen 17,1 millones de visualizaciones.

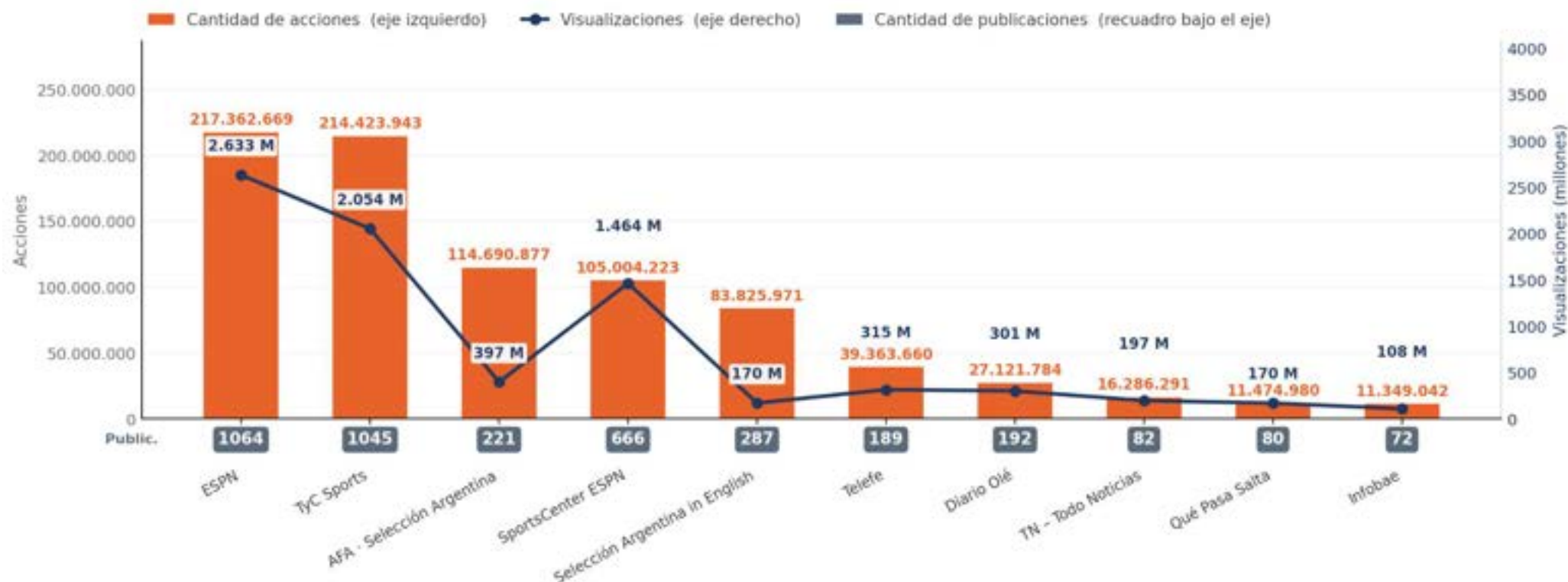
Aparece además una arista social que conecta con el eje del ajuste: la situación de las personas en situación de calle durante el día más frío del año, y los cortes de gas a más de cien familias en Tolhuin con dieciocho grados bajo cero. El clima como fenómeno y el clima como desigualdad, en la misma semana.



Publicación con más interacciones:
Todo Noticias en Instagram, con 124.669 interacciones.

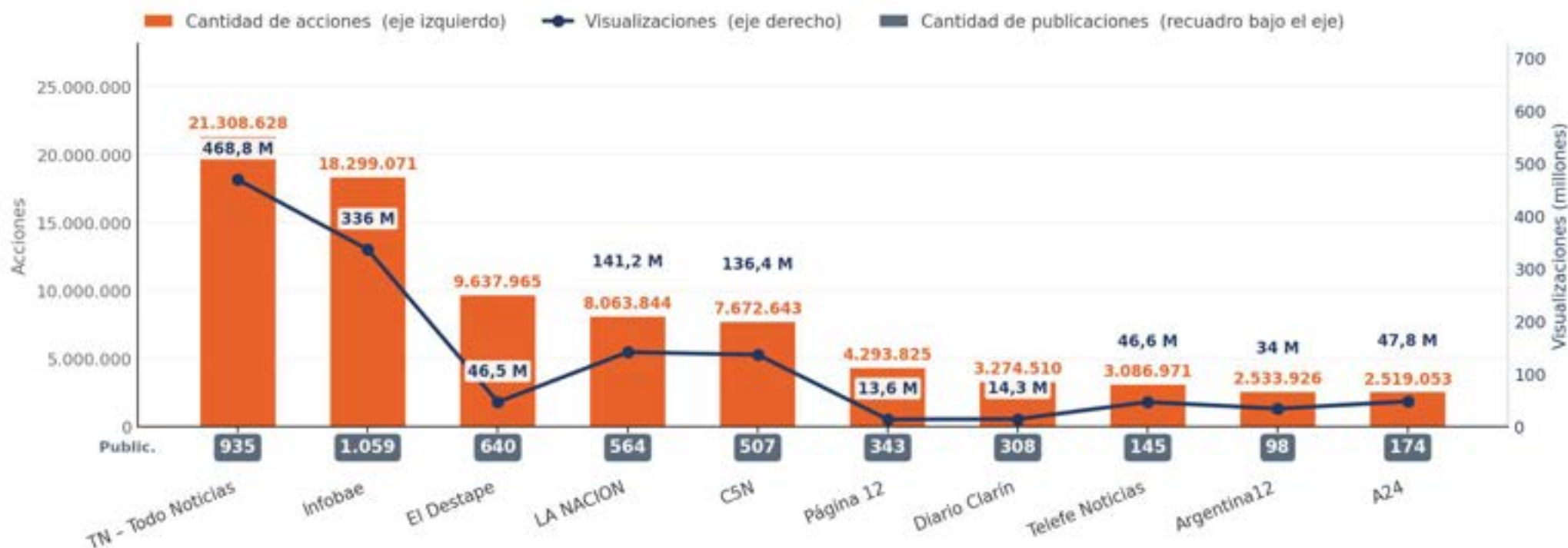
PRINCIPALES AUTORES DIGITALES EN JULIO

Principales autores digitales - Universo general



El Mundial absorbió la atención y la circulación audiovisual del mes. La magnitud del impacto de la prensa deportiva es más que la de cualquier medio de noticias. Los medios que conducen la agenda política recién aparecen del octavo lugar hacia abajo, encabezados por TN e Infobae

PRINCIPALES AUTORES DE MEDIOS INFORMATIVOS

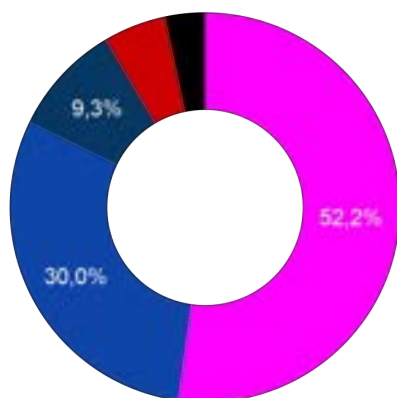


Continúa la hegemonía de TN en los volúmenes comunicativos seguido muy de cerca por Infobae. Se destaca el enorme volumen de acciones digitales que logra El Destape, con 9.6 millones de interacciones situándose en el tercer lugar en esta dimensión que mide la participación ciudadana.

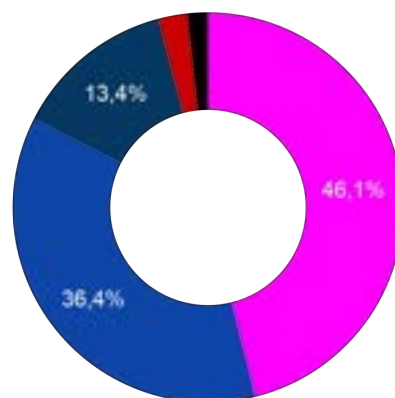
¿EN QUÉ PLATAFORMAS CIRCULAN CONTENIDOS POLÍTICOS?

Comparación de publicaciones e interacciones por red social

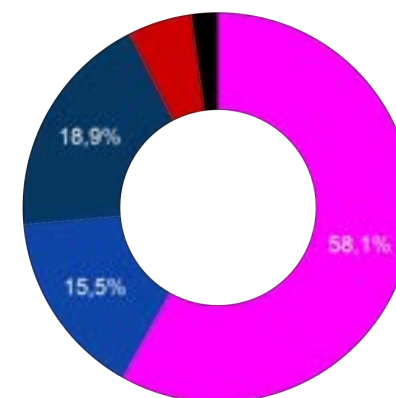
DISTRIBUCIÓN DE PUBLICACIONES POR RED SOCIAL



DISTRIBUCIÓN DE INTERACCIONES POR RED SOCIAL



DISTRIBUCIÓN DE VISUALIZACIONES POR RED SOCIAL



● Instagram ● Facebook ● TikTok ● YouTube ● X (Twitter)

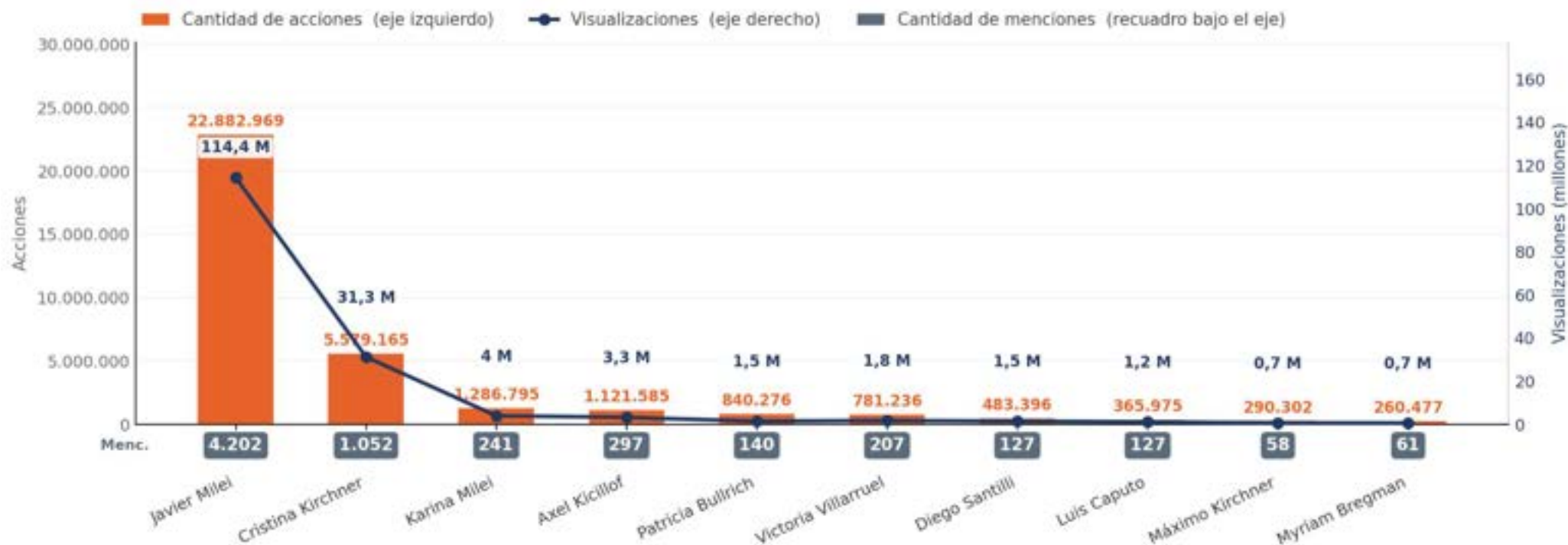
● Instagram ● Facebook ● TikTok ● YouTube ● X (Twitter)

● Instagram ● Facebook ● TikTok ● YouTube ● X (Twitter)

Instagram sigue siendo la arena política por excelencia. TikTok mantiene su sobre-rendimiento audiovisual: con apenas el 9% de las publicaciones capta el 19% de las visualizaciones. Facebook recupera potencia de interacción (el 36%, muy por encima de su volumen de publicaciones) y X gana presencia (sostuvo el 11% de las publicaciones como en junio, frente al 4% de mayo), aunque sigue traccionando poco en visualizaciones.

PROTAGONISMO DE REFERENTES EN PUBLICACIONES POLÍTICAS MEDIÁTICAS

Suma de publicaciones, interacciones y visualizaciones por referente mencionado en cuentas mediáticas



PROTAGONISMO DE REFERENTES EN PUBLICACIONES POLÍTICAS MEDIÁTICAS



Javier Milei sigue siendo el centro de la conversación digital, pero julio lo encuentra en posición reactiva: lo nombran menos por lo que hace que por cómo responde. Su mensaje tras la final del Mundial, la presentación de la reforma de la carta orgánica del Banco Central y, sobre todo, su posición frente a la bandera de Malvinas concentran su protagonismo. Los contenidos de mayor circulación que lo mencionan son de impugnación: que “los jugadores expusieron que no está con Malvinas”, que “están vendiendo la Patria”, que “se vaya por el bien de los argentinos”.



Cristina Kirchner recupera el segundo lugar por tres razones simultáneas. La judicial internacional, con la denuncia ante el Comité de Derechos Humanos de la ONU y la carta abierta contra los jueces de su causa. La electoral, con Máximo Kirchner ratificando que la quieren como candidata en 2027. Y la afectiva, con la campaña del Instituto Patria para escribirle cartas. En las marchas de jubilados reaparece además como referencia comparativa del pasado reciente.



Karina Milei consolida su lugar en el esquema de poder y aparece asociada a la proyección electoral del oficialismo: su definición de que su gran objetivo es que el Presidente sea reelecto fue uno de sus contenidos más levantados. Su protagonismo también es diplomático, por la reunión bilateral en Lima con la presidenta electa del Perú, y territorial, por sus recibimientos en el interior.



Axel Kicillof se mueve en dos frentes. Hacia afuera, disputó el sentido del Día de la Independencia apuntando contra el Fondo Monetario y el Gobierno, y capitalizó el triunfo ante Inglaterra. Hacia adentro, quedó en el centro de la interna del peronismo tras el desafío directo que le lanzó Máximo Kirchner. Desde el oficialismo, Martín Menem y Patricia Bullrich lo embistieron en diferentes emisiones de televisión.



Victoria Villarruel atraviesa su mes de mayor autonomía. Llamó piratas usurpadores a los ingleses en la previa del partido, se diferenció públicamente de la posición del Gobierno en materia de soberanía, dejó abierta la posibilidad de ser candidata en 2027 y protagonizó una pelea con Patricia Bullrich que trascendió desde el chat del Senado. Es el segundo mes consecutivo en que se corre de la línea oficial en el tema más sensible del período.



Patricia Bullrich aparece asociada a dos escenas de desgaste. La primera, política: debió pedir la postergación del tratamiento del proyecto sobre extranjerización de la tierra por falta de votos y finalmente fracasó debiendo resignar los principales artículos de la ley. La segunda, discursiva: sus afirmaciones de que el Gobierno sacó a millones de personas de la pobreza y de que no es verdad que la gente se esté muriendo de hambre fueron de sus contenidos más replicados, en clave de impugnación.



Diego Santilli transita su primer mes completo al frente de la Jefatura de Gabinete con un protagonismo moderado y de perfil institucional. Sus intervenciones más levantadas son la ratificación de que el Presidente volverá a ganar en 2027 y la disolución del Coro Nacional de Niños, decisión que concentró el rechazo del sector cultural.

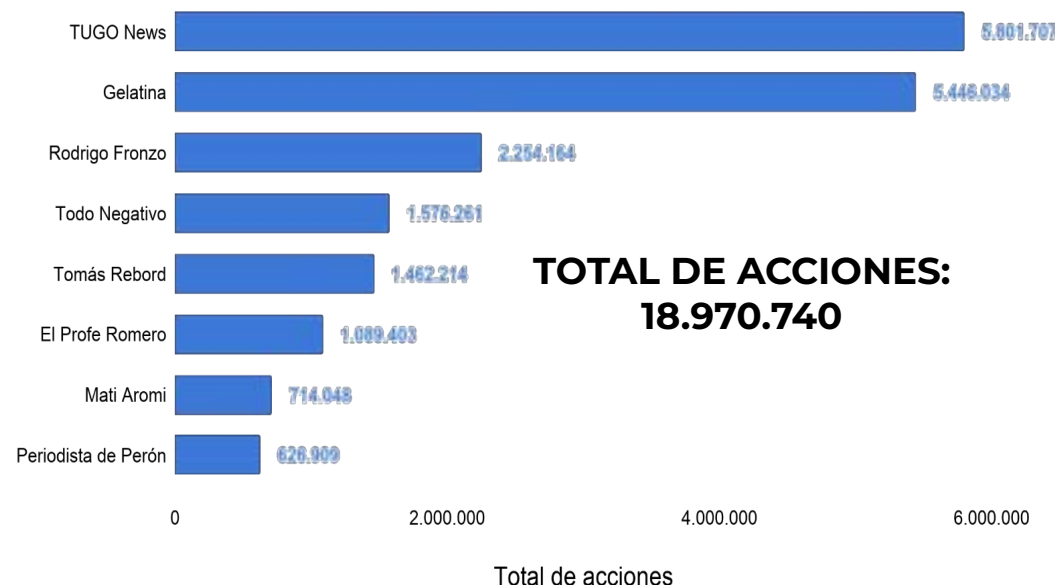
INFLUENCIADORES POLÍTICOS

TOP AUTORES OFICIALISTAS / OPOSITORES - ACCIONES TOTALES ACUMULADAS EN JULIO 2026

INFLUENCIADORES OFICIALISTAS



INFLUENCIADORES OPOSITORES



Las acciones digitales suscitadas por los influenciadores oficialistas representan casi el triple de las obtenidas por los principales influenciadores opositores. Sólo la primera cuenta oficialista —Mate con Mote (≈25 millones de acciones)— supera a las principales cuentas del campo opositor reunido (18,9 millones). Mate con Mote supera nuevamente este mes a Agarrá la pala (que habitualmente lidera) y en el espacio opositor TUGO News y Gelatina lideran en cantidad de interacciones dentro del mes de julio.

INFLUENCIADORES OFICIALISTAS Y OPOSITORES

Oficialistas



MATE CON MOTE

Realiza análisis de la realidad política, económica y social mediante videos cortos. Cuenta con un total de 5.3 millones de seguidores en todas sus redes sociales.



AGARRÁ LA PALA

Cuenta que comparte recortes de las intervenciones de referentes oficialistas en los medios. Cuenta con un total de 3.4 millones de seguidores en sus redes sociales.



EL BUNI

Perfil argentino de alto alcance enfocado principalmente en el humor político, memes de actualidad y contenido afín al movimiento libertario de La Libertad Avanza.

Opositores



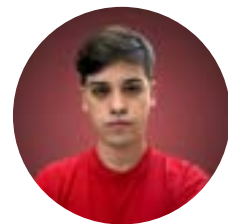
TUGO NEWS

Cuenta que comparte intervenciones de figuras oficialistas y simpatizantes libertarios con un comentario crítico. Cuenta con 170.796 seguidores en sus redes sociales.



GELATINA

Canal de streaming argentino fundado por Pedro Rosemblat. Se identifica con el campo nacional y popular (kirchnerismo) y, por lo tanto, es opositor al gobierno libertario del presidente Javier Milei. Cuenta con 2.8 millones de seguidores en sus redes sociales.



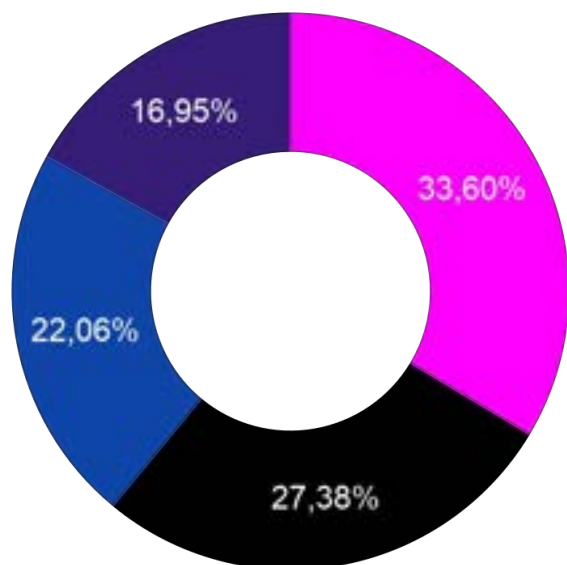
RODRIGO FRONZO

Militante político, estudiante de abogacía y cofundador de la Liga de La Justicia Social. Actualmente cuenta con 415.796 seguidores en sus redes sociales.

INFLUENCIADORES POLÍTICOS - COMPARATIVO

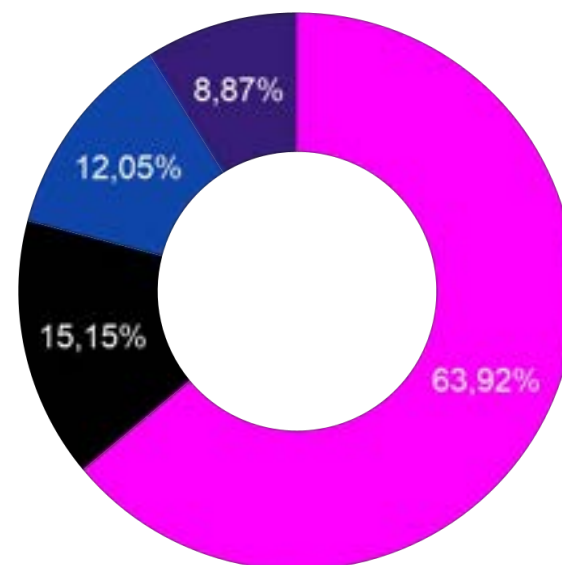
DISTRIBUCIÓN DE ACCIONES POR RED SOCIAL

Influenciadores oficialistas



● Instagram ● TikTok ● X (Twitter) ● Facebook

Influenciadores opositores

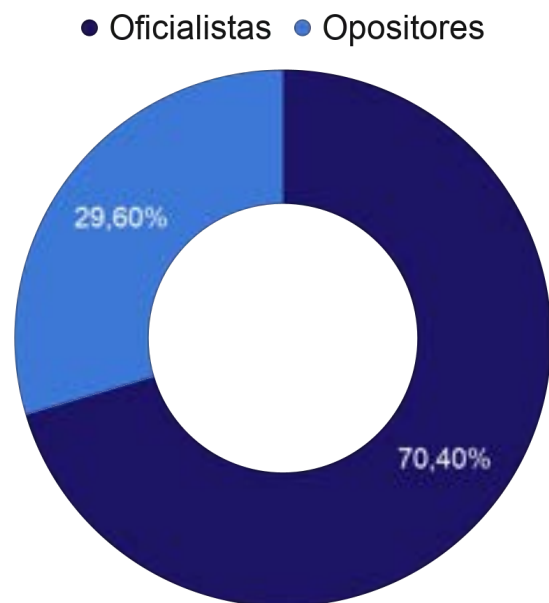


● Instagram ● TikTok ● X (Twitter) ● Facebook

La asimetría se extrema: el sector afín al oficialismo abarca todo el arco de plataformas y edades, mientras la oposición concentra el 63,9% de sus acciones en Instagram, más dependiente de una sola red.

INFLUENCIADORES POLÍTICOS - COMPARATIVO

ACCIONES TOTALES ACUMULADAS - TOP AUTORES OFICIALISTAS VS. TOP AUTORES OPOSITORES

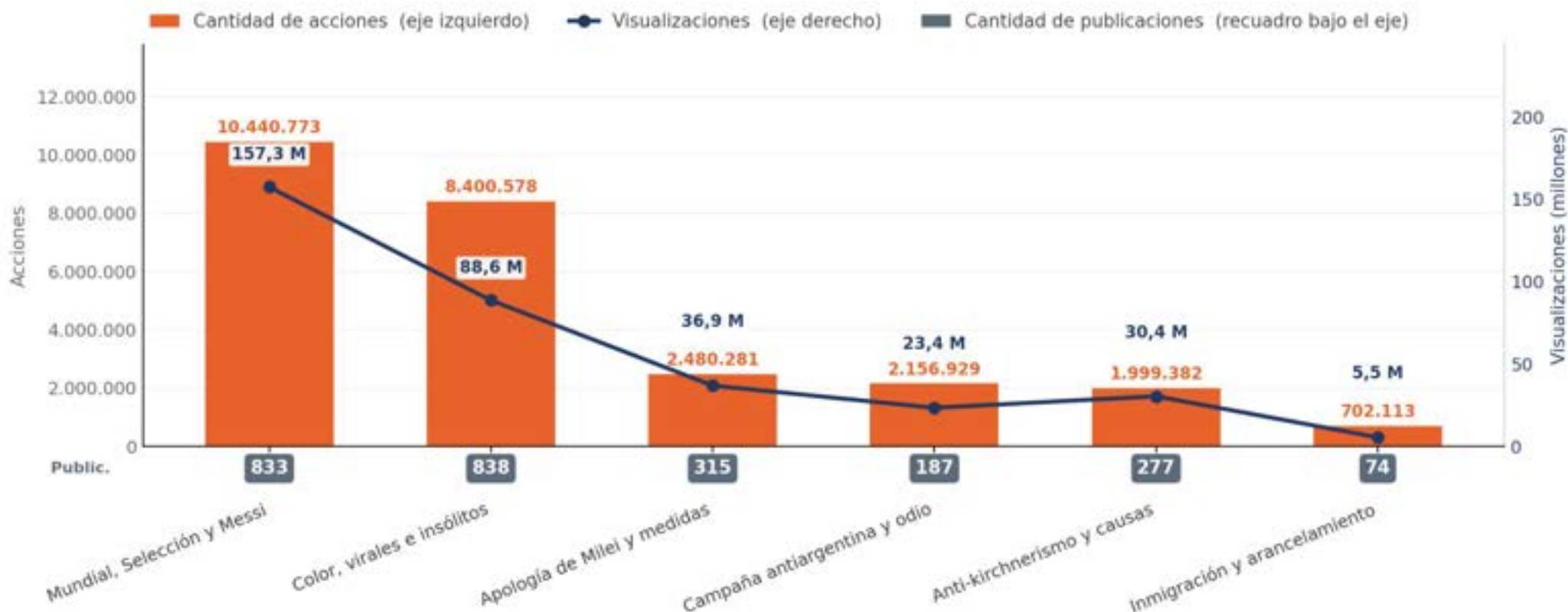


La diferencia de volumen de acciones digitales logradas por los influenciadores oficialistas en relación con los opositores evidencia altos niveles de organización por parte de los primeros, con comunidades organizadas, inversión en pauta digital, procesos automatizados y conducción política, con objetivos claros en lo temático, lo retórico y lo enunciativo, con distribución de objetivos y segmentos de interpelación.

En el tema de la Ley de tierras / Ley de extranjerización / Ley de inviolabilidad de la propiedad privada, los influenciadores oficialistas prácticamente no participaron de la disputa.

TEMAS NACIONALES DE INFLUENCIADORES OFICIALISTAS

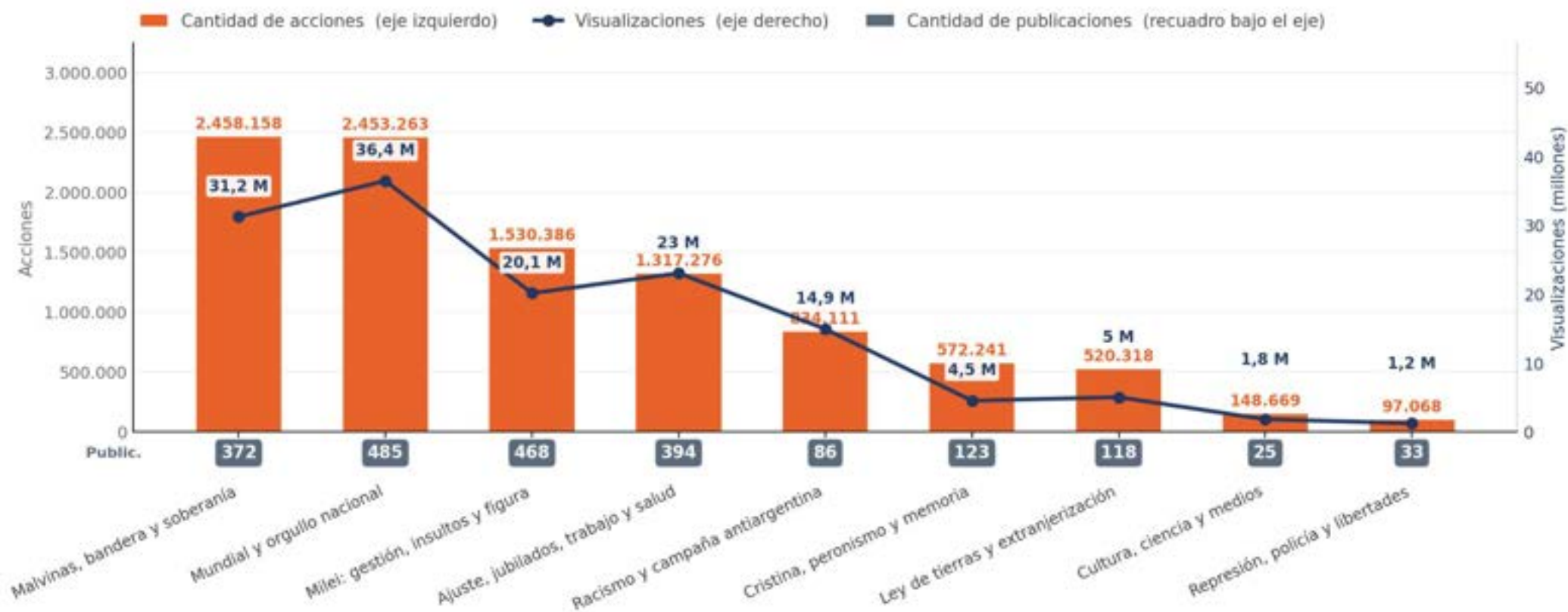
¿DE QUÉ HABLARON?: ACCIONES TOTALES ACUMULADAS EN JULIO 2026



A partir de mayo, los influenciadores oficialistas aumentaron sus volúmenes de publicaciones, interacciones y visualizaciones en ejes temáticos como el Mundial y en temáticas de color típicas de redes sociales. Mientras tanto cada vez cuesta más posicionar sus grandes objetivos políticos como la apología de Milei y su gestión o el anti-kirchnerismo, o el argumentario para el arancelamiento de servicios públicos para extranjeros.

TEMAS NACIONALES DE INFLUENCIADORES OPOSITORES

¿DE QUÉ HABLARON? ACCIONES TOTALES ACUMULADAS EN JULIO 2026



Debido al funcionamiento orgánico, con articulaciones informales, de los influenciadores opositores, se da entre ellos un espectro temático más amplio que en el caso de los influenciadores oficialistas. Es notable el volumen de visualizaciones de las historias de vida que encarnan en personas, familias o proyectos productivos en el eje “Ajuste: jubilados, trabajo y salud”, porcentualmente mayor que en el resto de los temas.

TEMAS INTERNACIONALES EN INFLUENCIADORES OFICIALISTAS

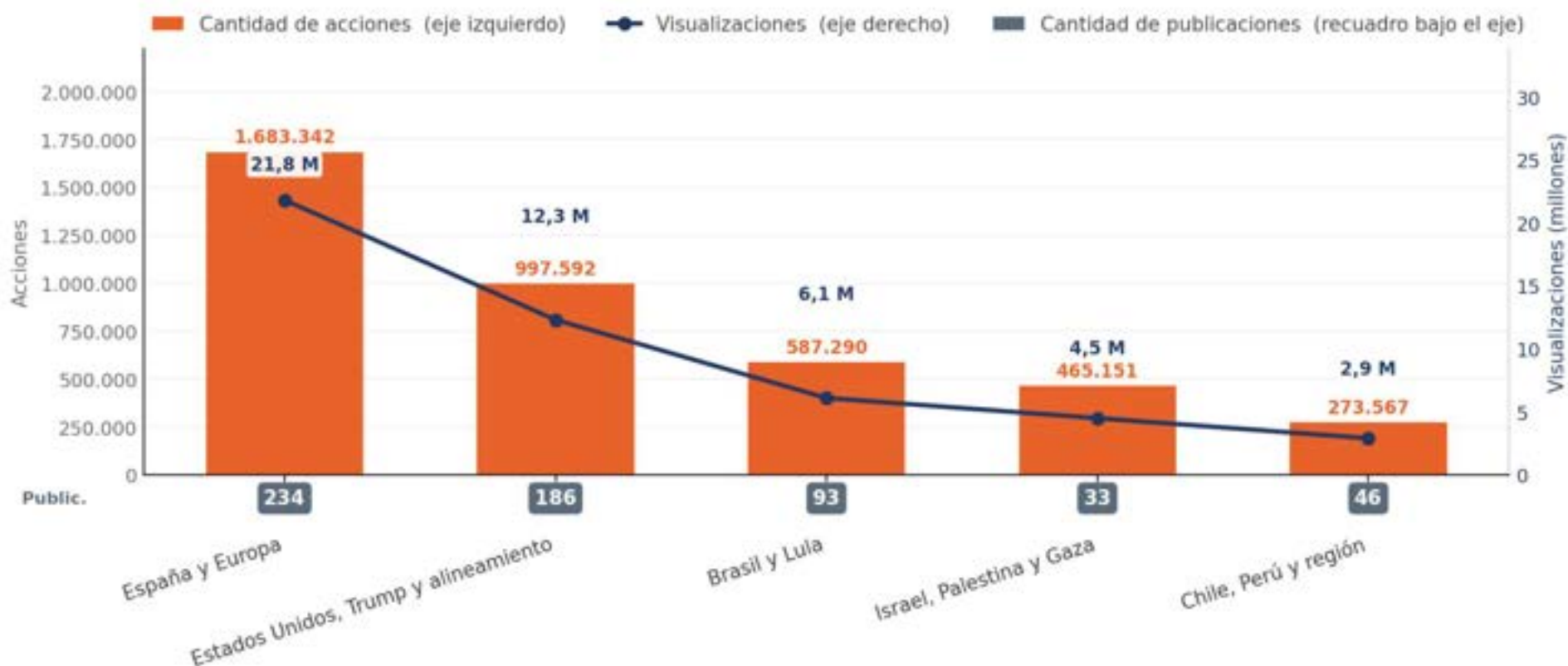
¿DE QUÉ HABLARON? ACCIONES TOTALES ACUMULADAS EN JULIO 2026



El volumen comunicativo de los temas internacionales entre los influenciadores oficialistas representa aproximadamente el 50% del de los temas nacionales. Esto es coherente con el objetivo político de posicionamiento de Javier Milei como líder regional e internacional de la ultraderecha. En el tema Brasil, del episodio político hay bastante poco: Mate con Mote celebrando que Trump le impone aranceles a Brasil por culpa de Lula, El Peluca Milei con el cruce del Presidente por la campaña antiargentina, y DAN señalando que bancan a Lula mientras Brasil detiene argentinos. Es decir: el sector oficialista no amplificó el conflicto que su propio Presidente generó. Lo procesó por el costado deportivo y por el costado de la campaña antiargentina, pero no defendió el episodio del insulto ni el viaje a San Pablo.

TEMAS INTERNACIONALES EN INFLUENCIADORES OPOSITORES

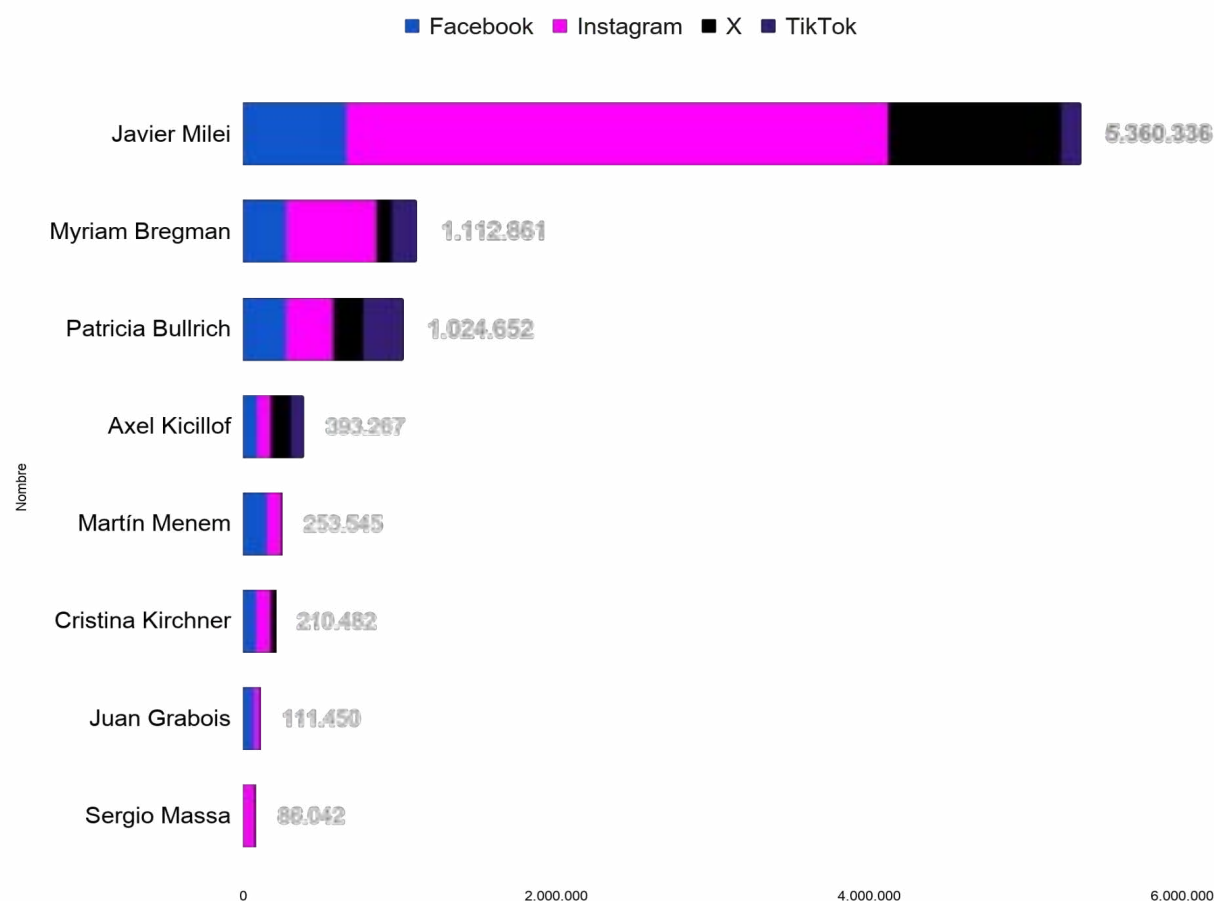
¿DE QUÉ HABLARON? ACCIONES TOTALES ACUMULADAS EN JULIO 2026



El posicionamiento opositor en temas internacionales aborda casi los mismos ejes que el oficialismo pero desde un punto de vista opuesto. A diferencia del planteo oficialista, aquí Brasil y Lula es eje propio con 93 publicaciones y 587.290 acciones, y ahí sí el contenido es político.

AGENDA POLÍTICA: VITALIDAD COMUNICATIVA

Vitalidad comunicativa: Total de acciones de la comunidad por referente



La vitalidad comunicativa expresa los volúmenes de reacciones (me gusta), comentarios, compartidos y guardados, que la ciudadanía digital realiza en las cuentas de las que participa.

Javier Milei concentra más de 5,3 millones de interacciones, con Instagram como principal motor de rendimiento y una ventaja todavía muy amplia sobre el resto de los referentes.

Myriam Bregman sostiene su reposicionamiento digital y queda segunda, apalancada en Instagram y Facebook, dos redes de alta circulación política.

Patricia Bullrich también muestra un volumen competitivo, con mejor equilibrio entre Instagram, X y TikTok.

Axel Kicillof también mantiene equilibrio entre plataformas pero con una vitalidad comunicativa mucho menor.

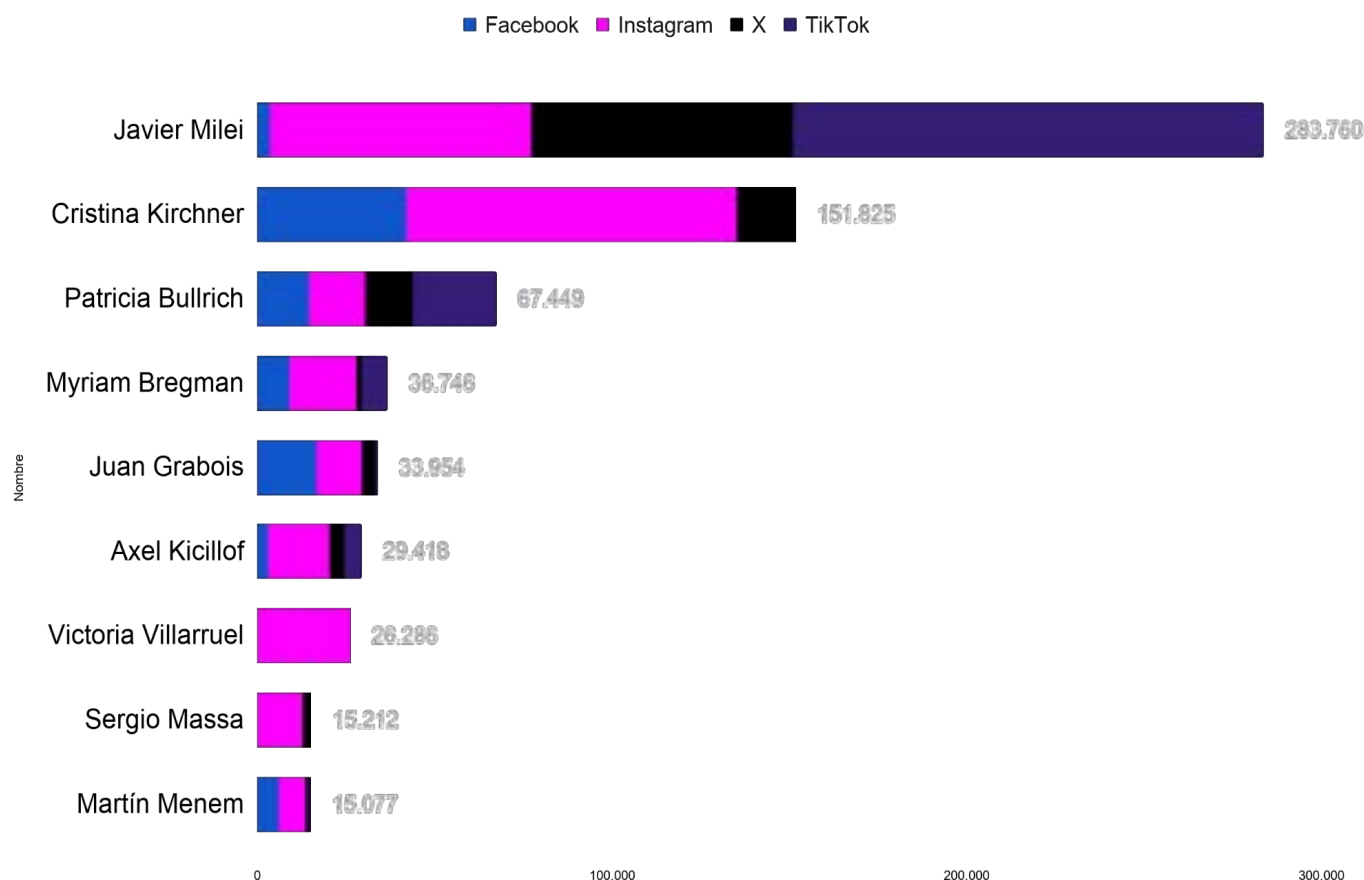
AGENDA POLÍTICA: TRASCENDENCIA COMUNICATIVA

La trascendencia comunicativa digital de cada referente en sus cuentas oficiales, expresa la cantidad de acciones divididas por la cantidad de publicaciones que realizó en el período. Define el volumen promedio que logra cada vez que toma la palabra.

Javier Milei lidera en trascendencia comunicativa en julio, con gran aporte porcentual de su TikTok oficial, donde realizó una publicación por el 9 de julio cantando la Marcha de San Lorenzo de la mano de un granadero. Obtuvo 1.1 millones de visualizaciones. Sus tres publicaciones anteriores habían alcanzado entre 8 y 10 millones.

Cristina Kirchner vuelve a las redes sociales con una publicación de una Carta abierta llamada "El costo democrático de la politización de la justicia.

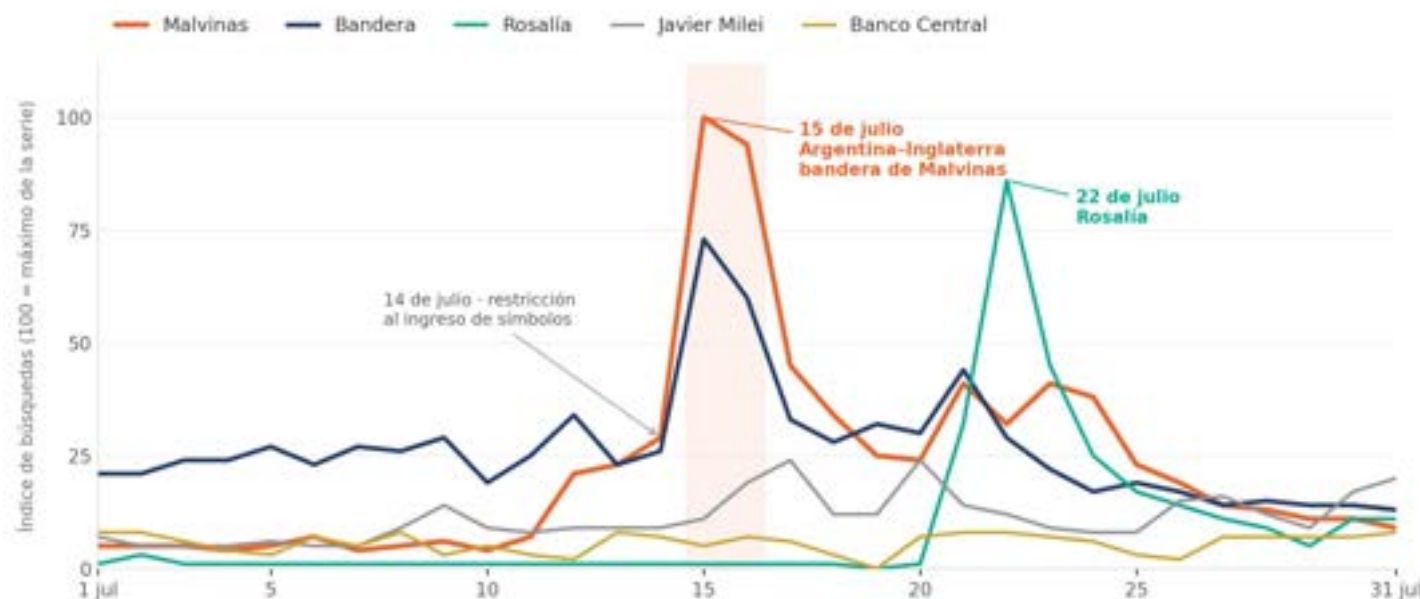
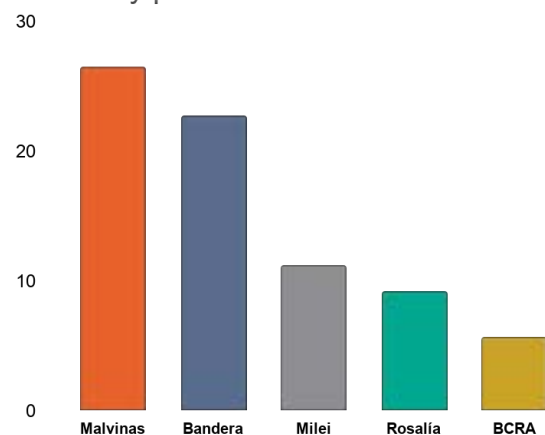
Trascendencia comunicativa: Acciones por publicación



TENDENCIAS Y PICOS DE INTERÉS EN LA AGENDA SOCIAL

PORCENTAJES DE BÚSQUEDAS E INTERÉS CIUDADANO POR DÍA POR TEMA

Referencias y promedios



Picos de búsqueda e interés de la ciudadanía sobre estos temas:

Malvinas. Mide el interés ciudadano por la causa soberana, que en julio se disparó a partir de la restricción al ingreso de símbolos al estadio mundialista y del gesto de los jugadores tras el partido con Inglaterra.

Bandera. Mide la atención sobre el símbolo patrio, y funciona como el correlato masivo del término anterior: sube junto con Malvinas pero desde una base mucho más alta y sostenida durante todo el mes.

Javier Milei. Mide el interés por la figura presidencial, y sirve como línea de base para contrastar cuánto del interés ciudadano del mes pasó efectivamente por él.

Rosalía. Mide el impacto de la polémica por las declaraciones de la cantante, que en la fecha del pico fue tomada como indicador de la campaña antiargentina y de su capacidad de traducirse en búsqueda ciudadana.

Banco Central. Mide el interés por la institución monetaria, que resultó el más bajo de la serie pero el más revelador, porque las consultas asociadas muestran que se lo busca para consultar la central de deudores y no por la reforma de su carta orgánica.

CONCLUSIONES

El mes en que la soberanía ordenó la agenda y el oficialismo la miró de afuera

- 1. La soberanía fue el significativo del mes y atravesó a todos los sectores.** Malvinas concentró 4.664.050 acciones, casi el doble que el segundo eje, y una de cada cuatro acciones del bloque político-social. Su potencia está en que no fue un tema de la oposición: la vicepresidenta se corrió de la línea oficial por segundo mes consecutivo, el proyecto sobre extranjerización debió postergarse por falta de votos y luego resignar sus artículos centrales, y el rechazo se articuló desde el campo artístico antes que desde la dirigencia partidaria. El Gobierno perdió el control de un terreno simbólico que hasta ahora administraba.
- 2. El Presidente ocupa el centro en posición reactiva.** Javier Milei sigue liderando ampliamente vitalidad comunicativa (5.360.336 acciones de comunidad) y trascendencia (283.760 acciones por publicación), pero lo nombran menos por lo que hace que por cómo responde. Los contenidos de mayor circulación que lo mencionan son de impugnación. El eje donde el oficialismo enuncia su propio programa —política económica— es el anteúltimo del capítulo, con 78 publicaciones.
- 3. La asimetría de los ecosistemas de influenciadores se sostiene, pero cambió de función.** El sector afín al oficialismo casi triplica en acciones al opositor (53.990.056 contra 18.970.740) y cubre todo el arco de plataformas, mientras la oposición concentra el 63,9% de sus acciones en Instagram. Sin embargo, ese aparato casi no intervino en la disputa por la ley de tierras ni defendió el episodio del insulto a Lula: procesó el mes por el Mundial y por el color. Hay capacidad de volumen sin capacidad de agenda en los temas difíciles.
- 4. La agenda mediática y el interés ciudadano corrieron por carriles distintos.** El eje de mayor tracción audiovisual —inseguridad, con 119,7 millones de visualizaciones— casi no atribuye responsabilidad política. Y el término Banco Central, el más bajo de la serie de búsquedas, se consulta por la central de deudores y no por la reforma de la carta orgánica que el Gobierno anunció por cadena nacional. La distancia entre lo que se anuncia y lo que se busca es, en sí misma, un indicador.
- 5. La conclusión del capítulo es de conducción.** Julio no muestra una oposición que haya ganado la conversación, sino un oficialismo que dejó de conducirla. El liderazgo del período fue temático antes que dirigencial: lo condujo un símbolo, no un enunciador.



PANORAMA ECONÓMICO DIGITAL ARGENTINO



INTRODUCCIÓN

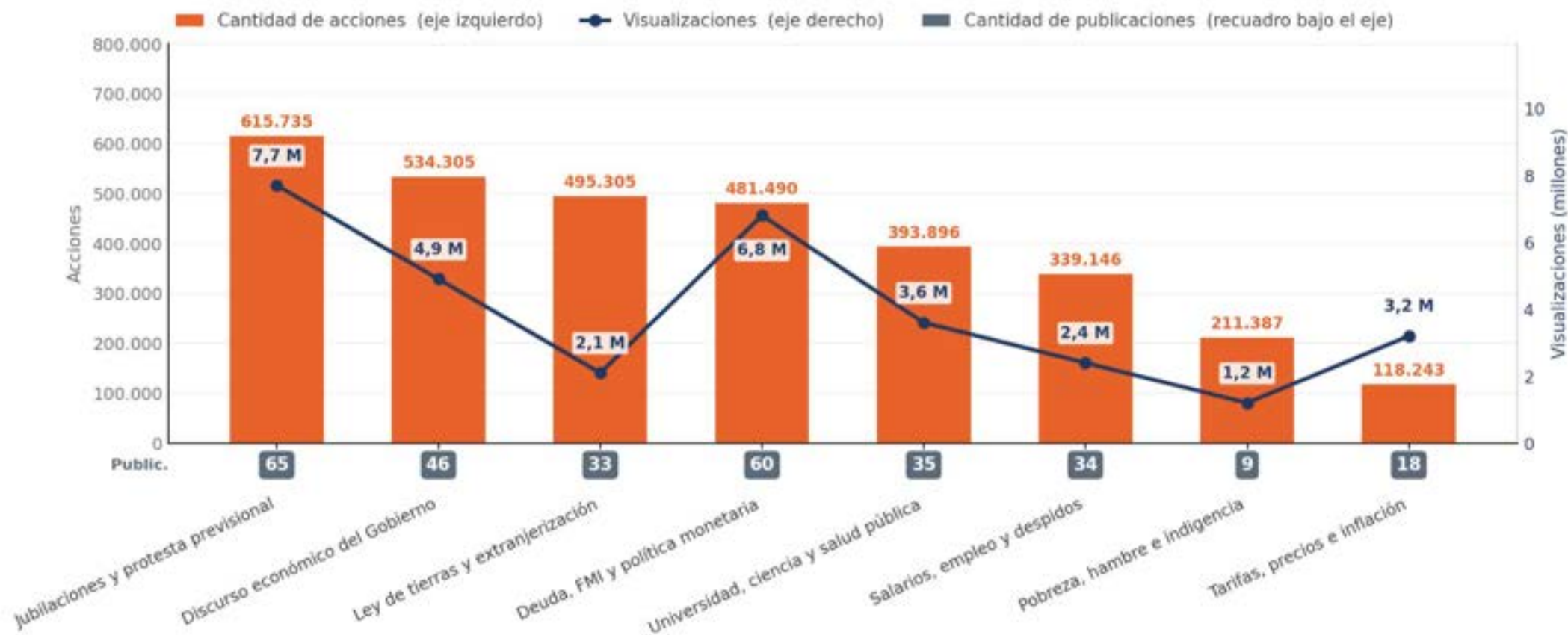
El capítulo económico de julio se ordena alrededor de una ausencia. La inflación, que durante décadas fue el centro excluyente del debate económico argentino, reúne siete publicaciones en todo el mes y se limita a la difusión del dato. No hay disputa interpretativa, no hay pico de conversación, no hay enunciadores enfrentados. Su marginalidad es el primer hallazgo del capítulo.

Lo que ocupa ese lugar vacante no es otro índice: es el testimonio. La economía de julio se discutió desde el cuerpo. El eje más voluminoso del capítulo es el previsional, y su material es casi enteramente narrativo —el jubilado de 85 años que sigue trabajando, la mujer que come una sola vez al día, la docente que no llega al día 15—. La pobreza, que en informes anteriores aparecía dispersa dentro de otros temas, se constituyó por primera vez como conversación propia, con el promedio de acciones por pieza más alto del capítulo. Y el endeudamiento familiar emergió como tema transversal, con 1.543 publicaciones y la palabra morosidad presente en 825 de ellas.

Del otro lado, el Gobierno concentró prácticamente todo su volumen económico en dos jornadas —la Bolsa de Comercio y la Exposición Rural—. El resto del mes casi no habló de economía.

El capítulo releva ocho ejes temáticos de agenda mediática, identifica los principales autores que sostuvieron la conversación e incorpora un análisis transversal sobre las tres deudas —la del país, la de las familias y la de las empresas— que permite leer cómo se distribuye la responsabilidad en el discurso público. La hipótesis de lectura es que julio marca un cambio de gramática: la economía dejó de enunciarse como política macroeconómica y pasó a enunciarse como experiencia.

TEMAS ECONÓMICOS DE AGENDA MEDIÁTICA



JUBILACIONES, PROTESTA PREVISIONAL Y REPRESIÓN

615 mil acciones
7,7 millones de visualizaciones

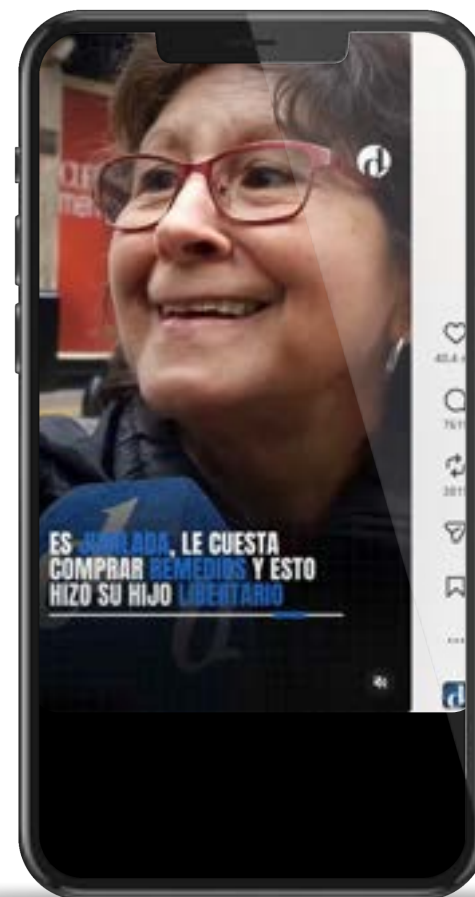
Es el eje económico más voluminoso del mes y el que mejor sintetiza el desplazamiento del debate: la economía se discutió desde el cuerpo de los adultos mayores. Su material es casi enteramente testimonial y de altísima carga emotiva.

Las voces se acumulan con un patrón reconocible. El jubilado de 85 años que se ve obligado a seguir trabajando. La mujer que dice comer una sola vez al día. El jubilado con cáncer que denuncia que le cortaron el tratamiento. La docente jubilada que no llega al día 15. Y un registro que se repitió varias veces en el mes: jubiladas que votaron al oficialismo y tuvieron que volver a trabajar, que aparecen contando su decepción o, en algunos casos, defendiéndolo igual.

La segunda capa es la del conflicto en la calle. Los miércoles de marcha al Congreso se sostuvieron todo el mes, con la CGT sumándose sobre el final, y la represión de Gendarmería como imagen recurrente. El Gobierno informó haber gastado 2.000 millones de pesos en esos operativos, dato que la oposición convirtió en consigna. La investigación por el ataque a Pablo Grillo sumó un frente judicial cuando se conoció que la Policía Federal extravió registros.

La disputa discursiva se dio en las voces del ecosistema afín, que cuestionaron a los propios jubilados: que el hambre es revolver la basura, que a otros jubilados no les da la cara, que el padre del titular de Diputados es jubilado y no se queja.

Publicación con más interacciones:
El Destape Instagram, 51.834 interacciones



DISCURSO ECONÓMICO DEL GOBIERNO: BOLSA, RURAL Y REELECCIÓN

534 mil acciones
4,9 millones de visualizaciones

Es el eje donde el oficialismo enuncia su propio programa, y su comportamiento temporal es el hallazgo: prácticamente todo el volumen se concentra en dos jornadas. El resto del mes, el Gobierno casi no habló de economía.

La primera fue el acto por el 172° aniversario de la Bolsa de Comercio, donde el Presidente afirmó que será reelecto y tendrá cuatro años más, defendió la inviolabilidad de la propiedad privada y protagonizó un cruce con un asistente al que mandó a Cuba. El episodio se replicó desde todos los ángulos y generó más circulación que el contenido del anuncio.

La segunda fue la Exposición Rural, donde anticipó el camino hacia la eliminación de las retenciones y sostuvo que se viene un campo radicalmente distinto al que conocimos. Nicolás Pino, presidente de la Sociedad Rural, le respondió que las retenciones deberían desaparecer ya. Y el agravio a José Ignacio de Mendiguren, a quien llamó ladrón, derivó en una denuncia.

Se sumaron la defensa de la apertura de importaciones —criticada por destruir a la industria nacional—, el anuncio del shutdown del Estado, el proyecto de inocencia fiscal que la oposición leyó como premio a los evasores, y el ministro de Economía sosteniendo que la actividad está en récord de consumo, afirmación que contrasta con el resto del capítulo.

Publicación con más interacciones:
La Nación , Instagram, 49.591 interacciones



DEUDA, FMI Y POLÍTICA MONETARIA

481 mil acciones
6,8 millones de visualizaciones

Es el eje más técnico del capítulo y, sin embargo, el que produjo la consigna más repetida del mes: "Caputo toma deuda", que circuló en múltiples versiones editoriales y se convirtió en fórmula de impugnación del programa económico.

La conversación tuvo tres frentes. El institucional: la reforma de la carta orgánica del Banco Central, anunciada por cadena nacional en los últimos días del mes, que el Gobierno presentó como el fin de la posibilidad de financiar a la política y la oposición leyó como una entrega de soberanía monetaria. El externo: la visita de Kristalina Georgieva, que respaldó el plan, dejó circulando la pregunta de si los argentinos están listos para ser perseverantes, y se reunió con el ministro de Economía en la Casa Rosada. Y el de control: el informe crítico de la Auditoría General de la Nación exigiendo explicaciones por 200 millones de dólares de un crédito.

La cifra que más circuló fue que la Argentina le debe al Fondo el 34% de lo que le debe el mundo entero, planteada por Víctor Hugo Morales y replicada por varios medios.

Un cuarto frente, más silencioso pero significativo, es el del endeudamiento privado: el vocero presidencial atribuyó el aumento de la morosidad a que las familias no saben manejar sus ingresos, y esa frase abrió una discusión sobre a quién se le imputa el problema.

Publicación con más interacciones:
Argentina 12, Facebook, 21.369 interacciones



UNIVERSIDAD, CIENCIA, SALUD PÚBLICA Y DISCAPACIDAD

393 mil acciones
3,6 millones de visualizaciones

El eje se organizó en torno a una tensión que atravesó todo el mes: el prestigio de las instituciones públicas frente a su desfinanciamiento. Y a diferencia de otros capítulos, buena parte del contenido no fue de denuncia sino de orgullo.

El Hospital Garrahan concentró la mayor parte del volumen y lo hizo desde el logro: la primera transfusión intrauterina realizada en el país, su inclusión entre los hospitales mejor equipados de América Latina según el ranking HospiRank 2026, el reconocimiento como uno de los mejores del continente. El CONICET aportó el mismo registro con el hallazgo histórico de sus científicos, el desarrollo de terapias en la UNLP y las investigadoras de la UBA.

El contrapunto llegó por el lado del ajuste. Casi 400 becarios del CONICET en riesgo de perder su trabajo. Los 61 despidos en la Comisión Nacional de Energía Atómica, con el testimonio del físico Nahuel Vega diciendo que no sabe cómo se sigue. Un terreno de una universidad pública que el Gobierno destinó a la venta. Y episodios que condensan la escasez cotidiana, como los médicos de Esquel operando a oscuras durante un corte de luz.

La discapacidad completa el eje con voces que reclaman ser miradas: la actriz Valentina Bassi describiendo la situación del colectivo, y el trámite del Certificado Único de Discapacidad como umbral burocrático.

Publicación con más interacciones:
El Destape, Facebook, 35.453 interacciones



SALARIOS, EMPLEO Y DESPIDOS

339 mil acciones
2,4 millones de visualizaciones

El eje traduce la macroeconomía al plano de la supervivencia laboral y se construyó sobre casos concretos de cierre y despido, más que sobre datos agregados.

Los episodios que ordenaron la conversación fueron el cierre definitivo de la empresa brasileña Dass, con 150 trabajadores en la calle; la cordobesa Metalfor, que notificó 35 despidos durante el partido de la Selección, detalle que la cobertura subrayó como agravante; los 61 despedidos de la Comisión Nacional de Energía Atómica; y el conflicto de FATE, con los trabajadores del neumático organizando un festival para sostener la fuente laboral.

El frente gremial aportó el reclamo de más de cien gremios por un salario mínimo de tres millones de pesos, el paro nacional docente convocado por CTERA para el 3 de agosto y la advertencia de la UTA por un paro de colectivos por tiempo indeterminado. En paralelo, el Gobierno modificó por decreto el cálculo de las indemnizaciones por despido.

El registro dominante, sin embargo, es el del salario que no alcanza: los sueldos que rinden menos mientras los aumentos son más frecuentes, los senadores cobrando casi doce millones de pesos mientras se cierran paritarias, y la formulación más sintética del mes, del medio Sudestada: independencia es tener laburo, que te alcance el sueldo, que no tengas que ser el mulo de nadie.

**Publicación con más interacciones:
Argentina 12, Facebook, 29.724 interacciones**



POBREZA, HAMBRE E INDIGENCIA

211 mil acciones
1,2 millones de visualizaciones

Es el eje más chico en cantidad de publicaciones y uno de los más intensos por rendimiento: promedia más de 14.000 acciones por pieza. Y es, sobre todo, el eje nuevo del capítulo: en informes anteriores la pobreza aparecía dispersa dentro de otros temas; en julio se constituyó como conversación propia.

Lo distintivo es que se enuncia en primera persona y sin mediación estadística. Un hombre que dice estar cagándose de hambre mientras los senadores aumentan su sueldo. Un jubilado que asegura no haber visto nunca una miseria como la actual. El padre Paco Oliveira advirtiendo que parece el 2001, que no hay trabajo y no alcanza para comer, y sosteniendo que sacaron a mucha gente de la pobreza para mandarla a la indigencia. Los movimientos sociales advirtiendo que si desaparecen los comedores avanza el narcotráfico.

El contrapunto oficial fue explícito y de alto perfil: Patricia Bullrich sostuvo que el Gobierno sacó a millones de personas de la pobreza y que no es verdad que la gente se esté muriendo de hambre. Esa afirmación, confrontada con los testimonios, ordenó buena parte de la discusión del mes.

Aparece además el dato que más circuló como síntesis del deterioro: que el sueldo de un piloto de F-16 no alcanza a cubrir la canasta básica.

Publicación con más interacciones:
Argentina 12, Facebook, 50.824 interacciones.



TARIFAS, PRECIOS E INFLACIÓN

118 mil acciones
3,2 millones de visualizaciones

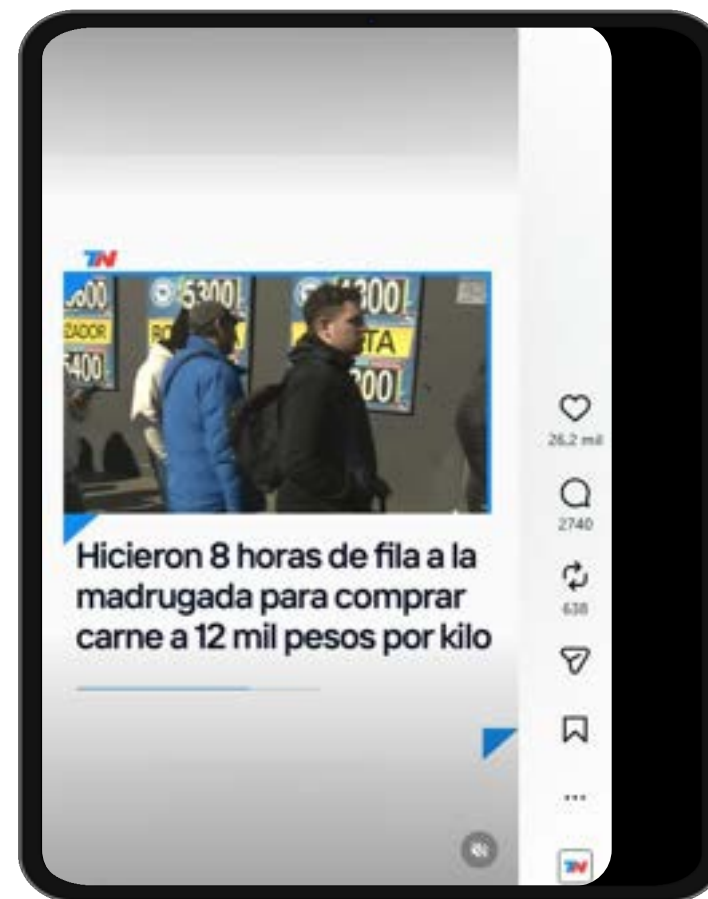
El hallazgo de este eje es lo que no está. La inflación, que durante décadas fue el centro del debate económico argentino, reúne siete publicaciones en todo el mes y se limita a la difusión del dato: 1,9% en junio, 16,8% en el primer semestre, 1,8% en la Ciudad, el IPC núcleo en 1,6%. No hay disputa interpretativa, no hay pico de conversación, no hay enunciadores enfrentados. Su marginalidad es, en sí misma, el dato de época.

Lo que sí traccionó fue el precio en su forma concreta. La publicación más interactuada del eje no es ningún índice sino una cola de 250 metros para comprar carne más barata en un frigorífico, en pleno frío. La escena reemplazó al número: la inflación dejó de discutirse como política y pasó a mostrarse como conducta.

Las tarifas aportaron el resto del volumen, con el cronograma de aumentos de julio en transporte, servicios y alquileres, la suba de los boletos en el AMBA desde el 1º de agosto y el congelamiento del descuento de la SUBE para la tarifa social, que en los hechos implica un aumento para los usuarios de menores ingresos.

El episodio más comentado fue del propio Gobierno: el vocero presidencial defendió el aumento de tarifas y sugirió a las familias abrigarse, en pleno pico de la ola polar. La respuesta opositora convirtió esa frase en la síntesis del eje.

Publicación con más interacciones:
Todo Noticias, Instagram, 29.578 interacciones



TEMA TRANSVERSAL: ENDEUDAMIENTO FAMILIAR



La deuda del país concentra más acciones con menos de la mitad de las publicaciones, porque tiene enunciadores políticos fuertes; la de las familias es lo contrario, máxima frecuencia y mínima intensidad por pieza, la marca de un problema extendido que no encuentra vocero.

Las cifras de familias: 6 millones de personas que no pueden pagar; 20 millones con algún tipo de deuda, embargos y amenazas telefónicas; 2,4 millones de nuevos deudores en un año; 4 de cada 10 menores de 35 que no logran salir; repartidores de apps con endeudamiento que creció más del 120% con las propias plataformas; inquilinos bonaerenses con tasa superior al 78%. La palabra morosidad aparece en 825 de las 1.543 publicaciones.

La disputa por la culpa: El vocero dijo que la gente no sabe manejar sus ingresos, el Presidente y el ministro lo ratificaron, y la síntesis quedó en la definición de Caputo de que la morosidad es un problema entre privados. Se suma el periodista Majul proponiendo evitar “gustitos” para no endeudarse. La fórmula corre el asunto fuera de la política pública. Del otro lado, la periodista Cande Botto: “te hicieron creer que podías vivir de tu salario”. Y la fisura interna: Feinmann admitiendo que la gente no puede pagar.

CONCLUSIONES

El desplazamiento del índice al cuerpo y la disputa por la culpa.

1. La desaparición de la inflación como disputa es el dato de época. Siete publicaciones en un mes para el indicador que organizó cuarenta años de debate público. Lo que sí traccionó fue el precio en su forma concreta: la publicación más interactuada del eje no es ningún índice sino una cola de 250 metros para comprar carne más barata en pleno frío. La inflación dejó de discutirse como política y pasó a mostrarse como conducta.

2. El desplazamiento al cuerpo reorganizó todo el capítulo. El eje previsional lidera el volumen y su material es el testimonio de altísima carga emotiva. La pobreza se autonomiza como conversación con apenas trece publicaciones pero más de 14.000 acciones promedio por pieza: baja frecuencia, máxima intensidad. Es la firma estadística de un tema que la agenda mediática todavía no institucionalizó pero que la ciudadanía digital reconoce de inmediato.

3. El endeudamiento familiar es el tema con mayor potencial de crecimiento del período. Su comportamiento es exactamente inverso al de la deuda soberana: 809 publicaciones contra 334, y menos acciones. Máxima frecuencia y mínima intensidad por pieza, la marca de un problema extendido que todavía no encuentra vocero. Es un terreno disponible.

4. La disputa central del capítulo no es sobre cifras sino sobre imputación. El oficialismo desplazó el problema al ámbito privado —la gente no sabe manejar sus ingresos, la morosidad es un problema entre privados—, y la respuesta opositora lo devolvió al terreno de la política pública. Esa operación se replicó en cada eje: la afirmación de que el Gobierno sacó a millones de la pobreza, confrontada con los testimonios, ordenó buena parte de la discusión del mes. El eje se dirime en quién carga con la responsabilidad, no en cuánto sube qué.

5. El oficialismo perdió terreno enunciativo. Concentrar todo el discurso económico en dos jornadas, y que de esas dos jornadas circule más el cruce con un asistente y el agravio a un dirigente que el contenido de los anuncios, describe una comunicación que perdió iniciativa temática en su propio terreno.

6. Los dos capítulos cierran en el mismo punto. El eje de la ley de tierras es el único que aparece con peso en ambos: se lee como soberanía en el capítulo político y como propiedad y extranjerización en el económico. Julio articuló dos soberanías en una misma conversación —la del territorio y la del propio ingreso— y esa articulación, que el mes cerró con la consigna "La Patria no se vende" y proyectó hacia agosto, es el hallazgo central del período.

¡MUCHAS GRACIAS!



CONTACTO



Cerrito 1294, piso 5, CABA, Argentina



contacto@qsocialnow.com



qsocial.com



qsocial.ok