

Ad hoc

GESTIÓN INTEGRAL EN COMUNICACIÓN



Foto: Reuters / Mariana Nedelcu (RSFotos)

La doble crisis del Gobierno

Milei registra el peor mes en la conversación digital desde que es presidente. El caso Adorni y la angustia económica astillan la confianza ciudadana en dos cláusulas centrales del contrato electoral: lo moral y lo económico.

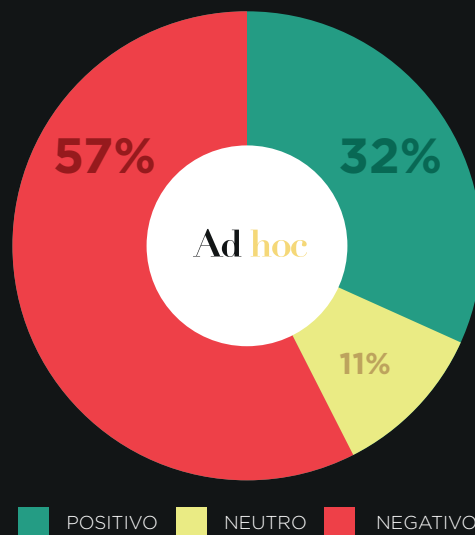
Abril 2026

Onclusive

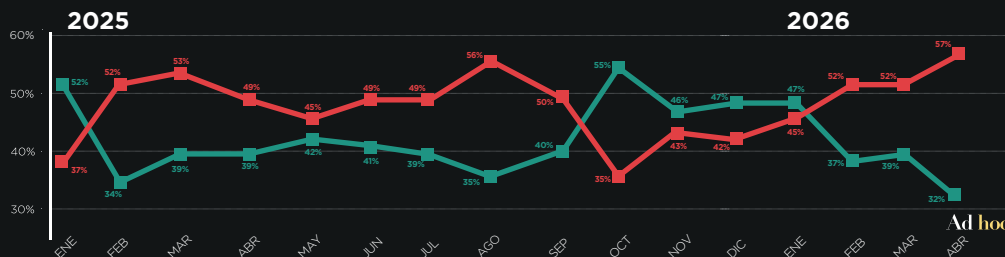
El peor mes digital de Milei

La conversación digital sobre Javier Milei acumula tres meses consecutivos en terreno negativo, **con un incremento de 20 puntos en la negatividad respecto a su victoria electoral de octubre**. Además, la positividad tocó un piso récord, perforando el 34% registrado en febrero de 2025, el mes del estallido de \$LIBRA.

Sentimiento digital hacia Milei en promedio en abril de 2026



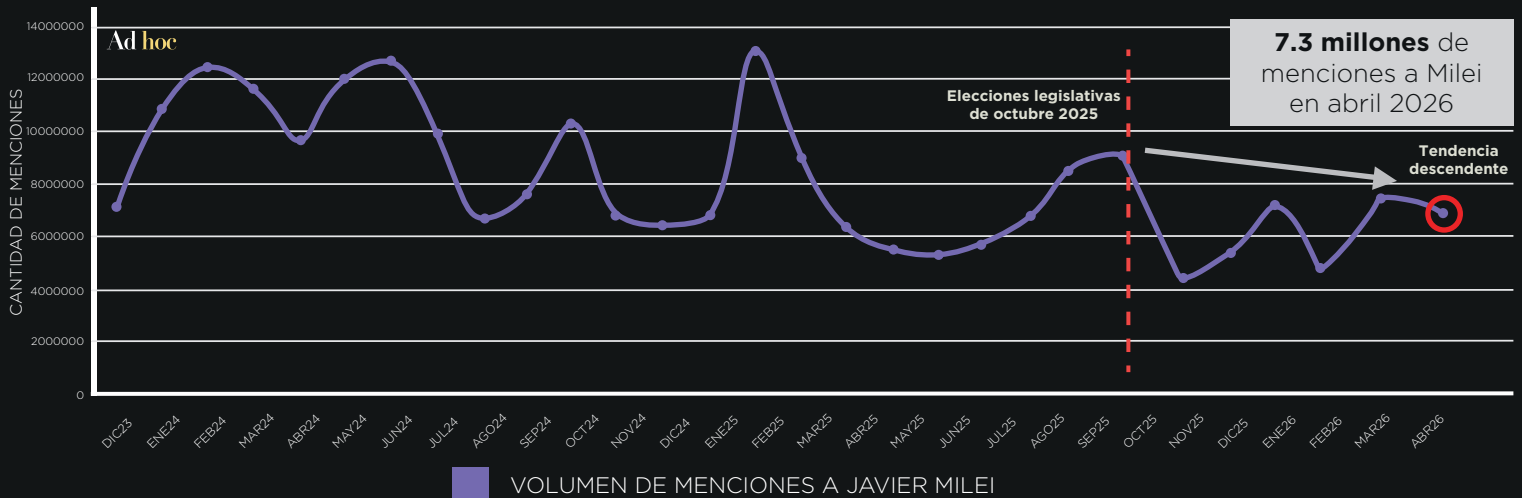
Evolución de sentimiento digital hacia Javier Milei Enero 2025 - Abril 2026



La brecha entre negatividad y positividad en la imagen digital de Milei es cada vez más amplia. Lo explica la figura de Adorni, la acumulación de agendas negativas y el debilitamiento de la agenda internacional.

El protagonismo de Milei al ritmo de los escándalos

Evolución del volumen de menciones a Javier Milei desde su asunción

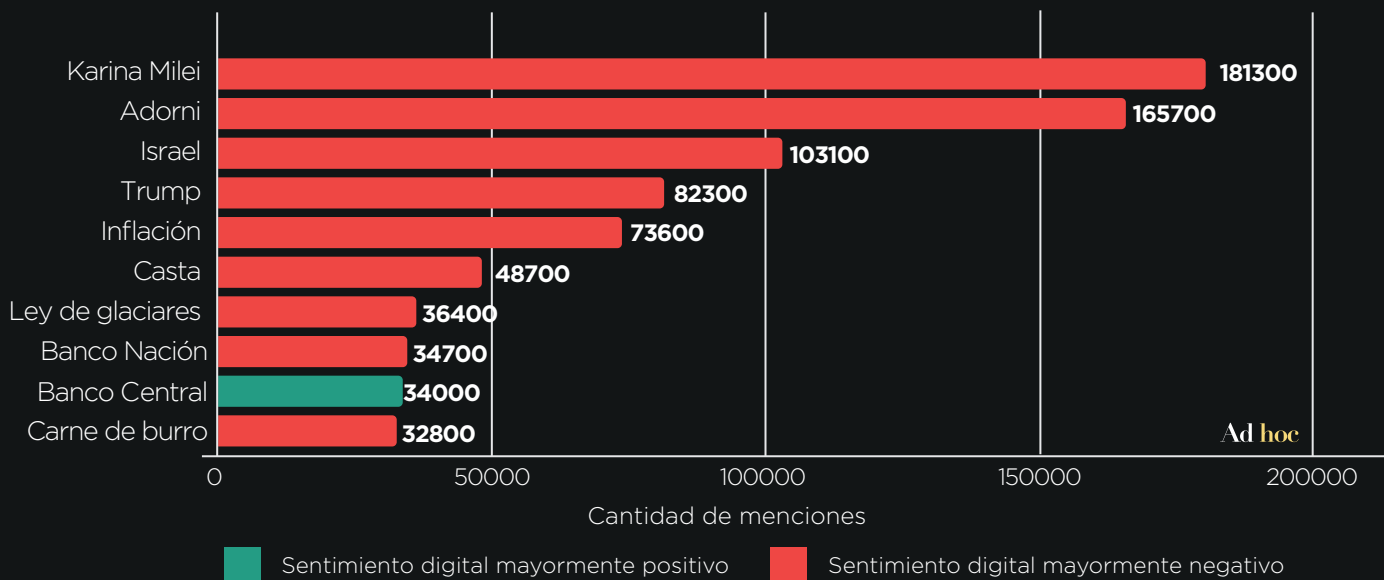


Tras el periodo electoral de octubre 2025, y el lógico repunte en el volumen de conversación sobre el presidente, **la cantidad de menciones volvió a niveles similares a los períodos críticos de 2025. Se habla menos, y peor.**

El gobierno de la disrupción, sin disrupción

Se pierde la iniciativa y el control de agenda: los temas domésticos y los escándalos de corrupción coparon la conversación digital sobre el presidente. Inclusive los temas de conversación internacionales ya no son totalmente positivos y comienzan a disputarse los encuadres. **Esto es lo que explica la consolidación de la negatividad y el cambio de tendencia respecto de enero.**

Principales tópicos en la conversación digital de Javier Milei. Abril 2026



Tanto las agendas domésticas como las internacionales aportaron negatividad a la conversación digital de Milei.

Los síntomas digitales de la frustración económica

Dos temas con fuerte presencia mediática tuvieron **volúmenes altos de conversación digital** durante el mes.

CARNE DE BURRO
425.000
menciones en abril

La conversación sobre **“Carne de burro”** surgió a partir de una noticia en Chubut y se viralizó.

Este tema creció como **estigma** incluso con presencia en medios internacionales.



Un productor puso a la venta cortes de burro a \$7500 el kilo y propone romper un tabú sobre el consumo de la carne en la Argentina

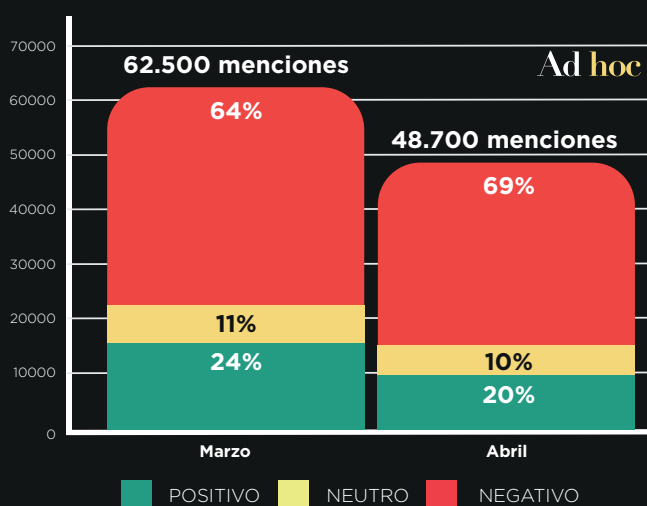
BANCO NACIÓN
446.000
menciones en abril

Los **créditos del Nación a funcionarios** impactan sobre el eje **“corrupción”** y el pacto moral de LLA con su electorado.

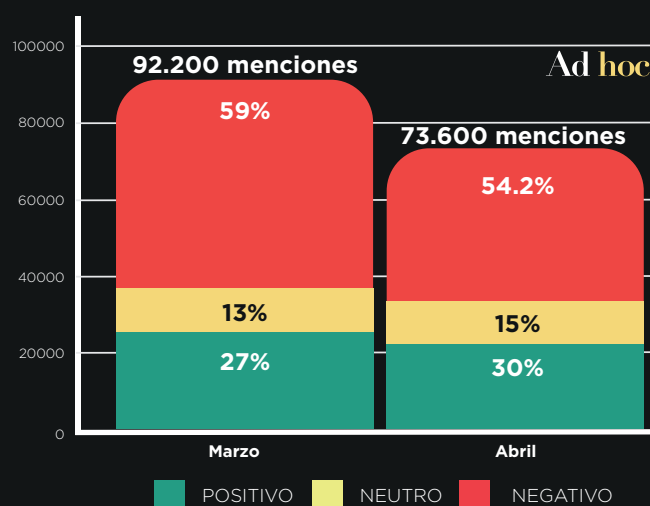
El doble contrato de Milei cooptado por la negatividad

Lo que Milei propuso como contrato ante la ciudadanía en 2023 quedó teñido de negatividad. La baja de la inflación y el discurso anticasta fueron sus dos activos principales. 10 meses de suba consecutiva de la inflación mensual y el estallido del Caso Adorni (sumado a otros escándalos de corrupción) explican la negatividad en la conversación.

Volumen y sentimiento digital hacia "casta" en relación a Milei. Marzo y abril 2026

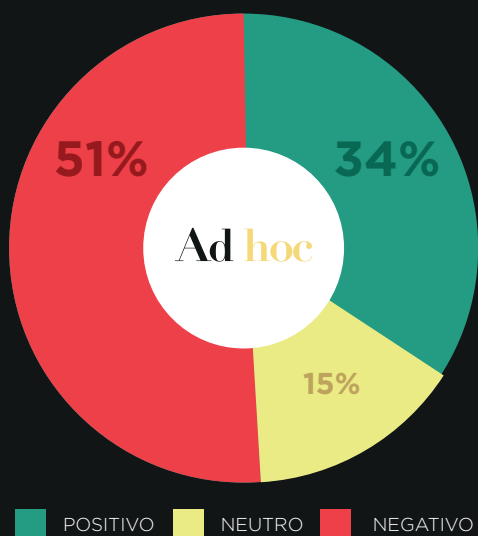


Volumen y sentimiento digital hacia "inflación" en relación a Milei. Marzo y abril 2026

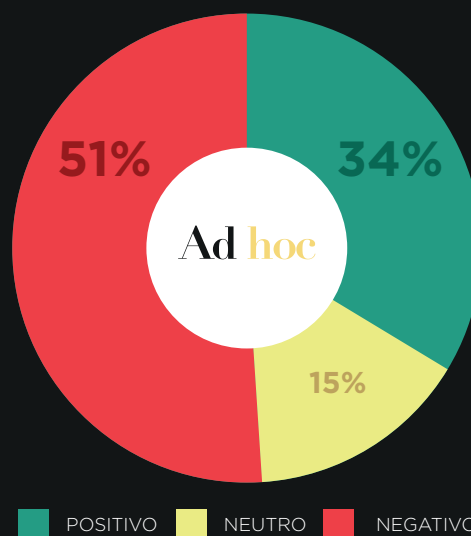


Además, la agenda internacional ya no es refugio

Sentimiento de Milei en relación a Trump. Abril 2026



Sentimiento de Milei en relación a Israel. Abril 2026

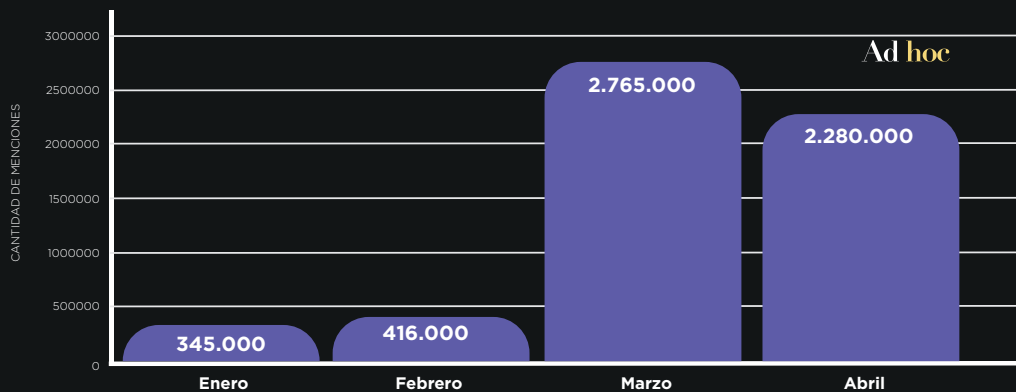


La agenda internacional históricamente representó un salvavidas en la conversación digital de Milei, ya que era de total interés para las comunidades libertarias, mientras las opositoras aparecían desinteresadas. La pérdida de control de agenda es tan grande, que refugiarse en lo internacional dejó de funcionar. Las comunidades oficialistas dispersaron sus esfuerzos digitales en defenderla.

La consolidación del escándalo Adorni

El protagonismo digital del Jefe de Gabinete Manuel Adorni estuvo en niveles récord por segundo mes consecutivo. Representa la crisis más persistente de este gobierno. Se sostiene en el interés masivo por las permanentes novedades que registra el caso desde hace más de 50 días.

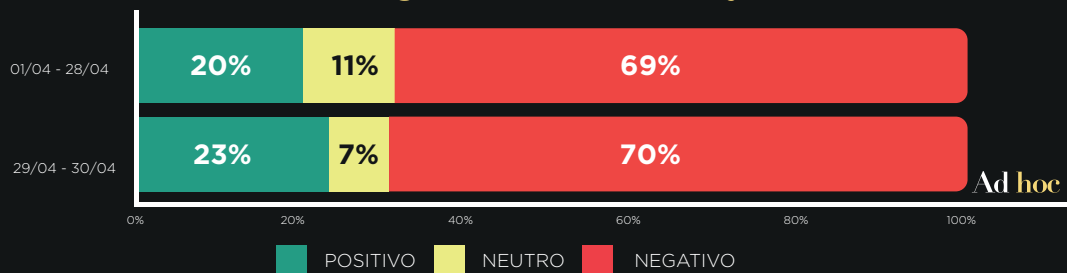
Volumen de menciones a Manuel Adorni por mes durante 2026



En comparación a febrero, la conversación digital sobre Manuel Adorni en abril subió un 548%. El tema no solamente no se aplacó, sino que este mes recogió más de 2.2 millones de menciones, con un pico de conversación con la presentación del Jefe de Gabinete en Diputados.

La crisis sin fin

Sentimiento digital de Milei en relación a Adorni antes y después de su defensa en el Congreso. 01/04 - 28/04 y 29/04 - 30/04



La visita de Adorni al Congreso no movió el amperímetro del sentimiento digital pese a la actividad intensa de la comunidad libertaria ese día.

¿Hasta cuándo se sostiene un interlocutor político con negatividad tan alta?

Usuarios participantes de la conversación digital de Adorni antes y después de su defensa en el Congreso. 01/04 - 28/04 y 29/04 (un día)

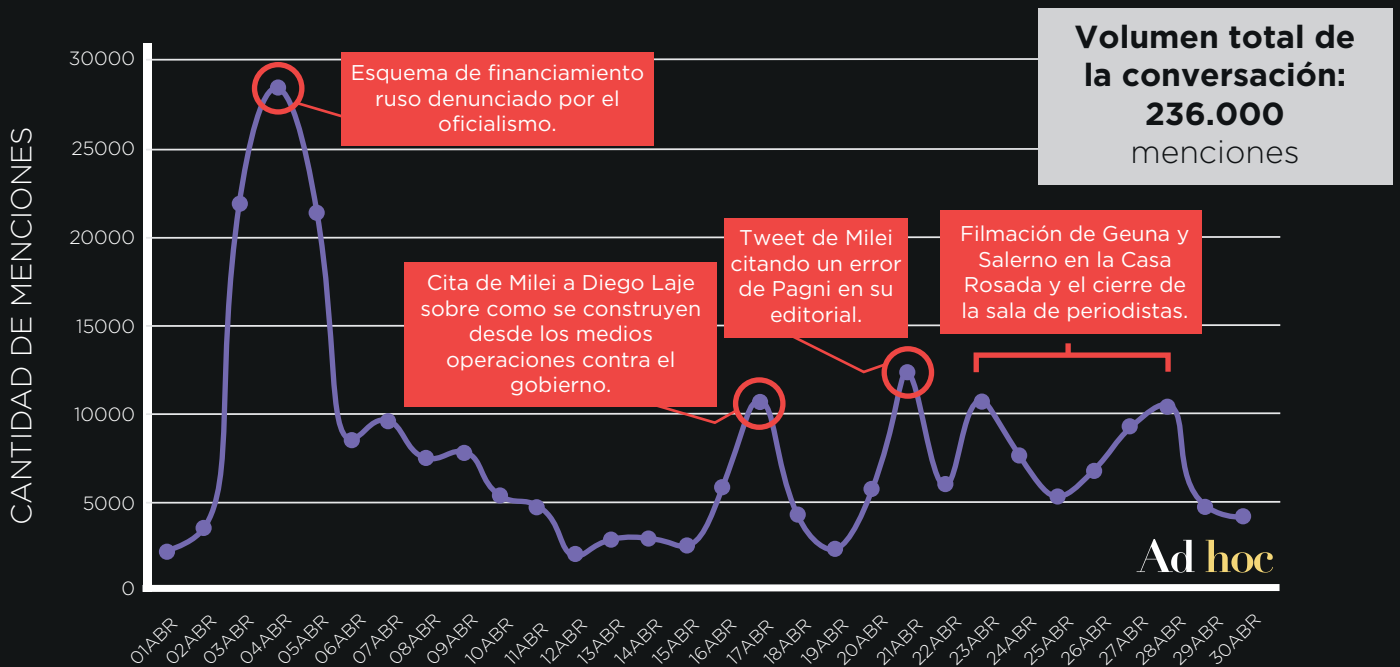
01/04 - 28/04 (28 días) Ad hoc		29/04 (un día) Ad hoc	
Usuario	Menciones	Usuario	Menciones
@agarra_pala	65	@agarra_pala	91
@JMilei	88	@JMilei	82
@laderechadiario	12	@laderechadiario	29
@marcalpalazzolo	30	@marcalpalazzolo	15
@LHDA16	9	@LHDA16	13
@RespOficial_Arg	1	@RespOficial_Arg	26

La comunidad libertaria salió a la defensa del Jefe de Gabinete, superando el número de menciones a Adorni anteriores de su visita al Congreso. Esto indica la intensidad de la comunidad libertaria durante esas 24hs.

NOLSALP: radiografía de la guerra de Milei contra el periodismo

A partir del destape del supuesto esquema de financiamiento ruso a portales para agredir al gobierno, **el oficialismo con Milei a la cabeza impulsó una campaña de difamación y agresión contra periodistas bajo el acrónimo NOLSALP** (“no odiamos lo suficiente a los periodistas”).

Evolución de la conversación contra los periodistas. Abril 2026



La denuncia sobre el **financiamiento ruso** fue el *casus belli* para realizar ataques sistemáticos contra los periodistas. El presidente encabezó la ofensiva, seguido por perfiles de la comunidad libertaria. **Como usuario legitimador, Milei “levantaba”** **posteos que denunciaban operaciones o desmentían notas de periodistas.**

Una batalla en primera persona

Javier Milei se posicionó como la figura que más descalificó a los periodistas. A modo de comparación, analizamos las menciones sobre inflación, glaciares y discapacidad.

Cantidad de menciones de usuarios libertarios a “NOLSALP”, “inflación”, “glaciares” y “discapacidad”. Abril 2026

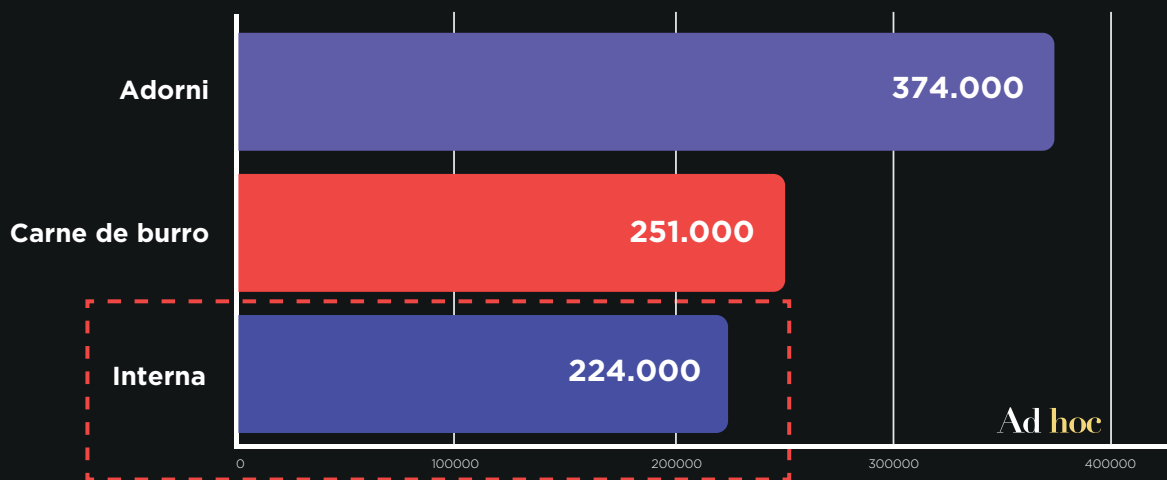
Usuario	"NOLSALP"	"Inflación"	"Glaciares"	"Discapacidad"
Milei	193	150	53	1
Agarrá La Pala	57	48	32	2
Santiago Oría	44	2	0	0
La Derecha Diario	40	34	18	1
Gordo Dan	16	6	2	0

Otras cajas comunicacionales del gobierno como “inflación” y “glaciares” recibieron menos atención en términos de menciones digitales que el mero descalificativo “NOLSALP”. Por otro lado, el concepto “discapacidad” se vió completamente ausente de la narrativa oficialista.

Una fractura expuesta que no corre del eje la agenda negativa del gobierno

A partir del 15/04, el “Gordo Dan” y Lilia Lemoine intercambiaron una serie de tweets que provocaron un desacuerdo entre las filas de LLA. **La interna libertaria, entre el 15 y el 20 de abril, generó 224.000 menciones.**

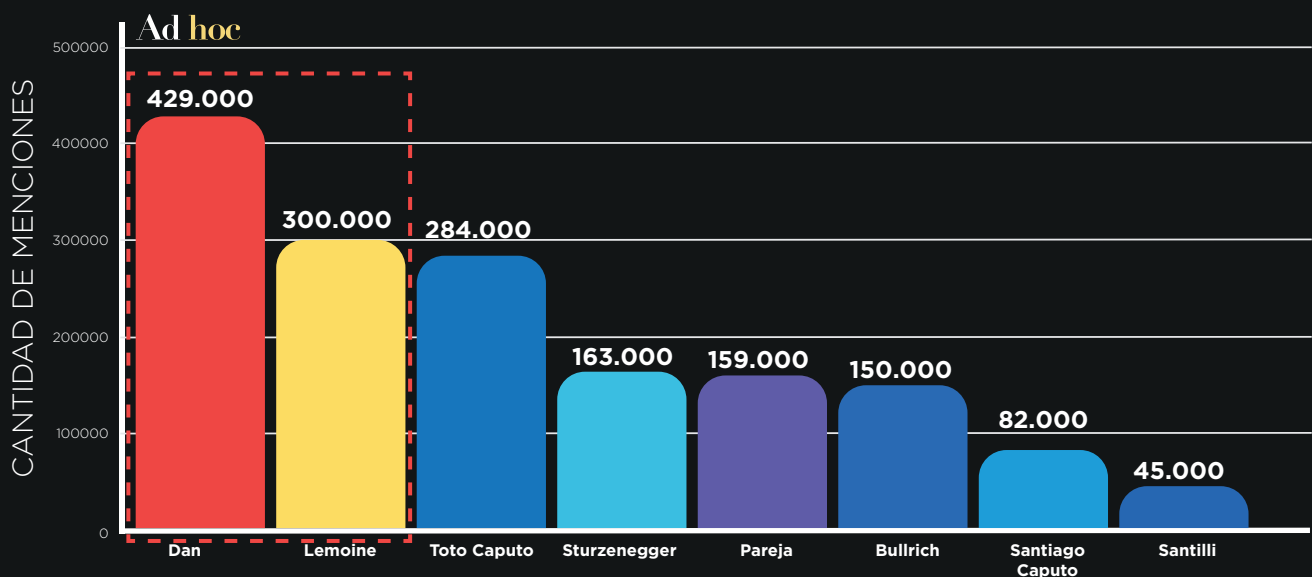
Volumen de menciones a Manuel Adorni, al concepto “carne de burro” y a la interna libertaria entre los días 15 y 20 de abril 2026



La interna no corrió el eje: otros temas de coyuntura negativos para el gobierno tuvieron más peso en la conversación digital. Sin embargo, **la discusión entre Dan y Lemoine hizo que ambos tengan más visibilidad en el mundo digital que figuras de la gestión.**

La gestión, un paso atrás

Volumen de menciones a los principales referentes libertarios. Abril 2026



A excepción de Milei, Karina y Adorni, **los funcionarios más relevantes de la gestión nacional tuvieron menos visibilidad que Dan y Lemoine.**

¿El desperezamiento opositor?

En el mes de abril, **solo dos dirigentes o figuras opositoras levantaron su perfil, marcado por el volumen de conversación generado**. El gobernador Kicillof logró más visibilidad que el mes anterior con su gira por España, los cruces con Milei y la interna peronista. **Dante Gebel** reapareció mediáticamente para posicionarse en el debate público.

Volumen de menciones a los principales referentes de la oposición y la variación con respecto del mes anterior. Abril 2026



**639k
menciones**

+52%

Variación con respecto
al mes pasado



**386k
menciones**

-44%

Variación con respecto
al mes pasado



**188k
menciones**

-16%

Variación con respecto
al mes pasado



**154k
menciones**

+770%

Variación con respecto
al mes pasado



**58k
menciones**

-29%

Variación con respecto
al mes pasado

MENCIONES A JAVIER MILEI
EN ABRIL 2026:
7.3 MILLONES

Blanco sobre negro

- 1** En el mes de **abril**, el **sentimiento negativo hacia Javier Milei** llegó a un nivel sin precedentes: **57%**. Este es el **número más alto de toda la gestión**.
- 2** **Casi todas las conversaciones que rodearon a Milei**, tanto de agenda doméstica como de agenda internacional, **aportan negatividad** a su imagen digital.
- 3** Las promesas de terminar con la **inflación** y de ir contra la **casta** se le volvieron en contra: **en ambos ejes predomina la negatividad**.
- 4** **Adorni** resulta ser el **pasivo tóxico más dañino para el gobierno a largo plazo**. Sumado a los **insultos contra el periodismo**, el **oficialismo pierde la puja digital**.
- 5** El **vacío opositor** comienza a tener incentivos para llenarse: **Kicillof y Gebel** **levantaron su perfil digital**.

CUÁNTOS SOMOS Y QUÉ HACEMOS EN LAS REDES SOCIALES

40 millones
de usuarios únicos
en redes sociales
en la Argentina.

10 horas
en promedio por
día navegando
en Internet.

4 horas
en promedio
por día en las
redes sociales

G L O S A R I O

Menciones: Publicaciones que hacen referencia al tema utilizando las palabras clave seleccionadas. Pueden ser tanto retweets, compartidos como publicaciones originales.

Publicaciones originales: Posteos únicos y nuevos realizados por los usuarios en relación a determinada temática. Solo se contabilizan compartidos y retweets si el usuario incorpora un texto propio, generando así un posteo nuevo.

Usuarios: Cuentas únicas en redes sociales. Puede ser que reciban el impacto de publicaciones o se involucren mediante publicaciones originales, compartidos o interacciones.

Audiencia estimada: Cantidad de usuarios que fueron impactados por alguna de las menciones o términos analizados.

Comunidades: Conjunto de usuarios digitales agrupados por un interés o afinidad en relación a un tema particular, ideología o consumo. Suelen estar formadas por usuarios líderes o referentes y usuarios interesados que replican, amplifican o interactúan.

G L O S A R I O

Conversación orgánica: Se considera “orgánica” a una conversación que refleja el interés real de los usuarios participantes en formar parte de ella. Lo opuesto a esto son conversaciones cuyo volumen es amplificado “artificialmente” mediante medios de comunicación o usuarios denominados “trolls”.

Conversación mediática: Conversación en donde medios de comunicación de diverso alcance ocupan los primeros lugares entre los usuarios más influyentes.

Conversación de la política: Se considera que involucra a la política cuando al menos dos comunidades representadas con espacios políticos diversos intervienen en la conversación, involucrando o no a las principales autoridades.

Conversación de las audiencias: Se trata de conversaciones que pueden hallarse al interior de las comunidades digitales, con participación genuina de usuarios de base y que no está guiada únicamente por los medios de comunicación o usuarios de peso.

F I C H A T É C N I C A

Herramientas: Onclusive y Google Trends

Período analizado: 01 de abril de 2026 al
30 de abril de 2026.

Plataformas analizadas: Todas las redes sociales de acceso público y portales web.

Ad hoc | DIGITAL



@AdHocok



/AdHocComunicaciones



adhocmedios