



LLYC

**INFORME DE ANÁLISIS
DE DATOS SOBRE LAS
ELECCIONES PASO
2021**

DATA ANALYTICS INTELLIGENCE
REPORT

Buenos Aires, septiembre 2021

ÍNDICE

¿Qué hicimos?	3
Los partidos en números	4
Engagement por candidato	6
Análisis discursivo	7
Análisis por sociogramas	8
Salud	9
Corrupción	10
Trabajo	11
Género	12
Vivienda	13
Seguridad	14
Sustentabilidad	15
Economía	16
Pobreza	17
Educación	18
Análisis detallado: candidato a candidato	19
Frente de Todos	20
Juntos por el Cambio	24
Vamos con vos	29
Avanza Libertad	31
FIT	33
MST	35
Conclusiones	29

¿QUÉ HICIMOS?

El objetivo del siguiente estudio consiste en la elaboración de un análisis basado en datos respecto de la actividad y el discurso de campaña que mantienen en redes sociales alrededor de 30 personalidades (precandidatos y referentes) de los espacios políticos más importantes de cara a las elecciones PASO 2021.

Para ello nos enfocaremos en un análisis a tres niveles:

Discursivo: se elaborará un análisis del discurso utilizado por cada candidato y partido en las redes

enfocado en su contenido, palabras y uso del lenguaje al que hacen referencia.

Territorio: se investigarán los territorios de conversación a los que cada candidato y partido menciona en su discurso y el nivel de influencia que tienen dentro de la conversación que mantiene la ciudadanía en redes referente a dicho territorio.

Engagement: se medirá el nivel de actividad de cada candidato, sumado al alcance y nivel de interacción que manejan con sus seguidores.

ANALIZAMOS

3 MESES

31 POLÍTICOS

6 ESPACIOS POLÍTICOS

12.738 TUIITS

3.341 PUBLICACIONES DE INSTAGRAM

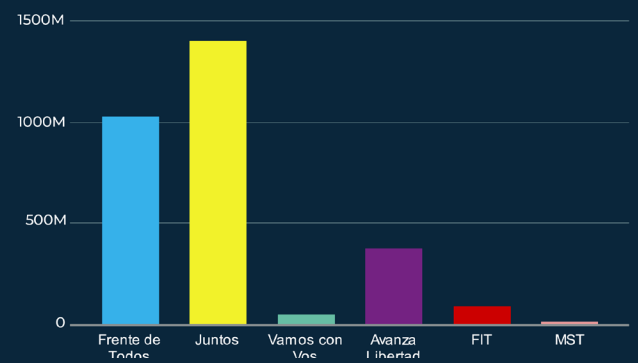
3.792 PUBLICACIONES EN FACEBOOK

LOS PARTIDOS EN NÚMEROS

ALCANCE

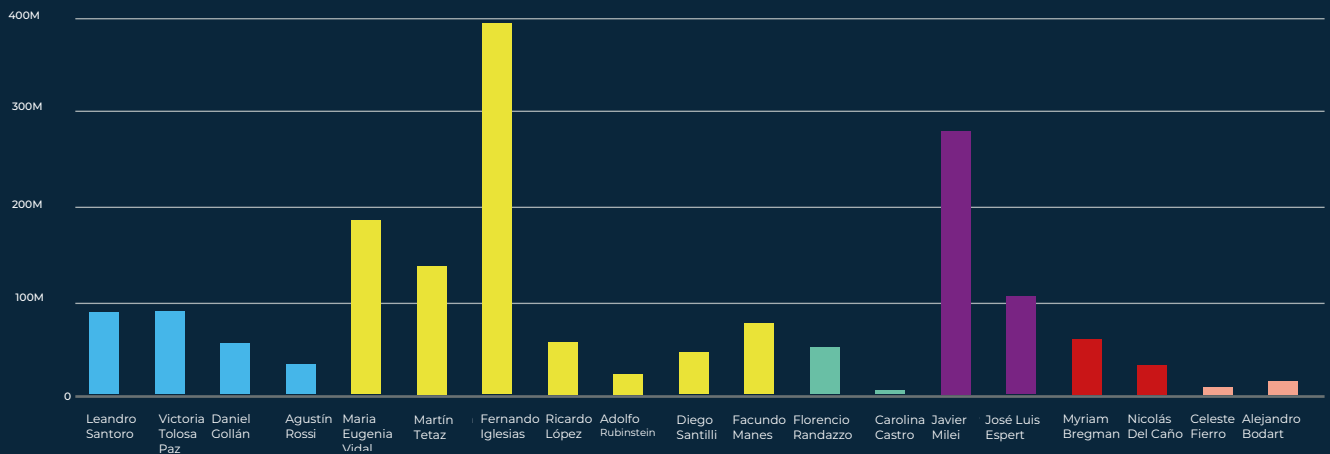
Fernando Iglesias y Javier Milei son los candidatos que cuentan con mayor alcance, debido a que sus publicaciones resultan muy compartidas. Sin embargo, al analizar por espacio, observamos que la campaña del Frente de Todos es -después de la de Juntos- la segunda que más alcance generó, en mayor medida por los referentes políticos que lo integran como Alberto Fernández y Cristina Kirchner, y no por el alcance propio de sus candidatos.

POR FRENTE



ALCANCE POR CANDIDATO

(*) Los datos de Reach están calculados sobre las publicaciones de Twitter

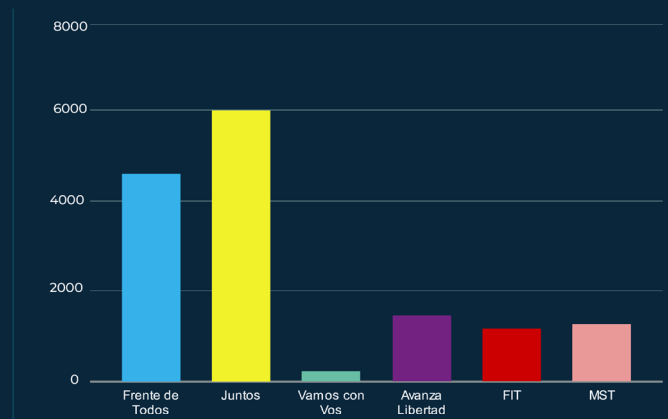


PUBLICACIONES

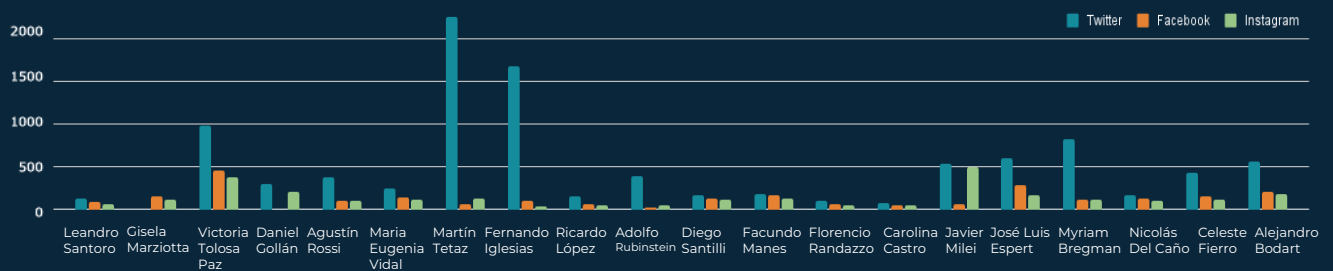
En el análisis por frente, se observa que Juntos es el que mayor actividad presenta en las tres redes sociales analizadas. Cabe destacar también, que es el espacio que presenta más internas y mayor cantidad de precandidatos seleccionados para este estudio.

En cuanto a los candidatos, se observa un mayor nivel de actividad en Twitter que en las otras redes, siendo Martín Tetaz y Fernando Iglesias por Juntos los que más publican, mientras que Victoria Tolosa Paz encabeza el Frente de Todos.

POR FRENTE



POR CANDIDATO



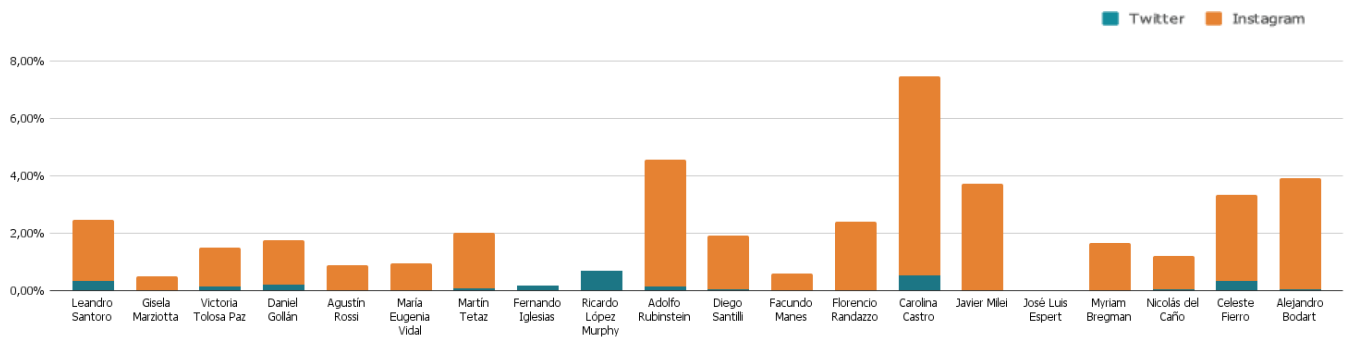
ENGAGEMENT POR CANDIDATO

El siguiente gráfico demuestra la tasa de engagement que tuvo cada candidato.

La misma se calcula a través de la sumatoria de me gusta, comentarios y compartidos que recibió, dividido por la cantidad total de seguidores.

El candidato que logra mayor interacción con su comunidad de seguidores en Twitter es Ricardo López Murphy (0,68%), mientras que Carolina Castro hace lo propio en Instagram (6,96%) y Facebook (3,32%).

Se puede observar que los que mayor interacción generaron en su comunidad, son aquellos que tienen una cantidad menor de seguidores pero la que se podría considerar más "fiel".



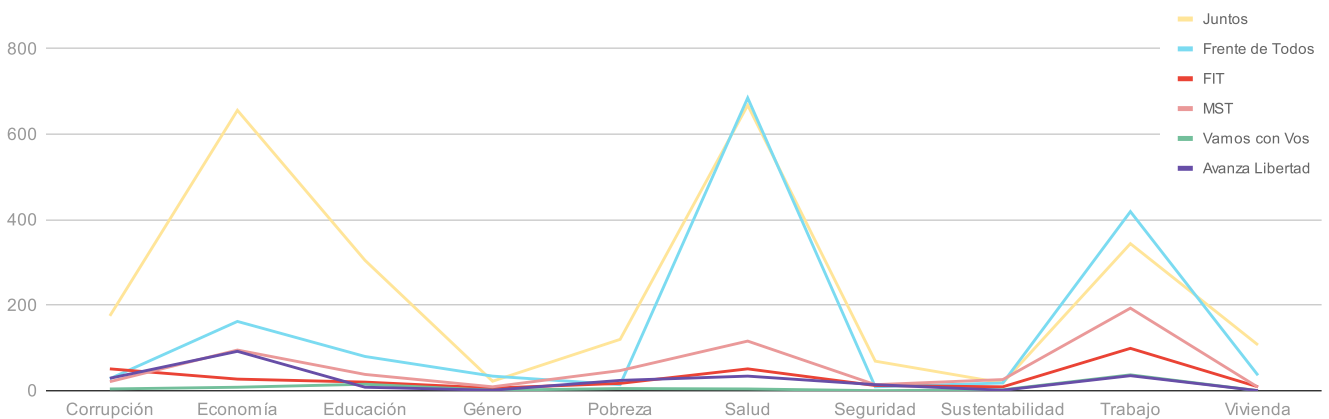
ANÁLISIS TERRITORIAL

El siguiente gráfico nos muestra el nivel de aparición que tuvo cada territorio de conversación en el discurso de los partidos.

Corrupción, Economía, Educación, Género, Pobreza, Salud, Seguridad, Sustentabilidad, Trabajo y Vivienda, ¿Qué protagonismo tienen estos territorios de conversación dentro del discurso de cada partido y sus candidatos?

Salud fue el territorio protagonista en los discursos de cada partido, siendo Frente de Todos y Juntos los que más hablaron sobre el tema. Por otro lado, Trabajo fue el segundo tema más incluido.

Se observa una gran brecha entre el discurso de Juntos y el de sus partidos competidores dentro de los territorios de Economía, Corrupción y Educación.



ANÁLISIS POR SOCIOGRAMA

La metodología utilizada para realizar este análisis se basa en el estudio de las relaciones existentes entre las personas que participan de la conversación.

Por medio del análisis de las relaciones, entendemos las comunidades como "nodos" de alta densidad relacional entre sí y con los demás miembros.

Una comunidad suele construirse en torno a intereses comunes y tienden a tener una visión y una posición homogéneas respecto a los temas que se debaten.

Otra característica típica de las comunidades es que están dirigidas por unas pocas personas que tienen un nivel de influencia mucho mayor que el resto de la comunidad.

Representaremos las comunidades mediante sociogramas: se trata de una serie de gráficos en los que:

- Las personas/perfiles sociales están representados por un grupo.

El tamaño de los grupos representa el nivel de relaciones (influencia).

- Las líneas que conectan los nodos (las aristas) expresan una relación entre esos nodos. Cuanto más grueso sea el borde, más fuerte será la relación.

- Cada comunidad está pintada de un color (para poder diferenciarlas).

Fuente de datos Twitter.

ANALIZAMOS

3 MESES

10 TERRITORIOS

4.785 COMUNIDADES

134.616 PERFILES

777.364 MENSAJES

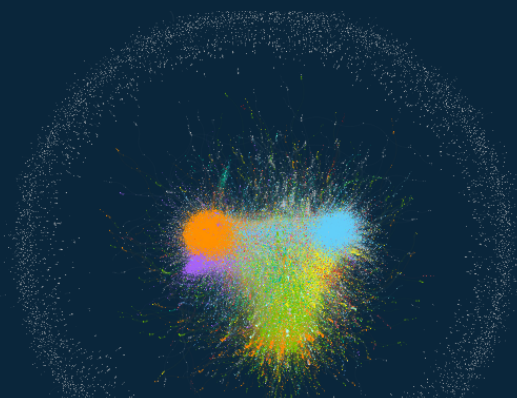
SALUD

GENERAL

tuits **55.330**
comunidades **318**
perfiles **19.734**

1.636 tuits
6 comunidades
26 perfiles

POLÍTICOS



El tema más discutido por la ciudadanía y que se encuentra más presente en el discurso de los políticos.

Dentro de los temas más frecuentemente tocados se encuentran:
Pandemia: la gestión sanitaria y sus efectos - Campaña de vacunación - Inversión en salud pública.

Los políticos que más alcance lograron en esta temática fueron **Santiago Cafiero, Alberto Fernández y Axel Kicillof**.

Mauricio Macri (@mauriciomacri) - 18 jun. 2021
En respuesta a @mauriciomacri
La pandemia no justifica que el gobierno destruya las vidas, el trabajo y la educación de los argentinos. Paralizaron al país pero la Argentina aparece en el último puesto del ranking de gestión de la pandemia.
2.918 Retweets 192 Tweets citados 12,6 mil Me gusta

Cele Fierro (@Cele_Fierro) - 31 ago. 2021
La única lista que lleva referentes de la salud en lucha. Con precarización no hay salud. A la primera línea todos sus derechos
9 Retweets 22 Me gusta

Daniel Gollan (@DrDanielGollan) - 21 ago. 2021
Podemos decir de frente que queremos más hospitales, que vamos a fomentar el consumo para la recuperación económica y a recuperar el poder adquisitivo. Del otro lado, no pueden hablar de estos temas, porque hace poco hicieron totalmente lo contrario.
391 Retweets 21 Tweets citados 1.044 Me gusta

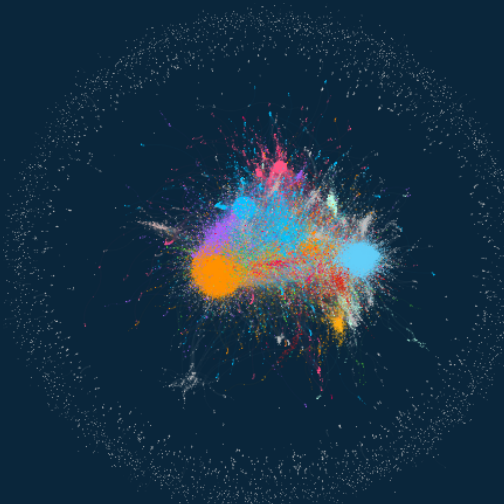
CORRUPCIÓN

GENERAL

tuits **507.903**
comunidades **4.931**
perfiles **107.586**

310 tuits
5 comunidades
16 perfiles

POLÍTICOS



El segundo tema del que habla la ciudadanía en las redes y el quinto más presente en el discurso de los políticos.

Dentro de los temas más frecuentemente tocados se encuentran: OlivosGate - Vacunatorio VIP - Negociados inmobiliarios

Los políticos que más alcance lograron en esta temática fueron **Fernando Iglesias, Patricia Bullrich y Martín Tetaz.**

Florencio Randazzo @RandazzoF

Lo primero que tiene que hacer la política es repudiar los hechos de corrupción y, después, demostrar con la gestión que eso se cumple. Basta de charlatanes de plaza que no pueden demostrar una sola acción para hacer la política más transparente.

10:44 p. m. · 12 ago. 2021 · Twitter Web App

84 Retweets 11 Tweets citados 262 Me gusta

Leandro Santoro @SantoroLeandro

Recién hablamos de Corrupción en LN+ , 😊🗣️

5:11 p. m. · 22 jul. 2021 · Twitter for Android

2.162 Retweets 220 Tweets citados 7.795 Me gusta

LEONARDO SANTORO, LEGISLADOR DEL FIT
"SOY AMIGO PERSONAL DE ALBERTO"
0:58 162,4 mil reproducciones

María Eugenia Vidal @mariavidal

En respuesta a @mariavidal

Y junto con el trabajo y la educación, para sacar a la Argentina adelante, necesitamos terminar con los privilegios. Basta de creerse por encima de la ley, de la impunidad, de los atropellos del poder, de abuelos y médicos esperando, y funcionarios vacunándose entre ellos.

9:38 a. m. · 25 ago. 2021 · Twitter for iPhone

20 Retweets 2 Tweets citados 77 Me gusta

TRABAJO

GENERAL

tuits **419.726**
comunidades **8.887**
perfiles **134.594**



POLÍTICOS

1.186 tuits
6 comunidades
25 perfiles



El 3º tema más discutido por la ciudadanía y el 2º más presente en el discurso de los políticos.

Dentro de los temas más frecuentemente tocados se encuentran:
Desempleo - Empleo joven - Salarios - Precarización laboral

Los candidatos que más alcance lograron en esta temática fueron **Alberto Fernández, Patricia Bullrich y María Eugenia Vidal.**

Patricia Bullrich
@PatBullrich

No podemos permitir que el Gobierno continúe tomando decisiones en contra de la libertad de los argentinos. Ahora, con las obras sociales. Para beneficiar en forma directa a los dirigentes gremiales nos prohíbe elegir la prepaga cuando cambiamos o empezamos un trabajo nuevo.

Prohíben que los trabajadores elijan libremente su obra social al iniciar un nuevo vínculo laboral

El decreto firmado por Alberto Fernández indica que quienes inicien un vínculo laboral deberán mantener durante al menos un año la prestadora médica de su actividad antes de disponer de la opción de cambio. Era una de las promesas del Presidente a la CGT

7 de Julio de 2021

3:45 p. m. - 7 jul. 2021 - Twitter for Android

4.290 Retweets 211 Tweets citados 9.780 Me gusta

Alberto Fernández
@alfernandez

En respuesta a @alfernandez

En la Argentina de hoy todos deben tener un trabajo. El trabajo dignifica y junto al salario son las poleas de transmisión que garantizan la escala social ascendente.

Una Argentina con mas inversión, mas trabajo y más producción. Allí está la vida que queremos.

9:08 a. m. - 31 ago. 2021 - Twitter for iPhone

170 Retweets 89 Tweets citados 732 Me gusta

María Eugenia Vidal
@mariavidal

En respuesta a @mariavidal

Desde el Congreso vamos a impulsar proyectos para acompañar a los jóvenes en este camino: reconversión de planes en trabajo, incentivos para que las empresas los contraten y monotributo gratis por un año para quienes se inicien en trabajos independientes.

6:43 p. m. - 31 ago. 2021 - Twitter for iPhone

30 Retweets 12 Tweets citados 188 Me gusta

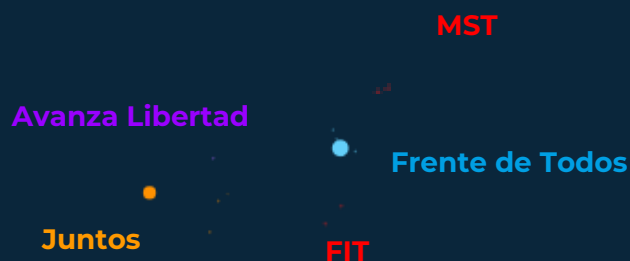
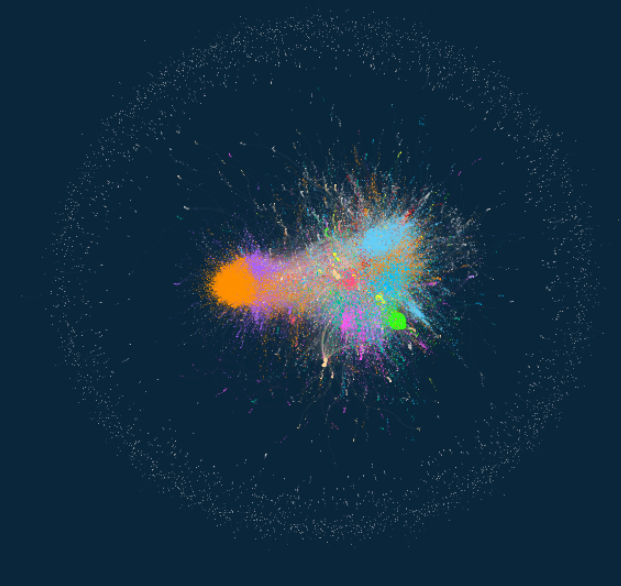
GÉNERO

GENERAL

tuits **363.739**
comunidades **3.621**
perfiles **108.477**

77 tuits
6 comunidades
16 perfiles

POLÍTICOS



El 4º tema más discutido por la ciudadanía y el 10º más presente en el discurso de los políticos.

Dentro de los temas más frecuentemente tocados se encuentran:
Ley de Empleo para personas trans - DNI para personas no binarias - Feminismo y derechos de las mujeres - Violencia de género - Brecha salarial

Los políticos que más alcance lograron en esta temática fueron **Alberto Fernández, Fernando Iglesias y María Eugenia Vidal.**

Alberto Fernández @alfaroz

Pusimos en marcha el DNI para personas no binarias. Somos el primer país de Latinoamérica que impulsa esta iniciativa en pos de garantizar la identidad de género de las personas que no se autoperciben ni femeninas ni masculinas.

Vamos haciendo posible lo que parecía imposible.

8:48 p. m. - 21 jul. 2021 - Twitter for iPhone

1.326 Retweets 474 Tweets citados 9.356 Me gusta

Fernando A. Iglesias @FerIglesias

Cuánta hipocresía y cuánta persecución disfrazados de feminismo. Transforman una justa reivindicación en una acción extremista, una política partidaria y una caza de brujas. Lo hicieron ya con los Derechos Humanos. Vuelven a intentarlo hoy

12:40 p. m. - 8 ago. 2021 - Twitter Web App

1.623 Retweets 96 Tweets citados 3.756 Me gusta

María Eugenia Vidal @mariavidal

En respuesta a @mariavidal

Esta situación no solo afectó la salud mental de los chicos y chicas, sino también a las mujeres que tuvieron que cargar mayoritariamente con las responsabilidades del hogar. Porque si bien avanzamos como sociedad, aún queda mucho por hacer y la brecha de género sigue existiendo.

8:48 p. m. - 5 ago. 2021 - Twitter for iPhone

9 Retweets 1 Citar Tweet 14 Me gusta

VIVIENDA

GENERAL

tuits **244.300**
comunidades **3588**
perfiles **73.066**

161 tuits
3 comunidades
14 perfiles

POLÍTICOS



El 5º tema más discutido por la ciudadanía y el 7º más presente en el discurso de los políticos.

Dentro de los temas más frecuentemente tocados se encuentran:
Déficit habitacional - Créditos UVA

Los políticos que más alcance lograron en esta temática fueron **Alberto Fernández, Santiago Cafiero y Martín Tetaz.**

Santiago Cafiero @SantiCafiero

Para un gobierno peronista el derecho a la casa propia es prioridad. Por eso en Mercedes @alferdez puso en marcha obras para generar 30 mil lotes con servicios en todo el país.

Ampliar el acceso al suelo urbanizado es un paso fundamental para garantizar la vivienda digna.

Jorge Ferraresi y 3 más

3:49 p. m. · 8 jun. 2021 · Twitter Web App

333 Retweets · 37 Tweets citados · 1.621 Me gusta

Martín Tetaz @martintetaz

En la primera semana desde el anuncio de mi candidatura he recibido más atención del oficialismo de la que esperaba. Desde periodistas filo K, hasta el propio Presidente, me criticaron por mi apoyo a los créditos UVA

Voy a hacer un hilo para explicar por qué son un gran mecanismo

5:54 p. m. · 16 jul. 2021 · Twitter Web App

1.212 Retweets · 117 Tweets citados · 3.719 Me gusta

Alberto Fernández @alferdez

Es una enorme alegría entregar la casa propia número 10 mil en San Martín. Pienso todo el día en quienes no tienen viviendas.

Tener una vivienda es un derecho esencial del ser humano. Por eso, de aquí a fin de año, vamos a estar construyendo más de 100 mil casas propias.

Jorge Ferraresi y 3 más

2:33 p. m. · 1 jun. 2021 · Twitter for iPhone

1.221 Retweets · 266 Tweets citados · 6.277 Me gusta

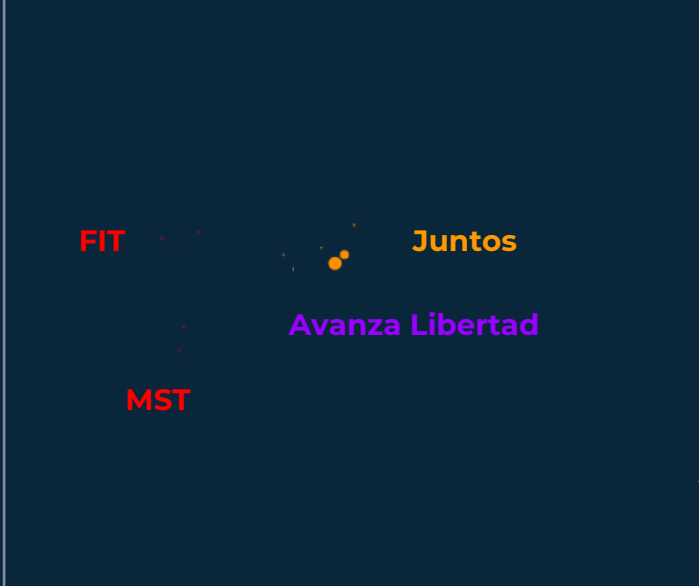
SEGURIDAD

GENERAL

tuits **223.979**
comunidades **4.548**
perfiles **74.092**

121 tuits
4 comunidades
9 perfiles

POLÍTICOS



El 6° tema más discutido por la ciudadanía y el 8° más presente en el discurso de los políticos.

Dentro de los temas más frecuentemente tocados se encuentran:
Aumento de la inseguridad - Liberación de presos - Preparación de las fuerzas de seguridad

Los candidatos que más alcance lograron en esta temática fueron **Patricia Bullrich, Fernando Iglesias y Diego Santilli.**

Patricia Bullrich @PatoBullrich

Nos gobierna una casta política que se nos ríe en la cara. Que no tiene idea del nivel de inseguridad que se vive en muchas localidades, en las que nuestras Fuerzas dejan la vida. Como lo afirmó Sabrina Frederic sin ponerse colorada: "Suiza es más tranquilo, pero más aburrido".

Sabrina Frederic: "Suiza es más tranquilo, pero más aburrido"

La ministra de Seguridad habló sobre los delitos violentos que se producen en el Conurbano

29 de agosto de 2021 • 10:50

3:18 p. m. - 29 ago. 2021 - Twitter for Android

3.823 Retweets 191 Tweets citados 10,2 mil Me gusta

Diego Santilli @diegoesantilli

Hoy, en la seguridad, Argentina es el mundo del revés. Se liberan presos, los narcos vuelven a los barrios y los trabajadores vivimos con miedo. Delinquir no puede ser gratis. Nosotros vamos a defender a los ciudadanos y a las víctimas, no a los delincuentes.

ESTAS SON LAS PROPUESTAS QUE CONSTRUIMOS JUNTOS:

SEGURIDAD

- Reforma para que haya más policías en la calle: hoy tenemos 15 mil policías con tareas administrativas que pueden ser realizadas por civiles.
- Prohibición de las excarcelaciones para los delitos de robo a mano armada, portación de armas de fuego, narcotráfico y violaciones.
- Endurecimiento de las penas contra narcos, motochorros y delincuentes violentos.
- Cancelación de los beneficios que liberan presos por delitos graves y violentos.

JUNTOS

3:23 p. m. - 18 ago. 2021 - Twitter Web App

131 Retweets 28 Tweets citados 475 Me gusta

Fernando A. Iglesias @FerIglesias

El peronismo está a favor y en contra de las Taser. Con tal de que los voten son el oficialismo y su propia oposición.

4:05 p. m. - 26 jul. 2021 - Twitter for iPhone

2.205 Retweets 61 Tweets citados 8.852 Me gusta

SUSTENTABILIDAD

GENERAL tuits **155.204**
comunidades **2.526**
perfiles **48.159**

85 tuits
6 comunidades
18 perfiles

POLÍTICOS



El 7º tema más discutido por la ciudadanía y el 9º más presente en el discurso de los políticos.

Dentro de los temas más frecuentemente tocados se encuentran: Cambio climático - Ley de Humedales - Acuerdo de producción porcina con China - Cuidado del medioambiente

Los políticos que más alcance lograron en esta temática fueron **Leandro Santoro, Alberto Fernández y Myriam Bregman.**

Leandro Santoro @SantoroLeandro

Los problemas ambientales requieren soluciones colectivas. El ambientalismo es la única salida posible al neoliberalismo.

12:51 p. m. - 11 ago. 2021 - Twitter for Android

890 Retweets 74 Tweets citados 1.594 Me gusta

Myriam Bregman @myriambregman

Esto fue en la campaña presidencial, hace apenas 2 años. Ahora estamos ante una elección legislativa. Según a quién le des tu voto, entra un negacionista del cambio climático o la izquierda que pelea consecuentemente por las demandas sociambientales.

¿Qué propone la izquierda de Nicolás del Caño frente a la crisis climática y eco... Frente a la farsa de cumbres climáticas y promesas de un "capitalismo verde", necesitamos desplegar un programa transicional para una completa ... laizquierdadiario.com

2:56 p. m. - 29 ago. 2021 - Twitter Web App

85 Retweets 5 Tweets citados 243 Me gusta

Alberto Fernández @alferdez

Tuve una fructífera reunión con @jakejsullivan, asesor de Seguridad Nacional de Estados Unidos.

El cuidado del medio ambiente y el cambio climático, la revisión de las instituciones financieras y la respuesta al covid-19 son cuestiones que nos preocupan a ambas naciones.

6:56 p. m. - 6 ago. 2021 - Twitter for iPhone

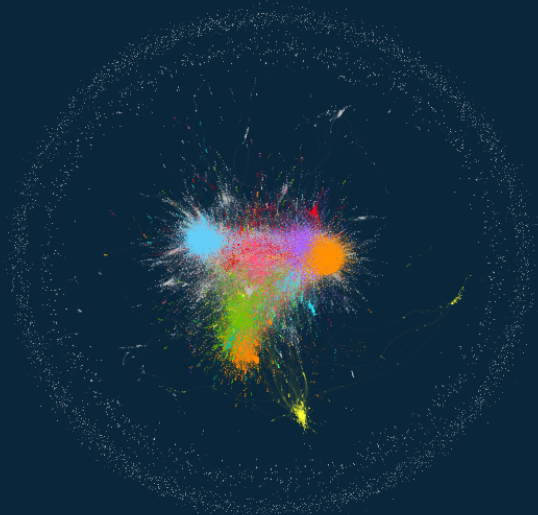
234 Retweets 26 Tweets citados 1.075 Me gusta

ECONOMÍA

GENERAL
 tuits **133.418**
 comunidades **5.348**
 perfiles **133.418**

1.060 tuits
6 comunidades
23 perfiles

POLÍTICOS



El 8º tema más discutido por la ciudadanía y el 3º más presente en el discurso de los políticos.

Dentro de los temas más frecuentemente tocados se encuentran:
 Inflación - Impuestos - Pérdida del poder adquisitivo - Recesión económica

Los candidatos que más alcance lograron en esta temática fueron **Martín Tetaz**, **Javier Milei** y **Patricia Bullrich**.

Patricia Bullrich @PatoBullrich

Aumentarles a los monotributistas es una locura. ¿Cuántos monotributistas están pagando los impuestos sin facturar? Y ahora les quieren aumentar de manera retroactiva. Es incostitucional. La falta de empatía del Gobierno con la gente es increíble. @LaNacionMas #LasCosasClaras

3:44 p. m. · 5 jun. 2021 · Twitter for Android

Martín Tetaz @martintetaz

Estamos repletiendo la triste historia argentina de la moneda depreciada y la inflación. Basta; hay que sacarle al Presidente la máquina de hacer billetes

Martín Tetaz MT

10:25 a. m. · 18 jul. 2021 · Twitter for iPhone

1.728 Retweets 92 Tweets citados 5.767 Me gusta

Javier Milei @JMilei

MI REFORMA MONETARIA
 Nunca más que la oligarquía política nos robe el fruto de nuestro trabajo con la impresión de billetes que es la causa de la inflación (ante una demanda de dinero dada).
 ZURDOS TIEMBLÉN
 LA LIBERTAD AVANZA
 VIVA LA LIBERTAD CARAJO .

7:24 a. m. · 31 jul. 2021 · Twitter for Android

774 Retweets 30 Tweets citados 4.796 Me gusta

POBREZA

GENERAL tuits **131.910**
 comunidades **3.043**
 perfiles **46.733**

POLÍTICOS tuits **231**
 comunidades **4**
 perfiles **13**



El 9º tema más discutido por la ciudadanía y el 6º más presente en el discurso de los políticos.

Dentro de los temas más frecuentemente tocados se encuentran:
 Aumento de la pobreza - Hambre y desnutrición - Pobreza infantil

Los candidatos que más alcance lograron en esta temática fueron **Florencio Randazzo, Mauricio Macri y Fernando Iglesias.**

Fernando A. Iglesias @FerIglesias

"Llévate el rostro de los pobres", le dijeron a Mauricio Macri.
 Se acabó la pobreza o no se usa más?

LA NACION @LANACION · 8 ago.
 La Iglesia cuestionó con dureza los insultos y agresiones en la campaña electoral bit.ly/2iL5QLw

1:54 p. m. · 9 ago. 2021 · Twitter for iPhone

1.898 Retweets · 67 Tweets citados · 4.666 Me gusta

Florencio Randazzo @RandazzoF

Con más de un 70% de pobreza infantil en el conurbano, comercios y pymes que cierran y millones de trabajadores que no llegan a fin de mes y ahora pagarán retroactivos. Con esa realidad, la política se aumentó un 40% sus sueldos. ¿Perdieron el sentido común o el corazón?

2:55 p. m. · 4 jun. 2021 · Twitter for iPhone

3.408 Retweets · 1.266 Tweets citados · 12,8 mil Me gusta

Mauricio Macri @mauriciomacri

Como en el pasado hicieron con la inflación y la pobreza, ahora intentan esconder la crisis que produjeron cerrando las escuelas. No hay caso. No hay solución posible en el ocultamiento.

2:36 p. m. · 16 jun. 2021 · Twitter for iPhone

7.050 Retweets · 671 Tweets citados · 26,5 mil Me gusta

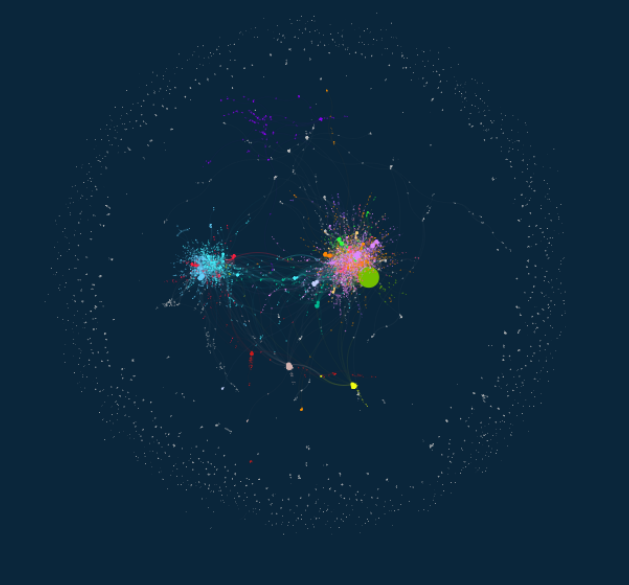
EDUCACIÓN

GENERAL

tuits **23.607**
comunidades **1.291**
perfiles **13.358**

490 tuits
5 comunidades
7 perfiles

POLÍTICOS



El 10° tema más discutido por la ciudadanía y el 4° más presente en el discurso de los políticos.

Dentro de los temas más frecuentemente tocados se encuentran:
Presencialidad de las clases - Educación como base de crecimiento futuro - Desescolarización

Los políticos que más alcance lograron en esta temática fueron **Mauricio Macri, Patricia Bullrich y Alberto Fernández.**

Alberto Fernández @alfernandez

Ampliamos las [#BecasManuelBelgrano](#). Se destinarán a 24 mil estudiantes universitarios de carreras estratégicas para nuestro desarrollo.

Podemos ser un país a la cabeza del mundo si garantizamos el acceso a la educación. Es ahí donde se encuentra el futuro de las sociedades.

Nicolás Trotta y Axel Kicillof

4:25 p. m. · 22 jul. 2021 · Twitter for iPhone

622 Retweets 59 Tweets citados 2.444 Me gusta

Patricia Bullrich @PatoBullrich

No tener índices reales sobre la educación es un fracaso. La ausencia de la enseñanza presencial generó daños irreversibles en la formación de nuestros jóvenes. Hoy, más que nunca, los chicos deben aprender; y quienes gobiernan, evaluar el dramático impacto de la falta de clases.

4:08 p. m. · 16 jun. 2021 · Twitter for Android

2.890 Retweets 92 Tweets citados 9.272 Me gusta

Mauricio Macri @mauriciomacri

Seguimos cayendo. Ahora el gobierno decidió suspender las pruebas Aprender, una herramienta fundamental para tener un diagnóstico del estado real de la educación y poder actuar para resolver los problemas de millones de estudiantes.

2:36 p. m. · 16 jun. 2021 · Twitter for iPhone

5.792 Retweets 339 Tweets citados 19,9 mil Me gusta

ANÁLISIS DETALLADO

PARTIDO A PARTIDO
CANDIDATO A CANDIDATO

FRENTE DE TODOS



ANÁLISIS DISCURSIVO

El slogan del partido es **#LaVidaQueQueremos**, haciendo alusión a la reconstrucción y el levantamiento de Argentina para lograr la felicidad del pueblo.

Dentro del discurso hay un fuerte protagonismo de la campaña de vacunación y su importancia para la vuelta a la normalidad.

Hacen hincapié en el rol que tiene el Estado y su compromiso con el pueblo argentino.

LAS PALABRAS MÁS USADAS

- PROVINCIA
- ARGENTINA
- TRABAJO
- PANDEMIA
- PAÍS
- TODOS
- LAVIDAQUEQUEREMOS
- NACIONAL
- VACUNACIÓN
- GRACIAS
- VIDA
- MILLONES
- JUNTO
- OBRAS
- PERSONAS
- GOBIERNO
- AÑOS
- OBRA
- ESTADO
- DOSIS
- BUENOSAIRESVACUNATE
- NUESTRO

ANÁLISIS DE TERRITORIOS DE CONVERSACIÓN

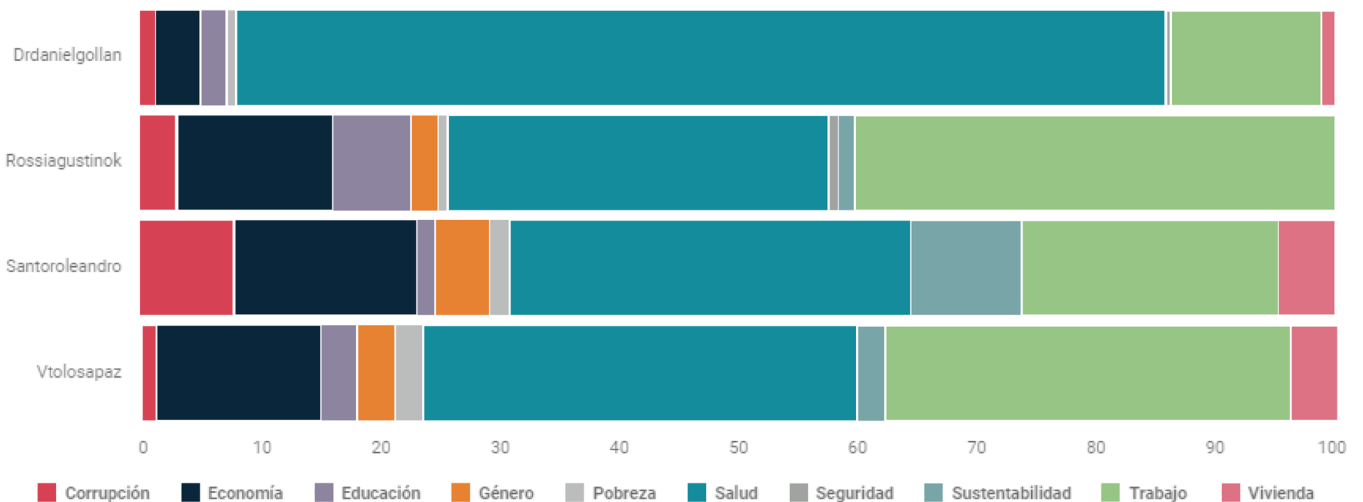
20

¿Cuál es el nivel de protagonismo que ocupa cada territorio dentro del discurso del partido y de sus candidatos?

En el Frente de Todos se nota un **amplio liderazgo de Daniel Gollán en el territorio de Salud**, siendo ex ministro de la provincia de Buenos Aires, **cuyo**

discurso tuvo un 76% de publicaciones sobre este tema.

Por otro lado, el candidato a Senador por Santa Fe, **Agustín Rossi, fue quien más incluyó el tema de Trabajo dentro de su discurso con un 44%.**





LEANDRO SANTORO



295 K



328,9 K



321 K

LAS PALABRAS MÁS USADAS

PARQUE
LAVIDAQUEQUEREMOS
CIUDAD
SOCIAL
ANOCHÉ
GRACIAS
LARRETA
PRESIDENTE
EMPLEO
ARGENTINA
GENTE

PASA
CABA
HABLAMOS
DEBATE
SAAVEDRA
RECIÉN
TN
CONSTRUIR
MUJERES
DEFENDER
DESARROLLO

Primer candidato a diputado nacional por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Es el candidato con mayor comunidad dentro del frente de todos.

Le sigue Agustin Rossi.

ANÁLISIS DISCURSIVO

Utiliza el slogan del partido para apoyar su narrativa de discurso, haciendo foco en la inclusión y los valores para el modelo de país que propone.

Sus propuestas están centradas en la generación de empleo como modelo de desarrollo y reactivación económica.

Suele incluir dentro de su discurso la preocupación por temas ambientales.

Confronta frecuentemente en sus publicaciones con Horacio Rodríguez Larreta.



GISELA MARZIOTTA



54 K



--



51 K

LAS PALABRAS MÁS USADAS

TODOS
TODAS
DERECHOS
SOCIEDAD
CIUDAD
LAVIDAQUEQUEREMOS
DÍA
MEDIOS
LEY
COMUNICACIÓN
GOBIERNO
SEGUIR
GÉNERO

JUNTO
NUESTRA
ARGENTINA
COMPROMISO
NACIONAL
PERSONAS
PROYECTO
POLÍTICAS
CAMINO
PANDEMIA
POLÍTICA
VIOLENCIA
IGUALDAD

Segunda candidata a diputada nacional por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

ANÁLISIS DISCURSIVO

Utiliza la inclusión y la igualdad de de derechos como conceptos principales de su discurso.

Dentro de su agenda de campaña, se encuentra un protagonismo de temas relacionados al género.



VICTORIA TOLOSA PAZ



101 K



103,5 K



67,8 K

LAS PALABRAS MÁS USADAS

- | | |
|-------------------|-------------------------|
| ARGENTINA | ESTADO |
| TRABAJO | PROVINCIA |
| GRACIAS | NUESTRO |
| POLÍTICA | PROYECTO |
| LAVIDAQUEQUEREMOS | PRESIDENTE |
| TODOS | TODAS |
| PAÍS | RECONSTRUCCIÓNARGENTINA |
| PANDEMIA | PRODUCCIÓN |
| NACIONAL | INTENDENTE |
| JUNTO | NUESTRA |
| GOBIERNO | PROGRAMA |
| VIDA | DESARROLLO |
| SIGUE | EMPLEO |

Primera candidata a diputada nacional por la Provincia de Buenos Aires.

ANÁLISIS DISCURSIVO

El eje de su discurso se centra en la reconstrucción del país y la provincia, haciendo foco en el acompañamiento del Estado para lograrlo.

Dentro de sus propuestas más frecuentes suele incluir la generación de trabajo y la reactivación de la producción entre las más frecuentes.

Hace mención a los efectos y consecuencias que tuvo la pandemia en los planes iniciales del Gobierno, y revalida la gestión sanitaria hecha en este tiempo.

Utiliza el contraste y la comparación con las políticas del Gobierno anterior para poner en valor el modelo de gestión del Frente de Todos.



DANIEL GOLLÁN



26,8 K



74,1K



--

LAS PALABRAS MÁS USADAS

- | | |
|---------------------|---------------|
| VACUNACIÓN | MAYORES |
| PROVINCIA | KICILLOF |
| SALUD | BONAERENSES |
| DOSIS | PRIMERA |
| LAVIDAQUEQUEREMOS | SISTEMA |
| JUNTO | TODOS |
| VACUNA | BONAERENSE |
| LXS | PRIMERA |
| LIBRE | SISTEMA |
| BUENOSAIRESVACUNATE | TURNOS |
| PANDEMIA | FRENTEDETODOS |
| AÑOS | PUEBLO |

Segundo candidato a diputado nacional por la Provincia de Buenos Aires.

ANÁLISIS DISCURSIVO

El principal foco de su discurso se encuentra en Salud, campo en el que se especializa (hasta el cierre de listas, se desempeñó como Ministro de Salud de la Provincia de Buenos Aires).

Dentro de sus ideas propone el fortalecimiento del sistema sanitario y el acceso a la salud como motor para lograr mejores condiciones de vida para la población.

El trabajo y la producción son otras temáticas a las que suele hacer alusión en su propuesta.

En su discurso suele utilizar la "X" inclusiva dentro de pronombres y sustantivos para referirse a su electorado.



AGUSTÍN ROSSI



152 K 246,1 K 235,4 K

LAS PALABRAS MÁS USADAS

- | | |
|----------------------|-----------------------|
| LASANTAFEQUEQUEREMOS | CIUDAD |
| FRENTEDETODOS | FE |
| TODOS | SANTA |
| ROSARIO | TRABAJO |
| NACIONAL | MILITANCIA |
| PROPUESTAS | GOBIERNO |
| LAVIDAQUEQUEREMOS | POLÍTICA |
| VIVO | CONSTRUIR |
| BARRIO | FACEBOOK |
| PROVINCIA | UNAMOSNUESTRASFUERZAS |
| LISTA | CRISTINA |
| SANTAFE | PAIS |

Candidato a senador nacional por la provincia de Santa Fe, jugará la interna contra el candidato del gobernador santafesino (Omar Perotti).

ANÁLISIS DISCURSIVO

Reformuló el slogan de campaña que tiene el Frente de Todos para aplicarlo en la provincia por la que se postula.

El trabajo y la salud son las ideas centrales de su discurso.

Incorpora dentro de sus publicaciones las ideas y propuestas concretas que tiene para su campaña.

El verbo más utilizado dentro de su discurso es "Construir", acompañando la idea del armado de una mejor provincia tras el impacto de la pandemia.

Utiliza el contraste y la comparación con las políticas del Gobierno anterior para diferenciar su modelo ideológico.



JUNTOS POR EL CAMBIO



ANÁLISIS DISCURSIVO

El partido no tiene un slogan definido que sea utilizado por los candidatos y referentes; sin embargo, se ha intentado impulsar un hashtag propio en ocasiones puntuales.

El foco principal de su discurso está centrado en la gestión actual del Gobierno Nacional y su crítica como método de diferenciación.

También incorporan a la pandemia y los efectos que tuvo en la población, pero a través de ella hacen críticas la gestión sanitaria del Gobierno, especialmente en lo que refiere a las vacunas.

LAS PALABRAS MÁS USADAS

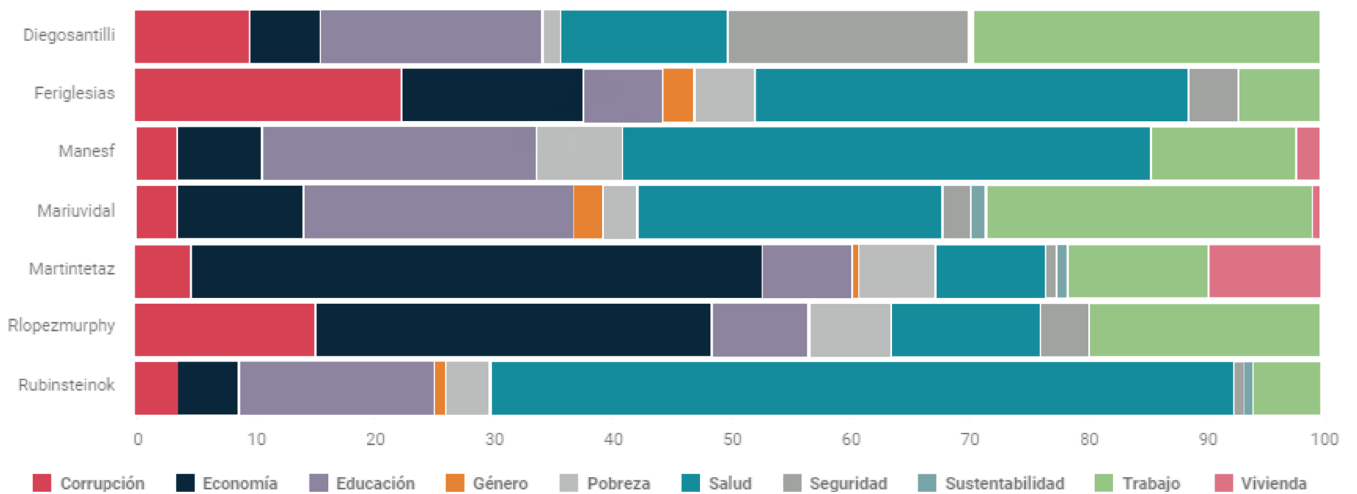
PAÍS	INFLACIÓN
GOBIERNO	MUNDO
ARGENTINA	ESTADO
GRACIAS	PERSONAS
VOS	PASO
TRABAJO	LEY
VACUNAS	EDUCACIÓN
PANDEMIA	TODOS
HOY	CHICOS
CIUDAD	FUTURO
ARGENTINOS	CONGRESO
GENTE	SALUD
PRESIDENTE	CAMBIO

ANÁLISIS DE TERRITORIOS DE CONVERSACIÓN

¿Cuál es el nivel de protagonismo que ocupa cada territorio dentro del discurso del partido y de sus candidatos?

En Juntos, Adolfo Rubinstein, ex ministro de Salud de la Nación, fue quien más utilizó el tema dentro de su discurso, con un 67% de sus publicaciones.

El segundo tema más presente fue Economía, que resultó más explotado por Martín Tetaz, quien se especializa en esa rama y centró un 49% de su discurso en ese territorio.



JUNTOS



MARIA EUGENIA VIDAL



807 K



1,6 M



1,6 M

LAS PALABRAS MÁS USADAS

TRABAJO	ESTÁN
CIUDAD	GRACIAS
MÁS	EDUCACIÓN
HOY	HORACIORODRIGUEZLARRETA
EQUIPO	ARGENTINA
FUTURO	GOBIERNO
PAÍS	AÑOS
GRACIAS	JUNTOS
TODOS	PANDEMIA
CHICOS	LES
PERSONAS	MEJOR
SON	SEGUIR

Primera candidata a diputada nacional por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, por la lista 501A.

ANÁLISIS DISCURSIVO

Trabajo y Educación son los temas centrales de su discurso. Su propuesta se basa en la generación de empleo y la recuperación de ciertos valores ciudadanos.

Interpela en gran medida dentro de su discurso a la juventud, a la que considera el futuro del país. Hace hincapié en el trabajo en equipo para lograr una Ciudad y una Argentina mejor.

Una de sus palabras más utilizadas es "Basta". A través de ella, apela al cansancio y al hartazgo de sus votantes para con las políticas del Gobierno Nacional.



MARTÍN TETAZ



82,5 K



240,4K



53 K

LAS PALABRAS MÁS USADAS

VOS	CRISTINA
INFLACIÓN	ESTADO
CREDITO	ECONOMÍA
UVAS	BANCO
MUNDO	ARGENTINA
EVIDENCIA	CONGRESO
GENTE	MAL
BCRA	CONTRARIO
TENES	MECANISMO
REAL	POLÍTICA
PRESIDENTE	PROBLEMA
GOBIERNO	LEY
CLARO	UVA

Segundo candidato a diputado nacional por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, por la lista 501A.

ANÁLISIS DISCURSIVO

Interpela directamente a sus votantes e interactúa con su electorado: "Vos" es la palabra más utilizada.

Al ser economista, el foco principal de su discurso está centrado en esa rama. Siendo los términos económicos los más utilizados, por ejemplo: Inflación, Crédito, UVAs, BCRA.

Además, también posee un discurso crítico para con la actual gestión del Gobierno Nacional. Entre las 15 palabras que más utilizó, se destacan: "Presidente, Gobierno y Cristina".

JUNTOS



FERNANDO IGLESIAS



55,1 K 382,4 K 130,7 K

LAS PALABRAS MÁS USADAS

GOBIERNO	PFIZER
GRACIAS	ARGENTINOS
VACUNAS	PERONISTA
PERONISMO	LALOCURAESTOTAL
PAÍS	LEY
ARGENTINA	UNCAFÉCONIGLESIAS
MUERTOS	DIPUTADOS
ALBERTO	ESTUDIE
ELPEORGGOBIERNODELAHISTORIA	PASO
OPOSICIÓN	MANDA
PRESIDENTE	PROYECTO
VOS	AÑO

Cuarto candidato a diputado nacional por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, por la lista 501A.

ANÁLISIS DISCURSIVO

El eje principal de su discurso se basa en el enfrentamiento con el Gobierno nacional y las críticas hacia su gestión.

Los temas principales sobre los que se expresa son Salud y Economía, pero no para impulsar sus propuestas, sino como medio de ataque hacia el oficialismo.

Muestra su gratitud hacia el apoyo de su electorado: "Gracias" está en el top 10 de las palabras más utilizadas en sus publicaciones.



RICARDO LÓPEZ MURPHY



22,8 K 121,5K 6,9 K

LAS PALABRAS MÁS USADAS

ARGENTINA	SECTOR
RECUPEREMOSARGENTINA	RECUPERAR
PAÍS	UNCONGRESOFUERTE
KIRCHNERISMO	BASTA
ARGENTINOS	ESTADO
LIBERTAD	PRIVADA
GOBIERNO	PRIVADO
CONGRESO	VALORES
IMPUESTOS	VIVO
DEFENDER	REPUBLICANOSUNIDOS
REPÚBLICA	AUTORITARISMO
LIBERTAD	EMPLEO
HABLANDO	FUERTE

Primer candidato a diputado nacional por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, por la lista 501B (enfrenta a las propuestas electorales encabezadas por María Eugenia Vidal -501A- y Adolfo Rubinstein -501C-).

ANÁLISIS DISCURSIVO

El eje de su discurso está centrado en la defensa de la libertad y la necesidad de recuperar el país frente a la ideología política que lo gobierna.

Apunta sus críticas hacia el modelo impulsado por el kirchnerismo.

Su idea de campaña está basada en la baja de impuestos y la recuperación del empleo.

JUNTOS



ADOLFO RUBINSTEIN



1,8 K 36,6 K 2,2 K

LAS PALABRAS MÁS USADAS

- | | |
|-------------------|-----------|
| PAÍS | AÑO |
| PANDEMIA | EDUCACIÓN |
| VACUNAS | PERSONAS |
| GOBIERNO | SOCIAL |
| SALUD | CABA |
| VACUNACIÓN | ARGENTINA |
| ADELANTECIUDAD | ESQUEMAS |
| DOSIS | GRACIAS |
| CASOS | FUTURO |
| PASO | MIL |
| GESTIÓN | NIÑOS |
| JUNTOSPORELCAMBIO | POLÍTICA |

Primer candidato a diputado nacional por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, por la lista 501C (enfrenta a las propuestas electorales encabezadas por María Eugenia Vidal -501A- y Ricardo López Murphy -501B-)

ANÁLISIS DISCURSIVO

Centra su discurso en la temática de Salud, y utiliza para cuestionar la gestión sanitaria de la pandemia llevada adelante por el Gobierno. De hecho, las primeras 10 palabras que más utilizó hacen referencia a ello.

Incorpora a la Educación como otro de los principales problemas a resolver en Argentina, relacionándola con los conceptos de ciencia y futuro.



DIEGO SANTILLI



127 K 395 K 323,2 K

LAS PALABRAS MÁS USADAS

- | | |
|--------------|-------------|
| PROVINCIA | GRACIAS |
| MEJOR | ARGENTINOS |
| TRABAJO | ESJUNTOS |
| HOY | GRACIAS |
| GENTE | CAMBIAR |
| VECINOS | TODOS |
| DELINCUENTES | TRANSFORMAR |
| PAÍS | CHICOS |
| ADELANTE | GOBIERNO |
| JUNTOS | MANERA |
| ARGENTINA | SALIR |
| TRABAJAR | SIEMPRE |

Primer candidato a diputado nacional por la provincia de Buenos Aires (enfrenta a la propuesta electoral encabezada por Facundo Manes).

ANÁLISIS DISCURSIVO

El eje de su discurso se encuentra puesto en el Trabajo, pregonando la necesidad de crear empleo y hacer crecer la economía con ello.

Es también el candidato que más incorpora el tema de Seguridad. Dentro de su discurso apela al miedo con el que conviven los ciudadanos frente al aumento de la delincuencia. Asimismo, suele destacar como antecedente su lucha contra la inseguridad en la CABA.

JUNTOS



FACUNDO MANES



810 K 302,9 K 1,1 M

LAS PALABRAS MÁS USADAS

DARELPASO	PENSARDENUEVO
PASO	FUNDACIÓN
DANDO	COSAS
GRACIAS	NUEVO
MÁS	PRÁCTICAS
ARGENTINA	SALUD
TODOS	HISTORIA
SIEMPRE	DÍA
PAÍS	CONOCIMIENTO
NECESITAMOS	SALIR
RENUNCIAR	EPISODIO
EDUCACIÓN	NUESTROS

Primer candidato a diputado nacional por la provincia de Buenos Aires (enfrenta a la propuesta electoral encabezada por Diego Santilli).

ANÁLISIS DISCURSIVO

Utiliza en redes un slogan propio, "Dar el paso", que se basa en el concepto de realizar un esfuerzo para lograr la recuperación del país. También hace alusión a su decisión de involucrarse en política. Sus 3 palabras más utilizadas están vinculadas a ello.

La Educación y el Conocimiento son los temas principales de los que habla en su campaña. A través de su narrativa, busca posicionarse como un "outsider" que propone romper con la experiencia y los modelos de la clase política establecida.



VAMOS CON VOS



ANÁLISIS DISCURSIVO

El slogan del partido utilizado en redes coincide con el nombre con el cual se identifica el espacio político, y se encuentra relacionado a la idea de acompañamiento y diálogo como método para lograr un mejor país.

De hecho, "Conversando" es la 5ta palabra más utilizada.

Los ejes de campaña están ligados al Trabajo, la Educación y la Economía.

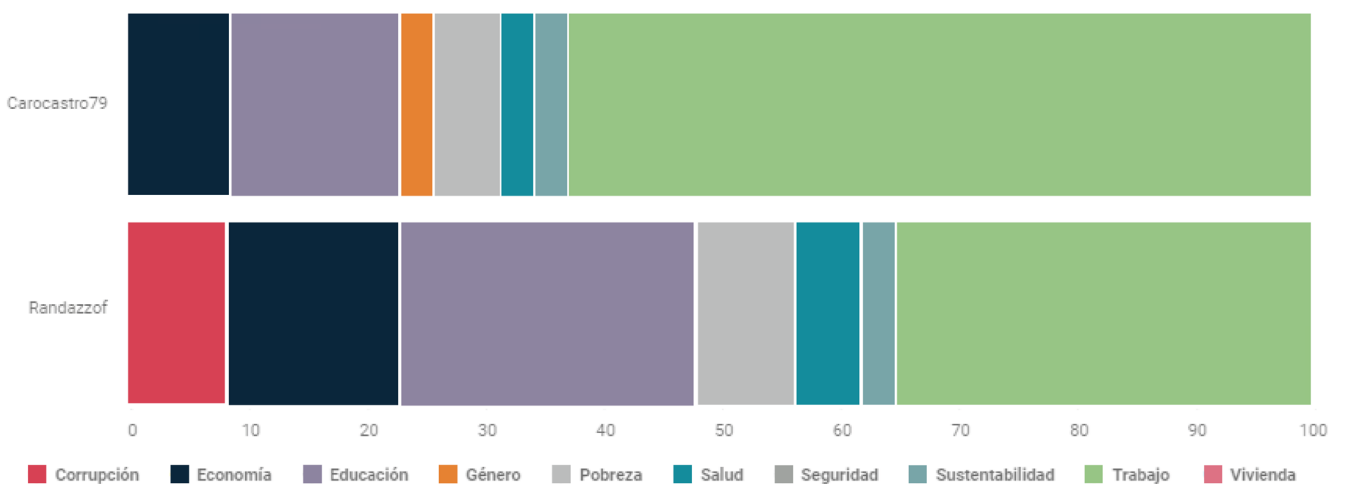
LAS PALABRAS MÁS USADAS

- | | |
|-------------------|------------|
| VAMOSCONVOS | EDUCACIÓN |
| ARGENTINA | FUTURO |
| MÁS | DÍA |
| GRACIAS | INDUSTRIA |
| CONVERSANDO PAÍS | TODOS |
| ESPERO | HOY |
| TRABAJO | MEJOR |
| EMPLEO | INDUSTRIAL |
| PROVINCIA | POLÍTICA |
| FLORENCIORANDAZZO | NUESTRO |
| JUNTO | VECINOS |
| SEGUIR | ESTADO |

ANÁLISIS DE TERRITORIOS DE CONVERSACIÓN

¿Cuál es el nivel de protagonismo que ocupa cada territorio dentro del discurso del partido y de sus candidatos?

Trabajo y Educación fueron los territorios más aprovechados en la campaña de Vamos con Vos, siendo el primero más incorporado por Carolina Castro (66% de su discurso), y el segundo en el discurso de Florencio Randazzo (23% de sus publicaciones)





FLORENCIO RANDAZZO



17,9 K



488,1 K



493,6 K

LAS PALABRAS MÁS USADAS

VAMOSCONVOS
 ESPERO
 ARGENTINA
 GRACIAS
 CONVERSANDO
 TRABAJO
 MÁS
 PAÍS
 CAROLINA.CASTROOK
 DÍA
 RECIBIRME
 VECINOS

EDUCACIÓN
 FUTURO
 CAMINO
 IMPORTANTE
 COMÚN
 POSIBLE
 QUIERO
 RESOLVER
 POLÍTICA
 SALIR
 TODOS
 SEGUIR

Primer candidato a diputado nacional por la provincia de Buenos Aires

ANÁLISIS DISCURSIVO

Las ideas principales de su discurso se encuentran centradas en el Trabajo y la Educación como motor de crecimiento futuro.

Utiliza frecuentemente verbos como “Conversar” para referirse al diálogo que mantiene con sus votantes y “Resolver” para hablar de cómo solucionará los “Problemas” a los que se enfrenta el país.

En Twitter su discurso se encuentra más enfocado en sus ideas y propuestas, mientras que utiliza Instagram y Facebook para dar a conocer su perfil mediante un lenguaje más informal y juvenil.



CAROLINA CASTRO



2,4 K



10 K



1 K

LAS PALABRAS MÁS USADAS

VAMOSCONVOS
 MÁS
 PAÍS
 ARGENTINA
 FLORENCIORANDAZZO
 EMPLEO
 JUNTO
 INDUSTRIAL
 CONVERSANDO
 INDUSTRIA
 PYMES
 ESPERO

GRACIAS
 NUESTRO
 PROVINCIA
 QUEREMOS
 ENTREVISTA
 PRODUCCIÓN
 PROGRAMA
 AÑOS
 MEJOR
 SEGUIR
 TRABAJO
 CIUDAD

Segunda candidata a diputada nacional por la provincia de Buenos Aires

ANÁLISIS DISCURSIVO

El nombre del partido es el tópico más repetido dentro de su discurso. Lo utiliza como hashtag para acompañar las publicaciones en las que se refiere a sus propuestas.

Se define como “Industrial” en todos sus perfiles y dentro de su discurso frecuentemente manifiesta el apoyo a la Industria, siendo ésta una de sus palabras más utilizadas.

Dentro de las ideas centrales a las que hace referencia, se encuentra la generación de empleo y la mejora de la educación.

OFERTAS ELECTORALES LIBERALES

ANÁLISIS DISCURSIVO

Tal cual su nombre lo indica, el eje central del discurso de campaña de este partido se encuentra en la libertad. Sus candidatos pregonan la defensa de la misma.

Se identifican como "outsiders" dentro de la política, lejos de la clase política tradicional instalada desde hace algunos años.

En cuanto a las temáticas a las que más hacen referencia, se encuentran relacionadas con la Economía.



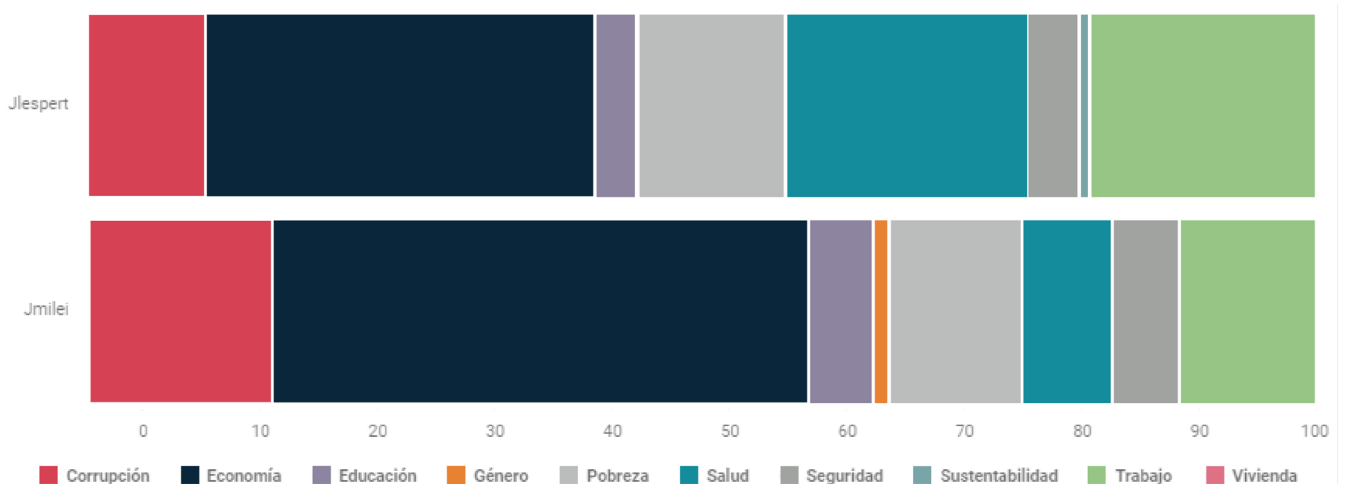
LAS PALABRAS MÁS USADAS

LIBERTAD	CASTA
VIVA	IMPUESTOS
CARAJO	PAÍS
AVANZA	POLÍTICO
MILEI	TIEMBLÉN
POLÍTICA	COMPARTO
JAVIER	VÍA
GRACIAS	ZURDOS
ARGENTINA	AVANZALIBERTAD
VOS	POLÍTICOS
ESTADO	CARO_PIPARO
GENTE	INFOBAE

ANÁLISIS DE TERRITORIOS DE CONVERSACIÓN

¿Cuál es el nivel de protagonismo que ocupa cada territorio dentro del discurso del partido y de sus candidatos?

Avanza Libertad y La Libertad Avanza hicieron un fuerte hincapié en Economía, y resultó ser el territorio más explorado por ambos candidatos (55% Milei y 29% Espert)





JAVIER MILEI



741 K 455,8 K 201,5 K

LAS PALABRAS MÁS USADAS

- | | |
|----------|-----------|
| LIBERTAD | CAPÍTULO |
| VIVA | INFOBAE |
| CARAJA | POLÍTICO |
| AVANZA | VIDAL |
| MILEI | POLÍTICOS |
| JAVIER | ESTADO |
| POLÍTICA | VOS |
| CASTA | CAMPAÑA |
| TIEMBLAN | PROBLEMA |
| ZURDOS | SOS |
| GRACIAS | LARRETA |
| VÍA | CAMINATA |

Candidato a diputado nacional por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

ANÁLISIS DISCURSIVO

Tiene un discurso altamente autorreferencial.

Su nombre y apellido son las palabras más repetidas en sus publicaciones. Esto se debe a que utiliza sus canales digitales para replicar menciones y declaraciones hechas en medios de comunicación.

La idea central de su discurso se basa en la defensa de la libertad.

Utiliza un lenguaje provocador con el uso de insultos y términos peyorativos para confrontar con otros candidatos y partidos.



JOSÉ LUIS ESPERT



111 K 505,4 K 94,2 K

LAS PALABRAS MÁS USADAS

- | | |
|----------------|---------------|
| ARGENTINA | PARTICIPACIÓN |
| LIBERTAD | HOY |
| GRACIAS | COMPLETA |
| COMPARTO | VIDEO |
| GENTE | ESTADO |
| MÁS | PBA |
| AVANZALIBERTAD | PROVINCIA |
| CARO_PIPARO | POLÍTICA |
| COMPLETO | GOBIERNO |
| IMPUESTOS | AVANZA |
| PAÍS | ENTREVISTA |
| VOS | IDEAS |

Candidato a diputado nacional por la provincia de Buenos Aires

ANÁLISIS DISCURSIVO

El eje de su discurso se encuentra basado en la defensa de la libertad.

Una de las palabras más utilizadas dentro de sus publicaciones es "Gente" para referirse al electorado al cual se dirige y representa.

La idea principal de su propuesta está enfocada en la Economía, con la baja de impuestos como su principal apuesta.

FIT



ANÁLISIS DISCURSIVO

Cuentan con un discurso autorreferencial, mencionando el movimiento de izquierda y el nombre de los candidatos como las palabras más utilizadas.

Interpela en gran parte a los trabajadores, quienes son su público objetivo, y basan su discurso en el concepto de "lucha" por la conquista de derechos relacionados al trabajo y la salud.

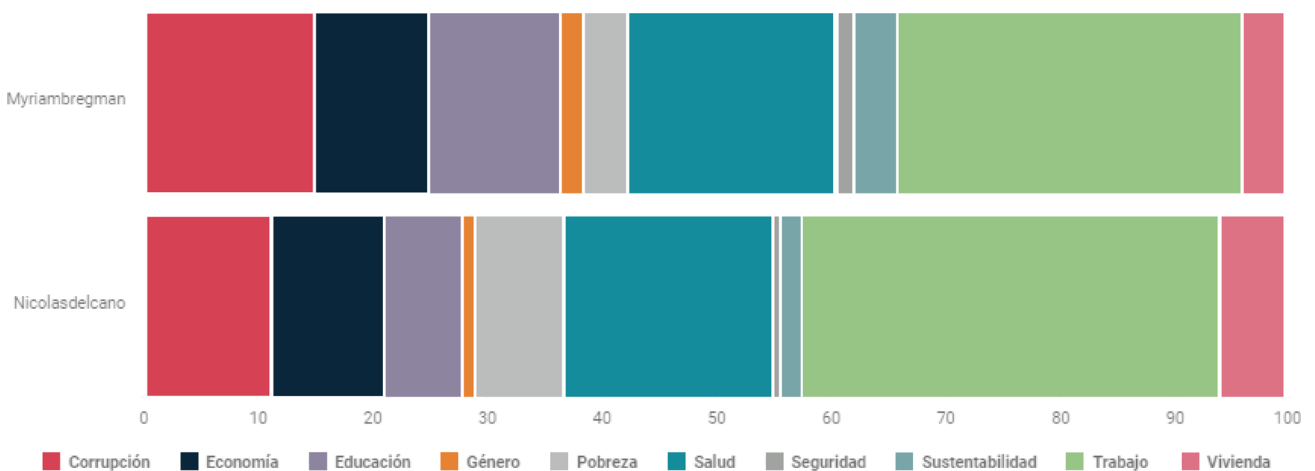
LAS PALABRAS MÁS USADAS

- | | |
|--------------|-----------------------|
| GRACIAS | GOBIERNO |
| VÍA | HOY |
| IZQUIERDA | MYRIAM |
| TRABAJADORES | COMPARTO |
| BREGMAN | FRENTE |
| FUERZA | JUVENTUD |
| LUCHA | LABORAL |
| UNIDAD | TRABAJO |
| JUJUY | FRENTEDEIZQUIERDA.FIT |
| AÑOS | SALUD |
| CONTRA | JUNTO |
| MUJERES | PAIS |

ANÁLISIS DE TERRITORIOS DE CONVERSACIÓN

¿Cuál es el nivel de protagonismo que ocupa cada territorio dentro del discurso del partido y de sus candidatos?

El tema principal de la campaña del Frente de Izquierda de los Trabajadores fue el Trabajo. Este territorio estuvo incorporado en el 35% del discurso de Nicolás del Caño, y en el 31% de Myriam Bregman. En cuanto al segundo tema, en el discurso de Bregman fue la Corrupción (20%), mientras que Del Caño utilizó el 15% de sus publicaciones para hablar sobre Salud.





MYRIAM BREGMAN



113 K



163,8 K



168,4 K

LAS PALABRAS MÁS USADAS

- | | |
|-------------------|----------------|
| GRACIAS | TRABAJADORES |
| VÍA | CONTRA |
| IZQUIERDA | DERECHA |
| BREGMAN | AÑOS |
| UNIDAD | FRENTE |
| MYRIAM | GOBIERNO |
| COMPARTO | ELECCIONES2021 |
| JUJUY | FUERZA |
| FRENTEDEIZQUIERDA | TRABAJO |
| CAÑO | AMBIENTE |
| LARRETA | GRANDES |
| LUCHA | TODAS |

Candidata a diputada nacional por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

ANÁLISIS DISCURSIVO

Utiliza el concepto de Unidad para hablar sobre el Frente de Izquierda, haciendo referencia a la unión entre el PTS, el PO e Izquierda Socialista.

Confronta frecuentemente en su discurso con Horacio Rodríguez Larreta, ubicándolo dentro del top 10 de sus palabras más utilizadas.

Suele defender causas ambientalistas y relacionadas con la igualdad de género.



NICOLÁS DEL CAÑO



73 K



137,9 K



250,3 K

LAS PALABRAS MÁS USADAS

- | | |
|-----------------------|---------------|
| TRABAJADORES | LABORAL |
| FUERZA | BANCAS |
| MÁS | CONTRA |
| LUCHA | GOBIERNO |
| HOY | JUNTO |
| FRENTEDEIZQUIERDA.FIT | MYRIAMBREGMAN |
| VÍA | GRACIAS |
| JUVENTUD | JUJUY |
| MUJERES | MILES |
| AÑOS | SALARIOS |
| FUTURO | SALUD |
| IZQUIERDA | JÓVENES |

Candidato a diputado nacional por la provincia de Buenos Aires

ANÁLISIS DISCURSIVO

Dirige su discurso en gran parte a los trabajadores y la juventud.

El eje central se encuentra basado en la lucha por la conquista de derechos laborales, salariales y de salud, entre las principales propuestas.

Confronta frecuentemente con el Gobierno nacional, sin hacer referencia a ningún nombre en particular, siendo "Gobierno" su quinta palabra más utilizada.

Al igual que su compañera, suele defender causas ambientalistas y relacionadas con la igualdad de género.

MST



ANÁLISIS DISCURSIVO

Al igual que el FIT, su discurso tiene un contenido autorreferencial al identificarse como la izquierda, y también interpela en sus mensajes a los trabajadores.

Por otro lado, se encuentra también en su discurso una intención de dar a conocer y discutir sus propuestas de trabajo, salud y educación pública.

LAS PALABRAS MÁS USADAS

- IZQUIERDA
- TRABAJADORES
- UNIDAD
- FIT
- FIT-UNIDAD
- LISTA
- PROPUESTAS
- GOBIERNO
- SALUD
- MÁS
- PROVINCIA
- SALARIOS
- SOCIAL
- MST
- ALTERNATIVA
- PASO
- LÍNEA
- JUVENTUD
- FRENTEDEIZQUIERDA
- 10R
- HAY
- LUCHA
- FRENTE
- DEUDA

ANÁLISIS DE TERRITORIOS DE CONVERSACIÓN

¿Cuál es el nivel de protagonismo que ocupa cada territorio dentro del discurso del partido y de sus candidatos?

En el Movimiento Socialista de los Trabajadores también se encontró un predominio del Trabajo dentro del discurso de ambos candidatos. En segundo lugar, Economía fue el más presente en las publicaciones de Alejandro Bodart (21%), mientras que Salud fue el de Celeste Fierro (21%)





CELESTE FIERRO



5 K



5K



17,6 K

LAS PALABRAS MÁS USADAS

- | | |
|--------------|------------|
| TRABAJADORES | CIUDAD |
| IZQUIERDA | PROPUESTAS |
| LARRETA | SEGUIMOS |
| LÍNEA | FITUNIDAD |
| LUCHA | MÁS |
| FYP | PASO |
| GOBIERNO | ESTADO |
| PASO | PAÍS |
| POLITICA | FIT |
| ALTERNATIVA | CABA |
| SALUD | ELECCIONES |
| UNIDAD | PARATI |

Candidata a diputada nacional por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

ANÁLISIS DISCURSIVO

Su discurso está fuertemente marcado por su interpelación hacia los trabajadores y la lucha por la defensa de sus derechos.

Además, impulsa en sus mensajes la idea de considerar a la izquierda como una "Alternativa" ante el descontento con los otros espacios políticos.

Al igual que Bregman, elige como su principal opositor y centro de críticas a la gestión de Horacio Rodríguez Larreta.



ALEJANDRO BODART



2,3 K



23,9 K



47 K

LAS PALABRAS MÁS USADAS

- | | |
|-------------------|-------------|
| IZQUIERDA | SALUD |
| UNIDAD | JUVENTUD |
| FIT-UNIDAD | SOCIAL |
| TRABAJADORES | JÓVENES |
| LISTA | FRENTE |
| PROPUESTAS | HAY |
| MST | CANDIDATOS |
| PROVINCIA | DEUDA |
| FRENTEDEIZQUIERDA | PLATA |
| MÁS | PASO |
| 10R | ALTERNATIVA |
| GOBIERNO | INTERNA |

Candidato a diputado nacional por la provincia de Buenos Aires

ANÁLISIS DISCURSIVO

Además de interpelar a los trabajadores en su discurso, sus mensajes también están dirigidos a los jóvenes, siendo considerados como parte de la lucha por un mejor futuro.

Utiliza sus mensajes para dar a conocer sus propuestas concretas, basadas en la salud, el empleo y la economía.

LLYC

CONCLUSIONES



1. La clase política tiene poca incidencia en la conversación ciudadana

La conversación que mantiene la clase política representa solo un 0,3% del total que es llevada a cabo por la ciudadanía en Twitter.

Las figuras políticas y los candidatos analizados están lejos de ser quienes lideran los diez territorios de conversación expuestos.

2. La campaña sigue parcialmente los intereses de los ciudadanos

Los políticos y la ciudadanía le otorgan un distinto orden de prioridad a los temas. Sin embargo ambos coinciden en la relevancia de la salud.

Por ejemplo, mientras que la corrupción es el segundo tema sobre el cual habla la ciudadanía, para la clase política ocupa recién el quinto lugar.

A su vez, la discusión sobre género está en el cuarto lugar del tema que más es discutido por la gente, mientras que para los políticos ocupa el último lugar.

POLÍTICOS		CIUDADANOS
Salud	1	Salud
Trabajo	2	Corrupción
Economía	3	Trabajo
Educación	4	Género
Corrupción	5	Vivienda
Pobreza	6	Seguridad
Vivienda	7	Sustentabilidad
Seguridad	8	Economía
Sustentabilidad	9	Pobreza
Género	10	Educación

3. Una campaña atravesada por la salud

La salud estuvo presente, en mayor o menor medida, dentro de la campaña de cada candidato y/o referente político.

Las palabras “Pandemia” (791 veces), “Salud” (699 veces) y “Vacunas” (419 veces) fueron las más utilizadas a la hora de referirse a esta temática.

4. Sustentabilidad y género, temáticas poco presentes

Los temas relacionados con la sustentabilidad y género sólo ocuparon el 3% del total del discurso analizado de la clase política.

Los partidos que más explotaron esta temática en su campaña fueron aquellos alineados a la izquierda y centro-izquierda, a través de candidatos como Leandro Santoro (Frente de Todos), Celeste Fierro (MST) y Myriam Bregman (FIT) con un, 15% 10% y 7% de su discurso dirigido hacia esos territorios, respectivamente.

5. La gratitud, protagonista de los discursos

Una de las características principales que compartieron casi todos los candidatos fue la muestra de gratitud que ofrecen tanto a los seguidores, como al electorado que demuestra su apoyo, es dentro de sus discursos.

La palabra “Gracias” es la que más se repite (811 veces) en todas las publicaciones analizadas en este estudio.

Se trata de una característica que atraviesa a todos los partidos, y que tuvieron en Javier Milei (La Libertad Avanza), Myriam Bregman (FIT), Victoria Tolosa Paz (Frente de Todos) y Fernando Iglesias (Juntos) como a los que más la incorporaron.

6. Visión de futuro

Cada espacio político (y algunos candidatos) presentaron slogans que utilizaron para acompañar las ideas y propuestas reflejadas en sus mensajes. Generalmente, estos fueron incorporados como hashtags para hacerlos más identificables. El Frente de Todos fue el partido que más provecho pudo sacarle.

Es en este sentido que dentro de los mensajes, entre los verbos más utilizados se encuentran "Seguir", "Salir", "Volver" y sustantivos como "Futuro", "Vida", y "Mañana".

7. Los slogans de campaña

Cada espacio político (y algunos candidatos) presentó un slogan que utilizaban para acompañar las ideas y propuestas reflejadas en sus mensajes. Generalmente, estos fueron incorporados como hashtags para hacerlos más identificables. El Frente de Todos fue el partido que más provecho pudo sacarle.

Dentro de los que obtuvieron mayor visibilidad se encuentran:

- #LaVidaQueQueremos** (Frente de Todos) - 123.485.270 impresiones
- #LaLibertadAvanza** (Avanza Libertad) - 36.936.787 impresiones
- #DarElPaso** (Facundo Manes - Juntos) - 30.472.819 impresiones
- #ReconstrucciónArgentina** (Frente de Todos) - 28.449.352 impresiones
- #JuntosPodemosMás** (Juntos) - 25.505.750 impresiones
- #VamosConVos** (Vamos con Vos) - 9.496.775 impresiones

8. Juntos por el Cambio lidera las redes

Juntos por el Cambio presenta entre sus listas a distintos candidatos que, previo a esta campaña, ya tenían una fuerte comunidad de seguidores como María Eugenia Vidal, Facundo Manes y Martín Tetaz.

A su vez, posee los dos candidatos con mayor nivel de actividad en redes: Martín Tetaz (2.438 publicaciones) y Fernando Iglesias (1.813 publicaciones).

Si bien el Frente de Todos cuenta con Victoria Tolosa Paz como la que más aprovecha sus canales digitales (1.812 publicaciones), el alcance que logran sus candidatos suele ser menor al de Juntos por el Cambio. Sin embargo, cuenta con figuras de gran impacto y llegada como Alberto Fernández, Cristina Kirchner y Axel Kicillof, que incrementan el alcance de la campaña realizada por el partido.

En el caso de Vamos con Vos, Florencio Randazzo también es una figura que ya poseía una visibilidad y comunidad de seguidores consolidada, logrando el mismo nivel de alcance que algunos de los precandidatos de Juntos por el Cambio. Sin embargo, la poca visibilidad de la segunda candidata, Carolina Castro, sumado a que presentan el menor nivel de actividad de todos los partidos (376 publicaciones entre ambos candidatos), genera que el espacio sea el que menor alcance tiene a los usuarios.

La Libertad Avanza cuenta con el segundo candidato de mayor alcance entre sus listas: Javier Milei.

DIRECCIÓN CORPORATIVA

José Antonio Llorente
Socio Fundador y Presidente
jallorente@llorenteycuenca.com

Alejandro Romero
Socio y CEO Américas
aromero@llorenteycuenca.com

Adolfo Corujo
Socio y Chief Strategy and Innovation Officer
acorujo@llorenteycuenca.com

Luis Miguel Peña
Socio y Chief Talent Officer
lmpena@llorenteycuenca.com

Juan Carlos Gozzer
Socio y COO América Latina
jcgozzer@llorenteycuenca.com

Marta Guisasola
Chief Financial Officer
mguisasola@llorenteycuenca.com

Cristina Ysasi-Ysasmendi
Directora Corporativa
cysasi@llorenteycuenca.com

Juan Pablo Ocaña
Director de Legal & Compliance
jpocana@llorenteycuenca.com

Daniel Fernández Trejo
Chief Technology Officer
dfernandez@llorenteycuenca.com

José Luis Di Girolamo
Socio y Global Controller
jldgirolamo@llorenteycuenca.com

Antonietta Mendoza de López
Vicepresidenta de Advocacy LatAm
amendezalopez@llorenteycuenca.com

ESPAÑA Y PORTUGAL

Luisa García
Socia y CEO
lgarcia@llorenteycuenca.com

Arturo Pinedo
Socio y Chief Client Officer
apinedo@llorenteycuenca.com

Barcelona

María Cúra
Socia y Directora General
mcura@llorenteycuenca.com

Óscar Iniesta
Socio y Director Senior
oiniesta@llorenteycuenca.com

Muntaner, 240-242, 1º-1ª
08021 Barcelona
Tel. +34 93 217 22 17

Madrid

Jorge López Zafra
Director General
jlopez@llorenteycuenca.com

Joan Navarro
Socio y Vicepresidente
Asuntos Públicos
jnavarro@llorenteycuenca.com

Amalio Moratalla
Socio y Director Senior
Deporte y Estrategia de Negocio
amoratalla@llorenteycuenca.com

Iván Pino
Socio y Director Senior Crisis y Riesgos
ipino@llorenteycuenca.com

David G. Natal
Socio y Director Senior
Engagement
dgonzalez@llorenteycuenca.com

Ana Folgueira
Socia y Directora Ejecutiva
Estudio Creativo
afolgueira@llorenteycuenca.com

Lagasca, 88 - planta 3
28001 Madrid
Tel. +34 91 563 77 22

Lisboa

Tiago Vidal
Socio y Director General
tvidal@llorenteycuenca.com

Avenida da Liberdade nº225, 5º Esq.
1250-142 Lisboa
Tel. + 351 21 923 97 00

ESTADOS UNIDOS

Alejandro Romero
Socio y CEO Américas
aromero@llorenteycuenca.com

Juan Felipe Muñoz
CEO Estados Unidos
fmunoz@llorenteycuenca.com

Erich de la Fuente
Chairman
edelafuente@llorenteycuenca.com

Javier Marín
Director Senior Healthcare Américas
jmarin@llorenteycuenca.com

Miami

Juan Felipe Muñoz
CEO Estados Unidos
fmunoz@llorenteycuenca.com

600 Brickell Avenue
Suite 2125
Miami, FL 33131
Tel. +1 786 590 1000

Nueva York

Juan Felipe Muñoz
CEO Estados Unidos
fmunoz@llorenteycuenca.com

3 Columbus Circle
9th Floor
New York, NY 10019
United States
Tel. +1 646 805 2000

REGIÓN NORTE

Javier Rosado
Socio y Director General Regional
jrosado@llorenteycuenca.com

Ciudad de México

Mauricio Carrandi
Director General
mcarrandi@llorenteycuenca.com

Av. Paseo de la Reforma 412
Piso 14. Colonia Juárez
Alcaldía Cuauhtémoc
CP 06600, Ciudad de México
Tel. +52 55 5257 1084

Javier Marín
Director Senior Healthcare Américas
jmarin@llorenteycuenca.com

Panamá

Manuel Domínguez
Director General
mdominguez@llorenteycuenca.com

Sortis Business Tower
Piso 9, Calle 57
Obarrio - Panamá
Tel. +507 206 5200

Santo Domingo

Iban Campo
Director General
icampo@llorenteycuenca.com

Av. Abraham Lincoln 1069
Torre Ejecutiva Sonora, planta 7
Suite 702
Tel. +1 809 6161975

San José

Pablo Duncan - Lynch
Socio Director
CLC Comunicación | Afiliada LLYC
pduncan@clcglobal.cr

Del Banco General 350 metros oeste
Trejos Montealegre, Escazú
San José
Tel. +506 228 93240

REGIÓN ANDINA

María Esteve
Socia y Directora General Regional
mesteve@llorenteycuenca.com

Bogotá

Marcela Arango
Directora General
marango@llorenteycuenca.com

Av. Calle 82 # 9-65 Piso 4
Bogotá D.C. - Colombia
Tel. +57 1 7438000

Lima

Gonzalo Carranza
Director General
gcarranza@llorenteycuenca.com

Av. Andrés Reyes 420, piso 7
San Isidro
Tel. +51 1 2229491

Quito

Carlos Llanos
Director General
cillanos@llorenteycuenca.com

Avda. 12 de Octubre N24-528 y
Cordero - Edificio World Trade
Center - Torre B - piso 11
Tel. +593 2 2565820

REGIÓN SUR

Mariano Vila
Socio y Director General Regional
mvila@llorenteycuenca.com

São Paulo

Thyago Mathias
Director General
tmathias@llorenteycuenca.com

Rua Oscar Freire, 379, Cj 111
Cerqueira César SP - 01426-001
Tel. +55 11 3060 3390

Río de Janeiro

Thyago Mathias
Director General
tmathias@llorenteycuenca.com

Ladeira da Glória, 26
Estúdios 244 e 246 - Glória
Rio de Janeiro - RJ
Tel. +55 21 3797 6400

Buenos Aires

Mariano Vila
Socio y Director General
mvila@llorenteycuenca.com

Av. Corrientes 222, piso 8
C1043AAP
Tel. +54 11 5556 0700

Santiago de Chile

Mª Soledad Camus
Socia y CEO
scamus@llorenteycuenca.com

Marcos Sepúlveda
Director General
msepulveda@llorenteycuenca.com

Avda. Pdte. Kennedy 4.700 Piso 5,
Vitacura
Santiago
Tel. +56 22 207 32 00
Tel. +562 2 245 0924

LLORENTE Y CUENCA