

Ad hoc

GESTIÓN INTEGRAL EN COMUNICACIÓN



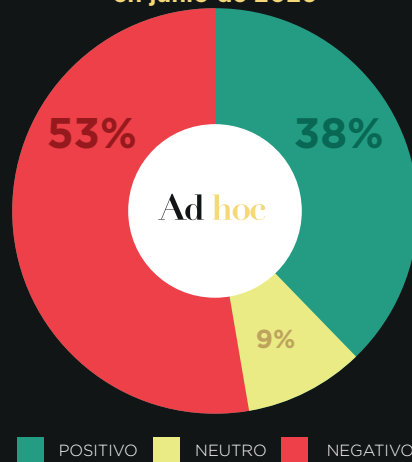
Fin... ¿Fin?

Manuel Adorni le puso punto final a su rol como jefe de gabinete **tras 112 días de escándalo y casi 9 millones de menciones en el ecosistema digital**. Durante junio por momentos tuvo más protagonismo en redes que el propio Milei. La demora en cerrar la crisis desnuda una lógica política y comunicacional que bien podría tipificarse dentro de lo absurdo. Adorni ya no está, el sistema decisional que lo sostuvo durante cuatro meses ¿sigue vigente? **¿Es posible afirmar que lo peor ya pasó?**

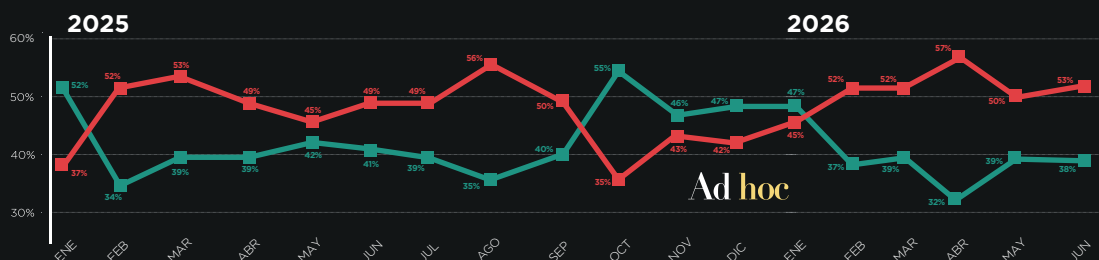
La negatividad en la imagen digital de Milei se consolida

Junio fue el quinto mes de balance negativo para el presidente en el ecosistema digital. La brecha entre la cantidad de publicaciones negativas y positivas permanece amplia. El volumen de conversación sobre Milei es un 32% más bajo que en octubre pasado. **Un gobierno desgastado, que pierde el control de la agenda pública, y con ello el interés y el protagonismo.**

Sentimiento digital hacia Milei en promedio en junio de 2026



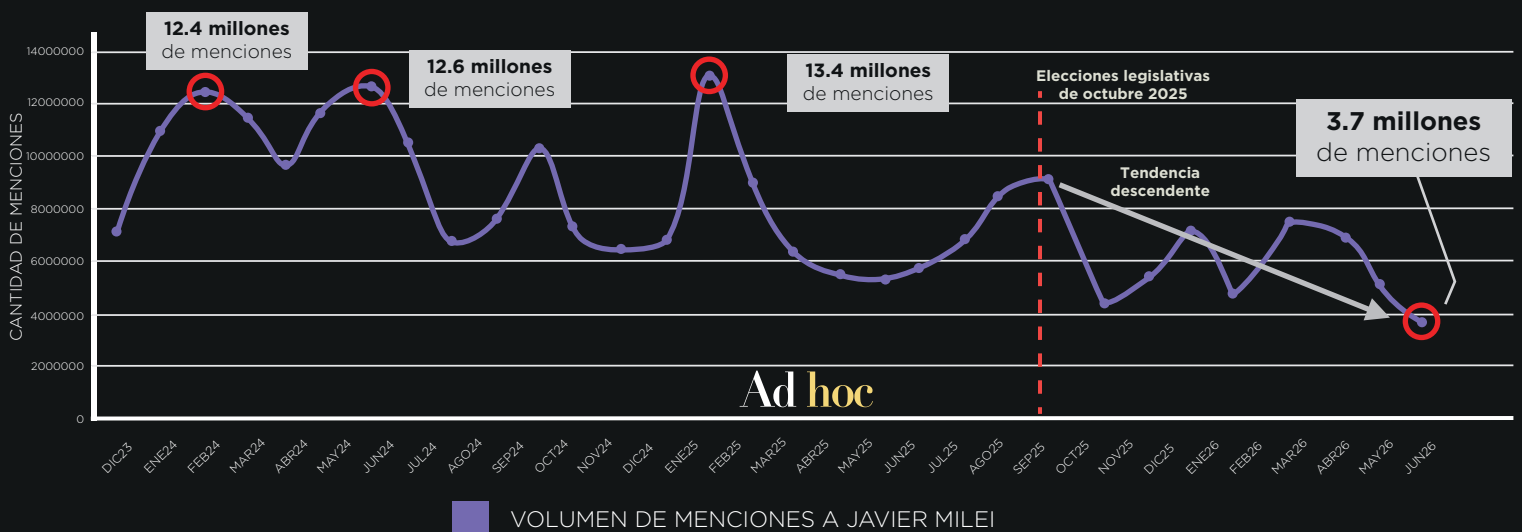
Evolución de sentimiento digital hacia Javier Milei Enero 2025 - Junio 2026



Con pequeñas variaciones mes a mes, el sentimiento digital se consolida.

La positividad se movió entre el 32% y el 39%, mientras que la negatividad en estos cinco meses nunca bajó del 50%.

Evolución del volumen de menciones a Javier Milei: Diciembre 2023 - Junio 2026



Desde los primeros meses de 2025 se advirtió una caída en el volumen de menciones a Javier Milei en el ecosistema digital, en coincidencia con un aumento del humor social negativo. Esa dinámica frenó solo al llegar las últimas elecciones, lo que le dio un breve respiro al gobierno. Este año la dinámica parece repetirse.

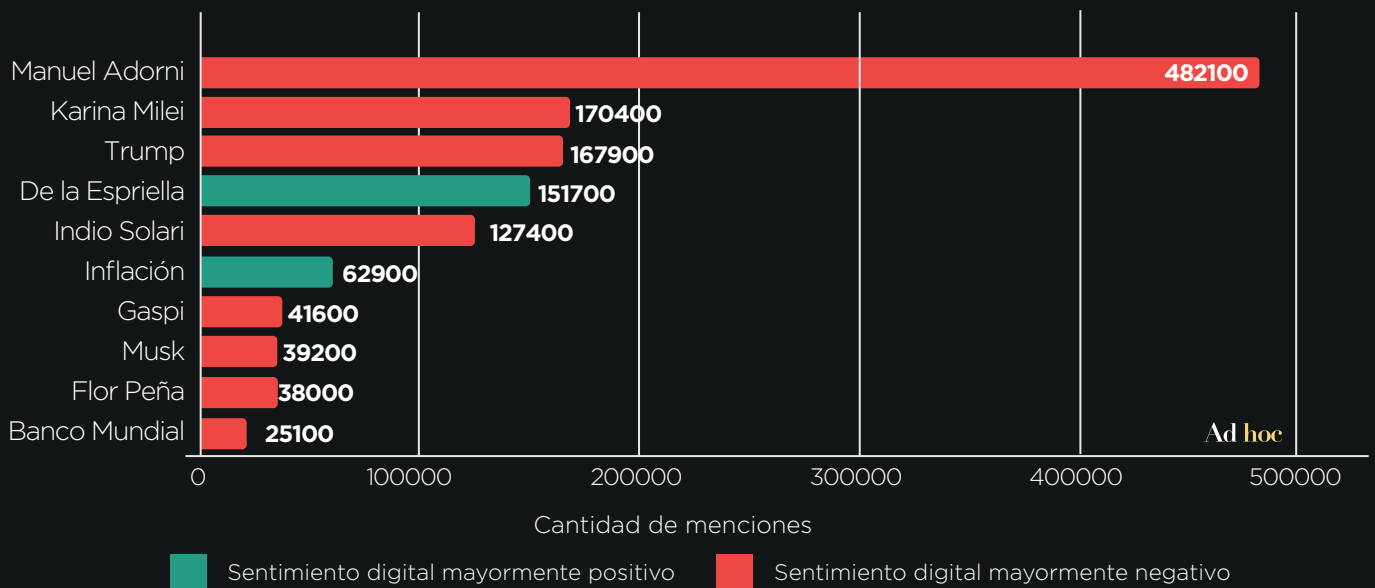
Tras la salida de Adorni, ¿encontrará el oficialismo un catalizador positivo?

Salir del Adorni-Gate: el desafío de la comunidad libertaria

El triunfo del candidato de derecha Abelardo de la Espriella en Colombia y el índice de inflación fueron el refugio de la narrativa oficialista en redes sociales.

En el resto de los temas, la comunidad afín al gobierno no pudo imponer encuadres. **Adorni fue otra vez el tema de conversación que más negatividad le aportó a la imagen digital del presidente.**

Principales conversaciones digitales en torno a la figura de Javier Milei.
Junio 2026



El cuadro de arriba marca una de las claves de la salida de Adorni. Su caso copó la agenda relacionada al presidente los últimos meses y le traccionó una negatividad muy alta. **El protagonismo de Karina, otro factor negativo para la imagen digital de Javier Milei.**

¿Qué vimos en los temas que aportaron positividad?

De la Espriella
68,6% positividad

La comunidad libertaria celebró el triunfo como parte del avance de la derecha internacional buscando posicionar a Milei como referente mundial.

Inflación
41,7% positividad

8 de los 10 usuarios más influyentes que relacionaron "inflación" y "Milei" pertenecen a la comunidad libertaria. El 20% de las menciones tuvieron un tono neutral, al provenir de medios.

¿Qué vimos en los temas que aportaron negatividad?

La comunidad opositora denunció que Milei descalificó a Florencia Peña mientras sostuvo a Adorni, y que usó el hecho para ocultar la licitación de la Hidrovía a una "empresa amiga".

Florencia Peña
67,4% negatividad



El foco estuvo puesto en la actuación de la policía de CABA y en la falta de predisposición del gobierno para el velorio del artista.

Indio Solari
84,6% negatividad

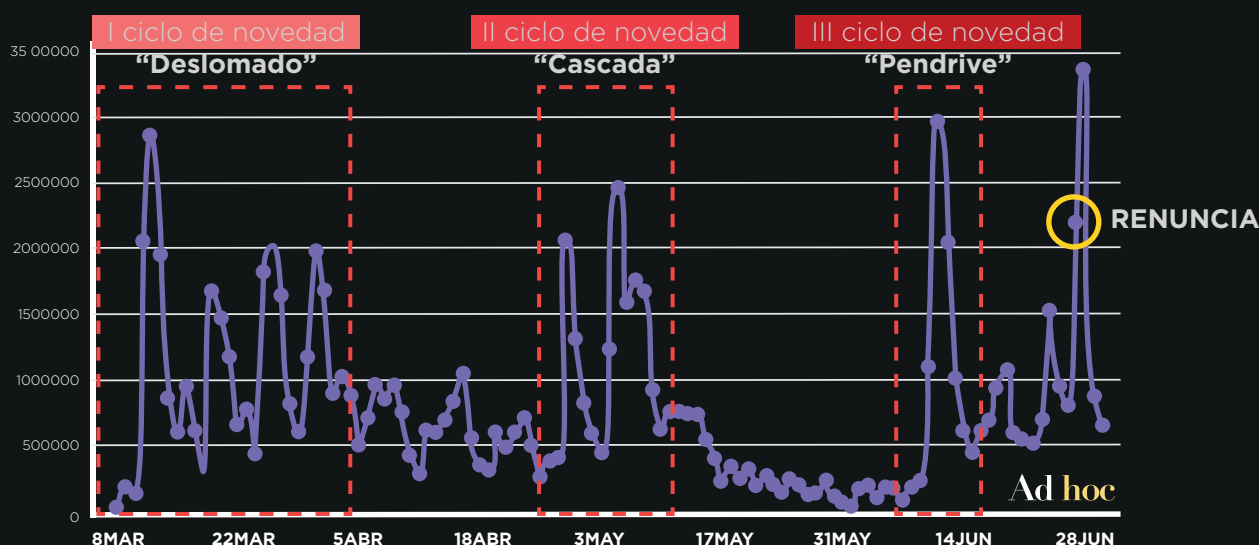
Predominaron los tweets irónicos sobre la muerte del Indio Solari y de "Gaspi".

Trump
51,2% negatividad

Un escándalo que roza lo absurdo

Durante los 4 meses que estuvo el Caso Adorni en agenda, el gobierno encadenó una serie de decisiones que solo profundizaron la presencia del tema en lugar de clausurarlo: **5 entrevistas y una conferencia de prensa para dar explicaciones, 3 entrevistas del presidente para defender a su funcionario, y la presencia digital de su gabinete en apoyo.** El escrutinio público terminó aumentando por decisión propia. **Sostenerlo en el cargo a pesar de las micro-crisis aumentó la revisión sobre su conducta y estiró la agonía.**

Evolución de menciones sobre Manuel Adorni. Marzo 2026 - Junio 2026

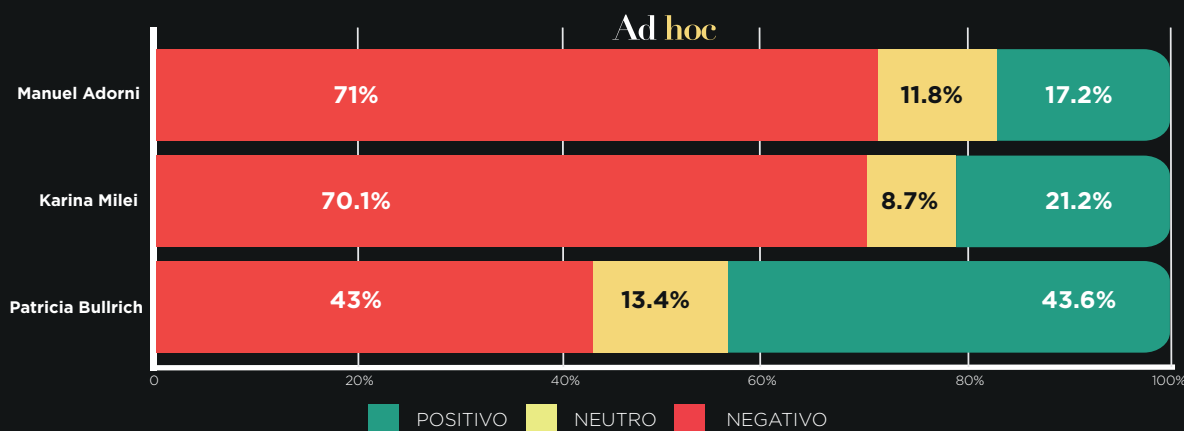


Los ciclos de novedad son aquellos eventos que irrumpen y provocan un aumento de la conversación, que luego cae y se estabiliza.

Excepto por el episodio "cascada", **los otros dos ciclos de novedad fueron provocados por la mala praxis comunicacional del gobierno:** dos intentos de "clausura operativa" (entrevistas en medios para aclarar) **terminaron con picos de conversación y profundización del estigma.**

La renuncia debería ser el cuarto y último ciclo para hablar del fin de la crisis.

Sentimiento digital hacia Manuel Adorni, Karina Milei y Patricia Bullrich en relación a Milei. Junio 2026



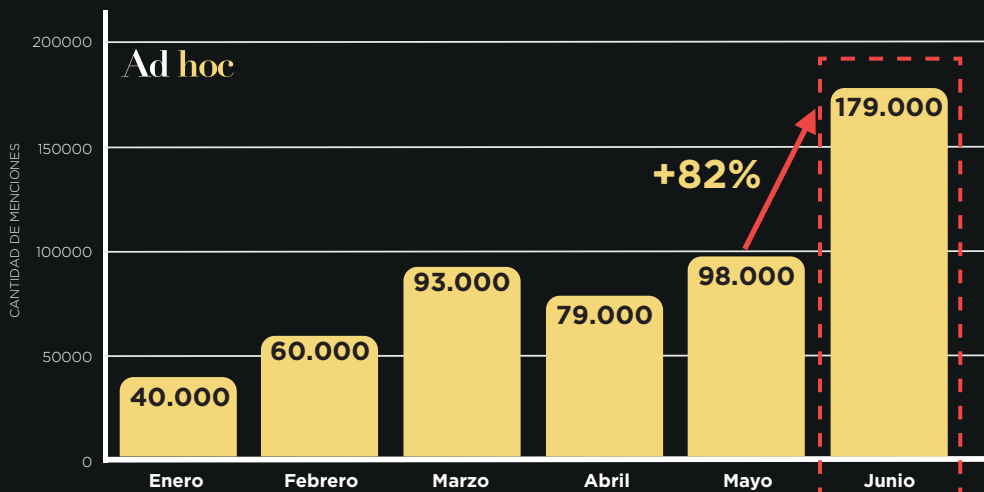
En todo momento, **Patricia Bullrich fue la figura del gobierno que más positividad le aportó al presidente Milei en el ecosistema digital, inclusive durante la vigencia del escándalo.**

Su diferenciación fue una apuesta estratégica. La renuncia de Adorni también fue consecuencia de la presión al interior de la fuerza gobernante.

El Caso Adorni: un problema cómodo para el PRO

Por segundo mes consecutivo, la fuerza política liderada por Mauricio Macri **mostró una tendencia creciente de menciones en el ecosistema digital**. El espacio aliado al gobierno encontró en la figura del ex jefe de gabinete una oportunidad para diferenciarse y marcar la cancha.

Evolución de menciones digitales al PRO. Enero 2026 - Junio 2026



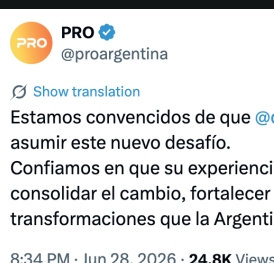
¿Cómo reaccionó el PRO a la salida de Adorni?



Mientras la cuenta principal del Partido había descalificado a Adorni, **todos los referentes del PRO respaldaron públicamente a Santilli**, señalándolo como el "camino correcto".



Macri y su "reunión previa".



Para el PRO es "la persona indicada".

¿Se fortalece el PRO?

La presencia en el gobierno de las figuras alguna vez relacionadas al PRO **tiñen al gabinete violeta de amarillo.**

Si bien con el triunfo electoral de octubre de 2025 el gobierno aumentó su contingente legislativo, **el bloque del PRO sigue siendo fundamental para conseguir las mayorías parlamentarias que Milei necesita.**

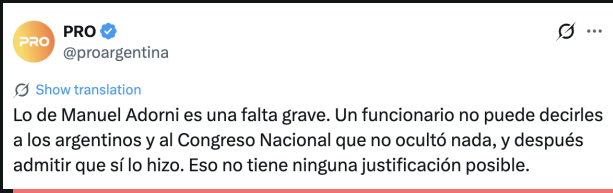
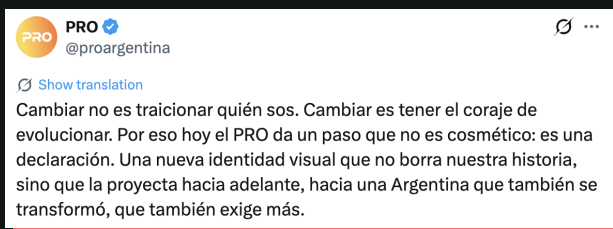
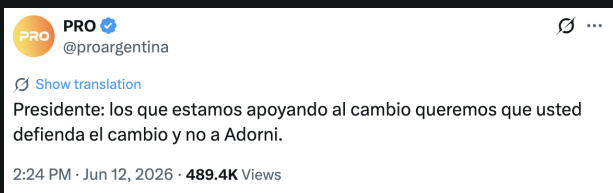
Las publicaciones que mencionan a "Mauricio Macri" crecieron un 26% en junio con respecto al mes anterior.

El doble juego del PRO

Mientras en X la cuenta principal del PRO (@proargentina) cruzó a Adorni, en el Congreso el bloque amarillo evitó que avanzara un pedido de interpelación en la Cámara de Diputados el 23 de junio. Las comunidades opositoras en digital y algunos medios de comunicación buscaron evidenciar este “doble juego”.

¿Que hicieron en las redes?

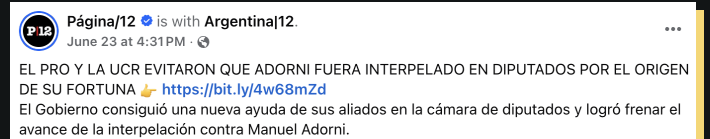
La cuenta principal del PRO comunicó su oposición a la permanencia de Manuel Adorni en el gobierno.



Los posts de la cuenta oficial del PRO que más impacto digital tuvieron en el mes fueron aquellos críticos con Manuel Adorni.

¿Que hicieron en el Congreso?

Los 12 diputados del PRO se ausentaron de la sesión, no dieron quórum y así evitaron que prosperara el pedido de interpelación a Adorni.

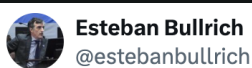


Luego de que no haya quórum, las comunidades opositoras atacaron al PRO en redes por este comportamiento contradictorio.



Las repercusiones dentro del PRO:

Dirigentes propios desencantados con el entramado de escándalos del ecosistema libertario cuestionaron a su partido por apoyar el rumbo ambivalente frente al gobierno.



Esteban Bullrich
@estebanbullrich

Buenos Aires, 24 de junio de 2026

Al Ing. Mauricio Macri
Presidente del PRO

De mi mayor consideración:

Por medio de la presente quiero presentar mi renuncia irrevocable al PRO, partido que tuve el honor de fundar junto a vos hace más de veinte años.



Silvia Lospennato
@slospennato

Estimado Esteban:

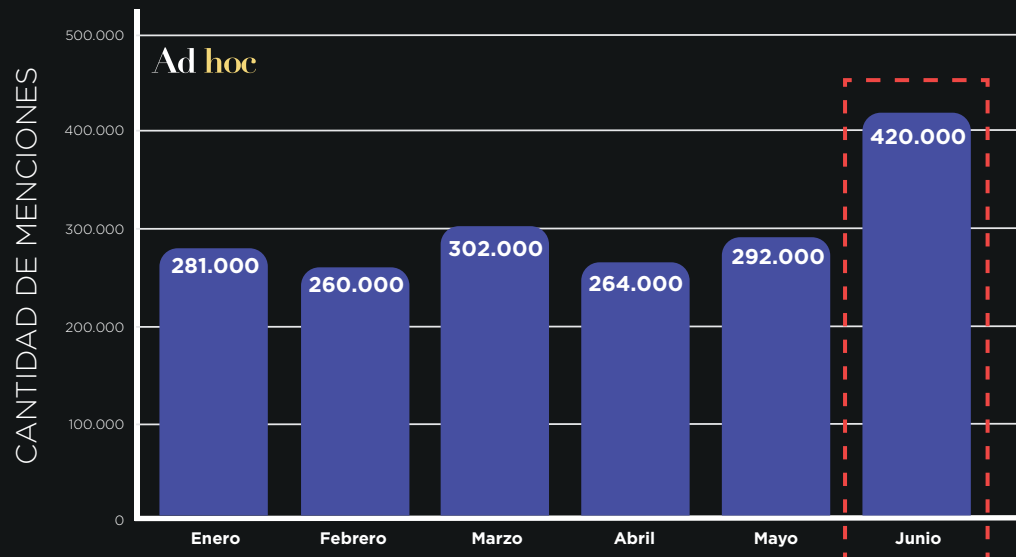
Me pone muy triste no sólo tu decisión, sino la certeza de lo difícil que debe haber sido tomarla pero entiendo porqué lo haces.

Esteban Bullrich presentó su renuncia “irrevocable” del partido y Silvia Lospennato citó el tweet.

Lo que el Mundial tampoco puede tapar

¿Qué nos va a dejar el Mundial además de lo deportivo? **Una conversación más alta y más naturalizada sobre las apuestas y la ludopatía.**

**Volumen de menciones digitales a "ludopatía" y "apuestas".
Enero 2026 - Junio 2026**



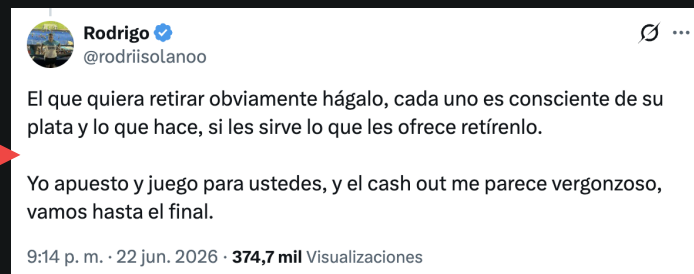
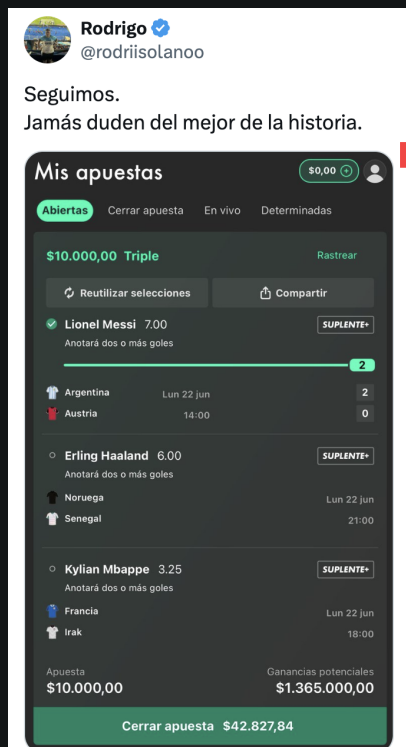
El mundial potenció la presencia en el timeline de los usuarios de publicidad de juego on-line, usuarios que muestran sus apuestas a la vez que se naturalizan términos propios del rubro.

BetWarrior

Las menciones a la marca **se multiplicaron x19** a partir de la publicidad con Maradona vía IA.

Combinada

El uso del término referido a una "apuesta combinada" **se multiplicó x7** durante junio con respecto a mayo.



Publicidad, IA e influencers: vectores de una epidemia

El contexto argentino:

- 1 de cada 4 adolescentes entre 12 y 17 años señala haber hecho apuestas online alguna vez.
- 6 de cada 10 chicos afirman que conocen a alguien que apostó dinero de manera virtual.
- El 47% conoce plataformas y aplicaciones de apuestas online.
- 1 de cada 2 jóvenes afirma hacerlo para ganar plata.

(Unicef - Min. Capital Humano)



Las menciones a Maradona se triplicaron en junio con respecto al mes pasado a partir del uso de su imagen para promocionar una casa de apuestas con la frase "acá se juega con pelotas".

EFE Noticias @EFENoticias · Jun 19
VIDEO | Imágenes de Diego Armando Maradona creadas con inteligencia artificial para una pieza publicitaria generan polémica entre los seguidores del astro argentino, quienes critican el anuncio que promociona apuestas deportivas.

Pato Molina @patomolina

Show translation

Qué vergüenza la publicidad hecha con AI de Maradona promocionando apuestas online.

Usuarios criticaron el uso de la imagen post-mortem del ídolo para promocionar apuestas.



Otros usuarios eligieron ridiculizar la propuesta publicitaria recurriendo al humor.

Revista Barcelona @revisbarcelona
Indignación por la publicidad con IA en la que Maradona promociona apuestas: opina el Holograma de Cerati

Quando el juego se vuelve transversal: **El PRODE fue protagonista de la conversación digital en junio.**

PRODE



Más de 227.000 usuarios mencionaron este juego durante junio. Generaron más de **383.000** menciones este mes.

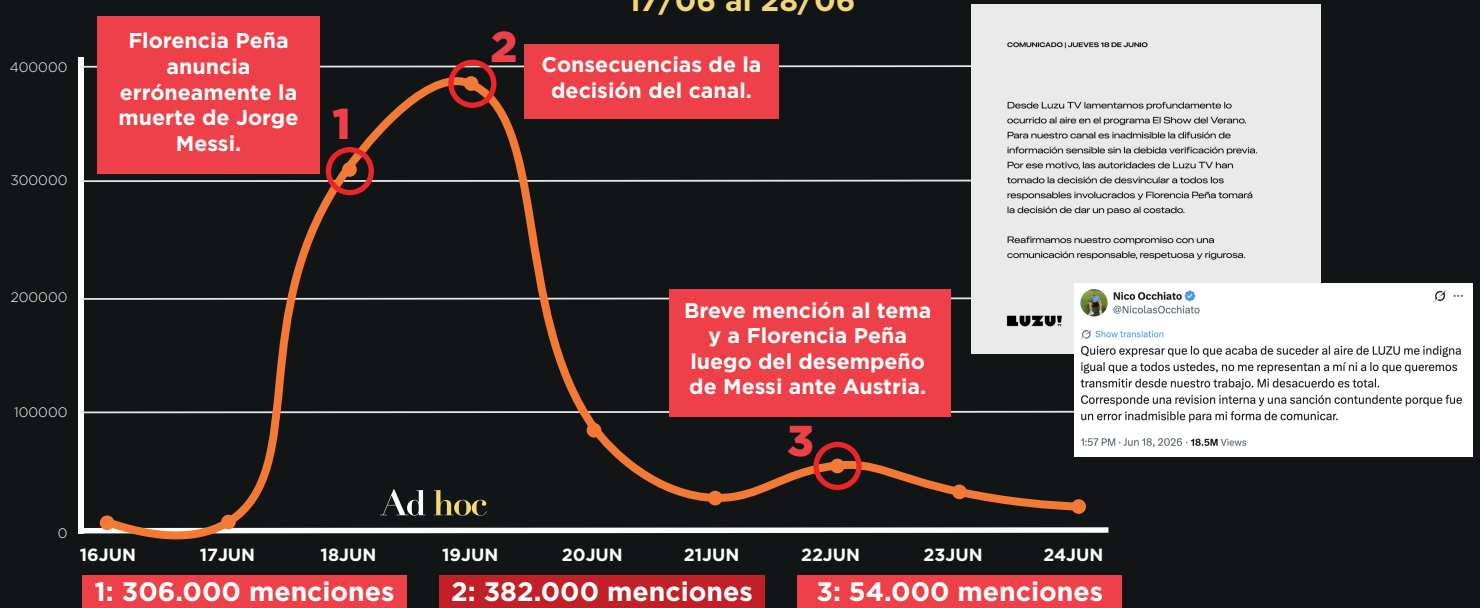
La conversación digital en español sobre PRODE representó el 86% de la conversación general sobre apuestas deportivas. Para dimensionar:

- Se habló el doble de Prode que de Dibu Martínez.
- Se mencionó el término Prode 3.8 veces más que a "Tim Payne" (jugador de Nueva Zelanda) y 2.5 veces más que a "Vozinha" (arquero de Cabo Verde figura en el 0-0 con España), los virales del Mundial.

La *fake news* sobre Jorge Messi: una conversación masiva que se politizó

En 48hs hubo casi 700.000 menciones al tema. La conversación tuvo varios condimentos que hicieron que se politizara: Florencia Peña, conocida por sus vínculos con el kirchnerismo, fue el blanco perfecto de la comunidad libertaria la cual se activó con dos objetivos principales: 1) tratar a Florencia Peña de anti-Messi (y extender esta caracterización a todo el kirchnerismo) y 2) atacar al periodismo, acusándolos de usar la misma metodología que con Adorni.

Evolución de menciones a Jorge Messi, Luzu TV y los involucrados. 17/06 al 28/06



COMUNICADO | JUEVES 18 DE JUNIO

Desde Luzu TV lamentamos profundamente lo ocurrido al aire en el programa El Show del Verano. Para nuestro canal es inadmisibles la difusión de información sensible sin la debida verificación previa. Por ese motivo, las autoridades de Luzu TV han tomado la decisión de desvincular a todos los responsables involucrados y Florencia Peña tomará la decisión de dar un paso al costado.

Reafirmamos nuestro compromiso con una comunicación responsable, respetuosa y rigurosa.

LUZU!

Nico Occhiato @NicolasOcchiato

Show translation

Quiero expresar que lo que acaba de suceder al aire de LUZU me indigna igual que a todos ustedes, no me representan a mí ni a lo que queremos transmitir desde nuestro trabajo. Mi desacuerdo es total. Corresponde una revisión interna y una sanción contundente porque fue un error inadmisibles para mi forma de comunicar.

1:57 PM - Jun 18, 2026 - 18.5M Views

La decisión de Nicolás Occhiato funcionó como clausura operativa de la crisis que afectó al canal de stream. 48 hs después de la decisión, la conversación descendió con fuerza.

El fútbol, la batalla TV-Streaming y la política llevaron el tema a audiencias diversas. Los medios deportivos lograron alto impacto con el tema y las comunidades libertarias se activaron principalmente para atacar a Florencia Peña y al kirchnerismo, al cual culpan de "anti-Messi".

Influenciadores libertarios destacados. Junio 2026

Usuario	Menciones
@agarra_pala	193
@TraductorTeAma	37
@laderechadirario	35
@Feli_N	23
@CordoDan_	22
@usdtermo	19
@marcalpalazzolo	13
@JMilei	9

¿Qué quisieron comunicar?

Javier Milei reposted
Diego Laje @dlaje1

Show translation

Ante el caso Florencia Peña, buena parte del periodismo argentino debe porque buena parte de las "voces sagradas" y "medios importantes" usaron EXACTAMENTE LA MISMA METODOLOGÍA PERIODÍSTICA que la vedette/actriz pero para tratar el caso de Manuel Adorni.

"El periodismo descalifica sin razón como hicieron con Adorni"

La Derecha Diario @laderechadiario

Show translation

ODIAN A LOS ARGENTINOS: El periodista Luis Gasulla denunció que la fake news sobre la muerte del padre de Messi difundida por Florencia Peña "no es un hecho aislado" y que, en realidad, se trata de "el plan K para debilitar moralmente a la Selección".

"Quieren que le vaya mal a los argentinos".

termo @usdtermo

Show translation

El primer comentario de Florencia Peña desp de tirar que murió el padre fue decir que Messi se tenia que volver!!!! y un día antes dijo que Mbappe era mejor por pronunciarse políticamente!!! Es todo político, son anti-messi. Hay que pegarle en el piso, sin piedad.

"Quieren que le vaya mal a Messi por no apoyarlos a ellos".

Blanco sobre negro

- 1** La negatividad en la conversación sobre el **presidente** se consolida por quinto mes consecutivo mientras que el **volumen de menciones a Milei** continúa con una **tendencia descendente**.
- 2** La comunidad libertaria solo pudo instalar positividad al hablar de **inflación** y del triunfo de la derecha en **Colombia**. **Todos los demás temas de conversación son negativos para el presidente**.
- 3** El escándalo de Adorni cierra pero con un **precio: una conversación masiva y negativa**. ¿Alcanzará para diluir el estigma?
- 4** El **PRO** aumentó su protagonismo digital y **buscó antagonizar a partir del Caso Adorni**. El nombramiento de Santilli también activó a la comunidad amarilla.
- 5** Indignación mundialista: la falsa noticia **sobre la muerte de Jorge Messi** provocó repudio y el **uso de la imagen de Maradona** para promocionar una casa de apuestas triplicó las menciones a su figura.

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 junio de 2026 al
30 de junio de 2026.

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

Ad hoc | DIGITAL