

A vibrant digital illustration with a purple and blue color palette. The background is filled with various icons representing digital technology and social media, such as a smartphone, a laptop, a bar chart, a heart, a speech bubble, a globe, a person icon, a mail icon, a camera icon, and a play button. In the foreground, there are stylized figures of people interacting with digital devices. On the left, a person is sitting on a large smartphone screen, holding a tablet. On the right, a person is standing next to a large laptop screen, holding a tablet. Another person is sitting on the ground, looking at a tablet. The overall theme is digital education and technology.

Enter

DIGITAL SCHOOL

Bienvenidos/as a la clase de

Social Listening en campaña



Comunicación Digital Electoral

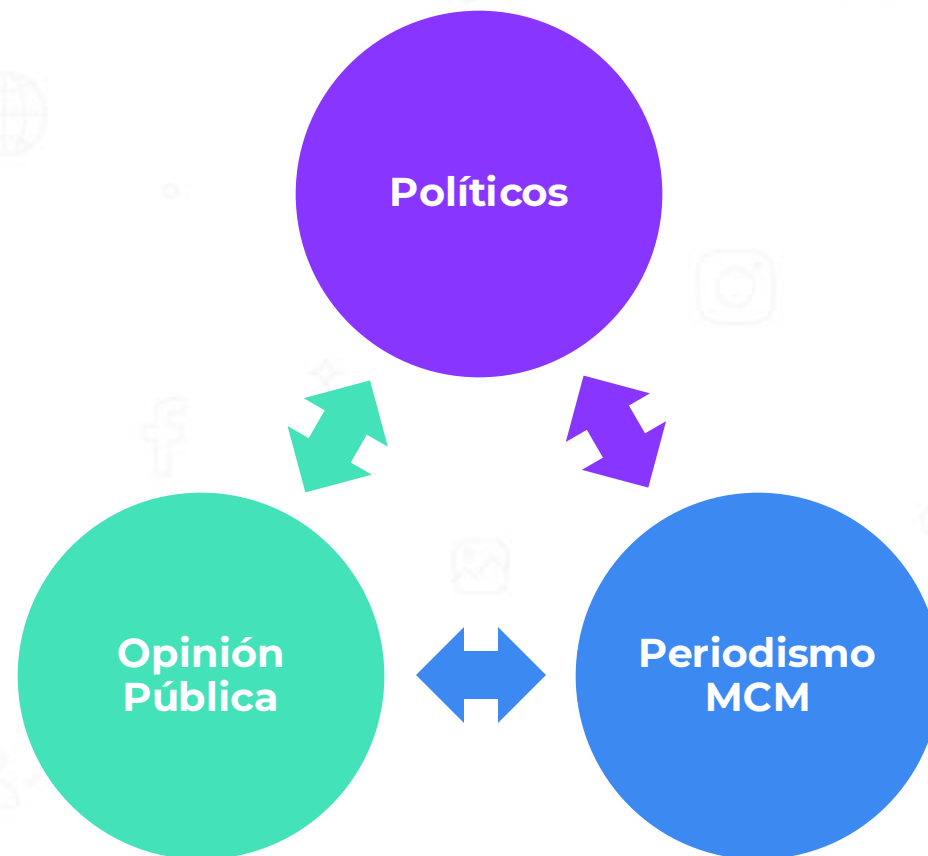
El objetivo de esta clase es que conozcas y aprendas desde cero cómo podés usar el Social Listening para tomar decisiones estratégicas en campaña.

¿Qué vas a lograr?

- Entender el rol estratégico del Social Listening en campañas electorales.
- Conocer los indicadores claves de la conversación digital.
- Aplicar el análisis de escucha digital al diseño y ajuste de narrativas de campaña,
- Entender el alcance, los límites y los desafíos de la lectura de datos en el ecosistema digital

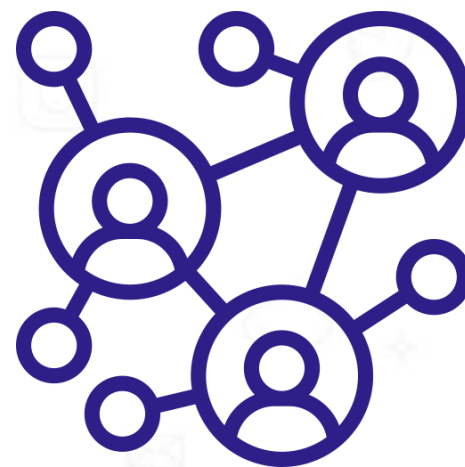
Comunicación Digital Electoral

Comunicación política



Comunicación Digital Electoral

El papel de las redes sociales en el proceso electoral.



¿Qué pasa en 1 minuto?



66k

Fotos y videos son
compartidos en
Instagram



510k

Nuevos comentarios en
Facebook



350k

Tweets se publican



625M

De videos en TikTok son
vistos



6.3M

De búsquedas en Google

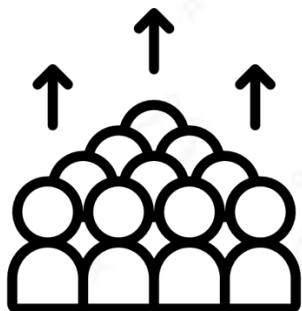


3.5M

De videos se ven en
YouTube

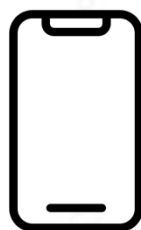


¿Cómo nos conectamos?



45.8M

Población según Censo
2022



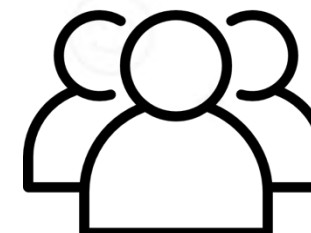
64.7M

Conexiones móviles



41.2M

Conexiones a internet

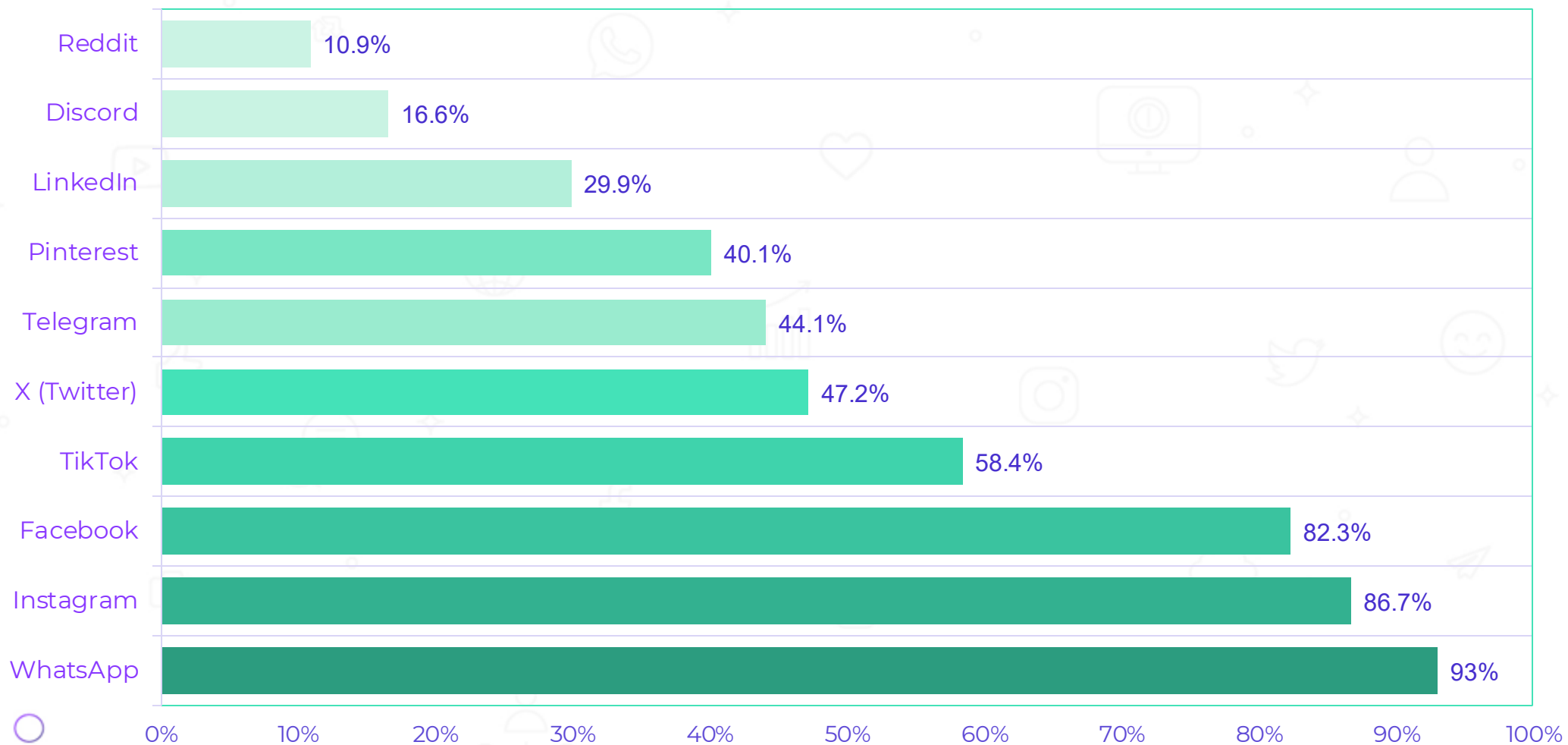


32.2M

Perfiles de usuarios en
RRSS

Comunicación Digital Electoral

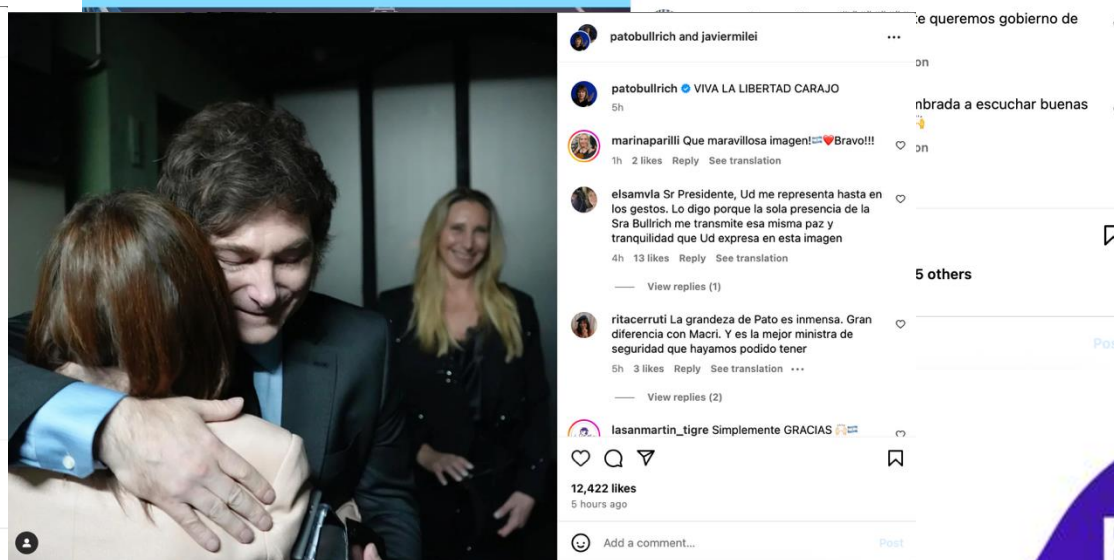
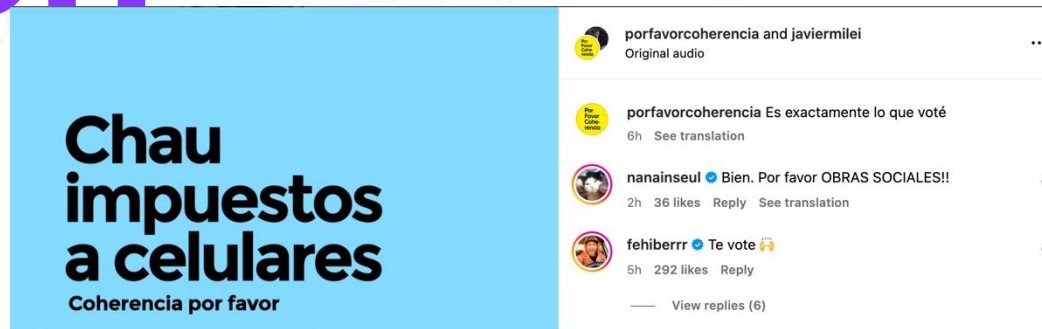
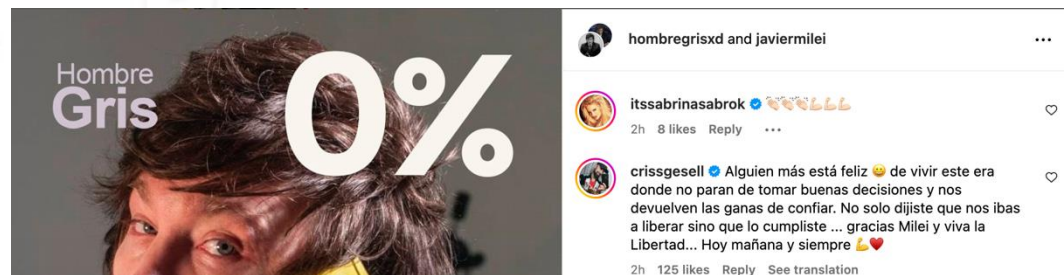
Red Social más usada (febrero 2025)*



* Fuente: We Are Social
(febrero 2025)

Comunicación Digital Electoral

La era de la colaboración



Herramientas y técnicas para medir en campaña



Encuestas y
Cuestionarios



Social
Listening



Análisis de
Medios
Tradicionales



Focus
Groups y
Entrevistas

Herramientas y técnicas para medir en campaña



Análisis de
Contenido



Análisis de Tráfico
Web



Índices de
Confianza
Pública



Evaluación de
Objetivos
Comunicacionales

Medición y Análisis en la estrategia de campana

Pre-campaña: Escuchar antes de hablar

CONVERSACION

Identificamos los temas principales, los actores que impulsan la conversación y el sentimiento general de las audiencias.

PERCEPCION

Medimos la imagen previa de nuestro cliente, del espacio político, del municipio/gobierno. Vemos volumen de conversación y nivel de conocimiento.

SENTIMENT

Evaluamos el Sentiment/reputación digital que hay asociado al cliente, al partido, al gobierno.

BENCHMARK

Hacemos un análisis comparado de nuestro cliente y sus competidores.

Campaña: Monitorear, ajustar, activar

EVOLUCION

Medimos la evolución y los picos de conversación en periodos determinados (semanales, quincenales, mensuales)

PROTAGONISTAS

Vemos quiénes son los actores relevantes que dominan la conversación (medios, usuarios, trolls, cliente, etc.)

ALERTAS

Identificamos crisis potenciales para poder desactivarlas antes de que escalen o actuar con rapidez.

RECORDACION

Analizamos qué temas de nuestra agenda estamos pudiendo instalar y cuales no.

Post-campaña: Evaluar

EVALUACION

Evaluamos los resultados de la estrategia de comunicación y comparamos la situación inicial con la situación actual.

ANALISIS

Hacemos un análisis de toda la campaña para ver volumen de conversación, menciones, Sentiment y posicionamiento final.

BALANCE

Identificamos qué temas pudimos instalar y cuales no y qué percepción tuvo el cliente durante la última etapa o en los distintos momentos de la campaña.

LEGADO DIGITAL

Relevamos qué cuentas o activos pueden ser de utilidad para sostener después de las elecciones.

¿Qué es el Social Listening?

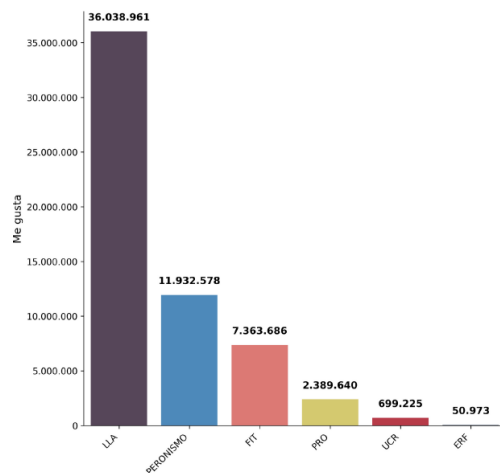
Es un proceso activo de atender, observar, interpretar y responder a una variedad de estímulos a través de los canales mediados, electrónicos y sociales e influenciado por la búsqueda de información de la búsqueda previa”.

*Stewart, M. C. y Arnold, C. L. (2018)

REDES NACIONAL 2025



LIKES POR ESPACIO POLÍTICO EN TODAS LAS REDES



www.consultoratendencias.com

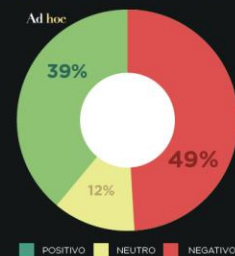
Ad hoc DIGITAL

Onclusive

La tendencia negativa se estabiliza

A pesar de los anuncios económicos, la negatividad hacia el presidente continúa superando a la positividad. El comunicado por la muerte del Papa empeoró todo. Lejos de beneficiarlo, despertó más críticas.

Sentimiento digital hacia Milei en promedio en abril de 2025



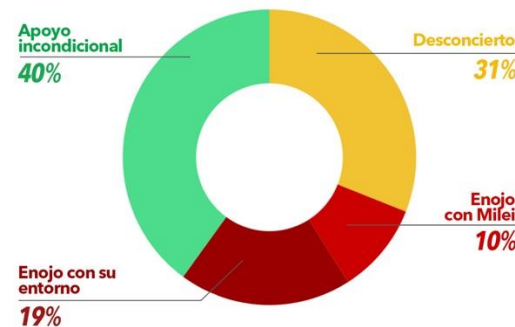
Menor volumen de conversación y más negatividad son los indicadores que caracterizan esta etapa de la imagen digital del presidente. La tendencia negativa se equipara a la de principios de 2024.

Evolución anual de la imagen digital de Milei

Sentimiento en torno a Javier Milei



Audiencia libertaria Sentimientos comparados



Trending Topics Hashtags destacados

#MileiEstafador Alcanzó la 4ª posición a nivel mundial

Otras palabras claves que alcanzaron el rango de tendencia argentina fueron:

- * \$Libra
- * Presidente
- * Javo
- * Oficina Anticorrupción
- * Laje
- * Karina
- * Nobel
- * Cristina
- * Cositorto

Esta sociedad-red tiene
millones
de datos

ocurriendo a cada minuto

Esos datos necesitan ser
observados,
recolectados e
interpretados

El Social Listening es un proceso

dinámico
multi-
dimensional
analítico

Qué relevamos a través de un Social Listening

Comunicación Digital Electoral

Google Trends

Interest over time ?



EVOLUCIÓN DE LAS BÚSQUEDAS EN EL TIEMPO

El evolutivo de Google nos da la posibilidad de entender qué se está buscando sobre un perfil, una ubicación o un tema y monitorear los atributos asociados a esa búsqueda.

Related topics ?

Rising ▾



- | | |
|---|------------|
| 1 Gordo Dan - Activist | Breakout ⋮ |
| 2 Joan Manuel Serrat - Spanish singer and ... | Breakout ⋮ |
| 3 Luiz Inácio Lula da Silva - President of Bra... | Breakout ⋮ |
| 4 Alfredo Lepore - Actor | Breakout ⋮ |
| 5 Yamandú Orsi - President of Uruguay | Breakout ⋮ |

Related queries ?

Rising ▾



- | | |
|------------------------|------------|
| 1 pepe mujica hijos | Breakout ⋮ |
| 2 muerte de mujica | Breakout ⋮ |
| 3 falleció pepe mujica | Breakout ⋮ |
| 4 pepe mujica fotos | Breakout ⋮ |
| 5 gordo dan | Breakout ⋮ |

Comunicación Digital Electoral

Nube de palabras

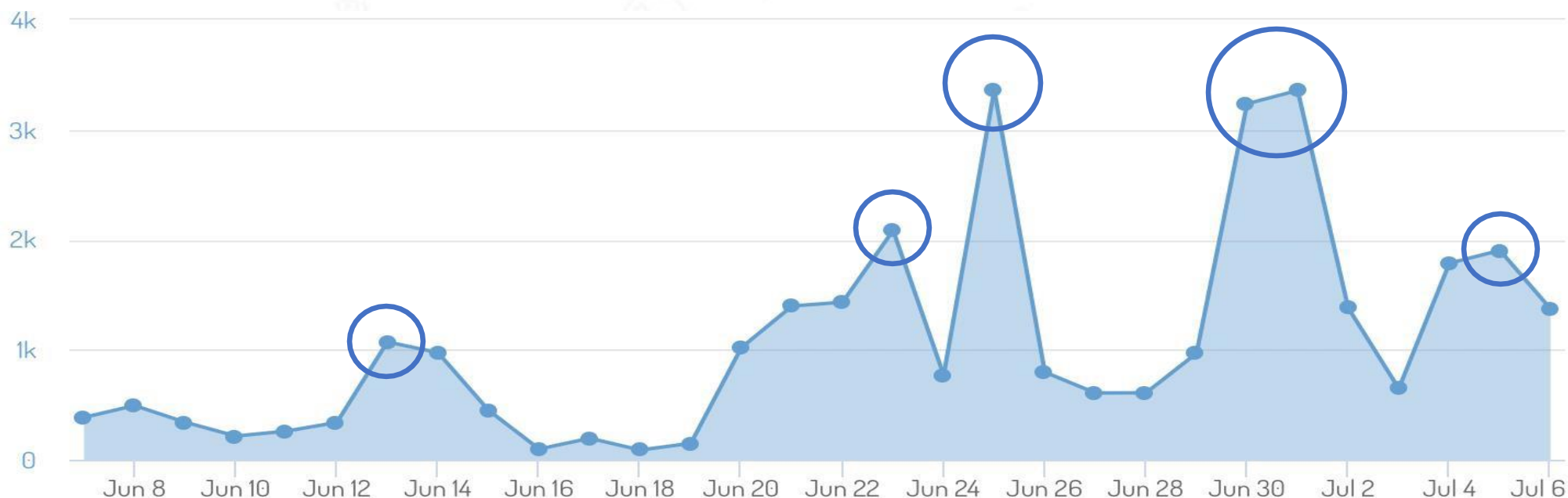


COMPRENSIÓN DE LOS CONCEPTOS MÁS MENCIONADOS

La nube de palabras nos permite ver el peso que tienen en RRSS algunos conceptos/palabras y ver si alguno de ellos está alineado con nuestro objetivo estratégico de comunicación

Comunicación Digital Electoral

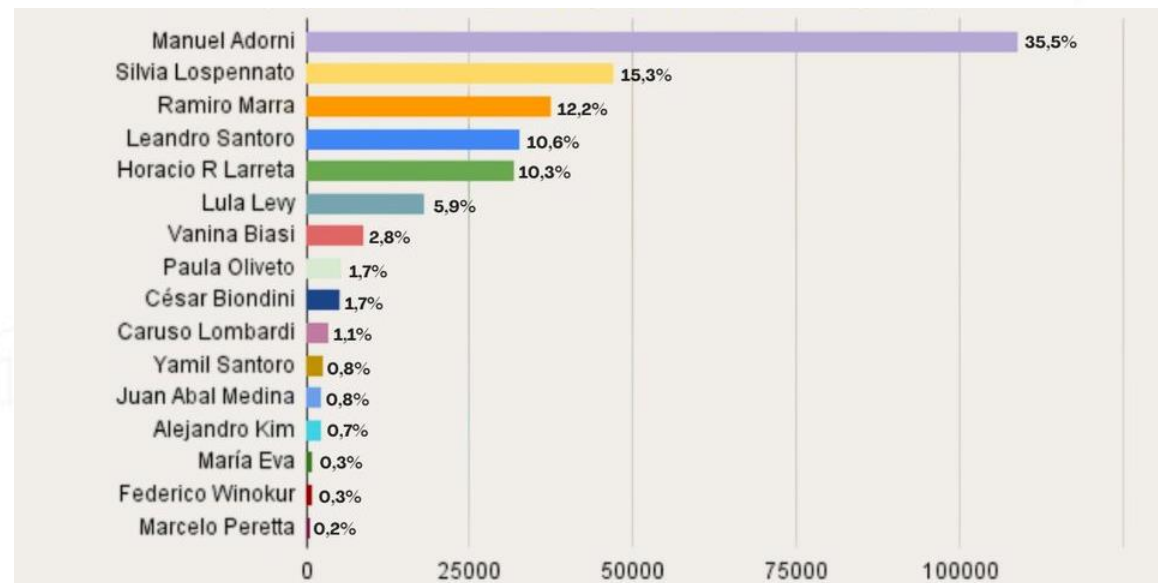
Picos de conversación



QUÉ, CUÁNDO, CÓMO

Como fue la conversación digital en un período específico de tiempo, que temas fueron los que más se hablaron, en qué contexto y en qué fechas

Volumen comparativo



QUÉ LUGAR OCUPAMOS

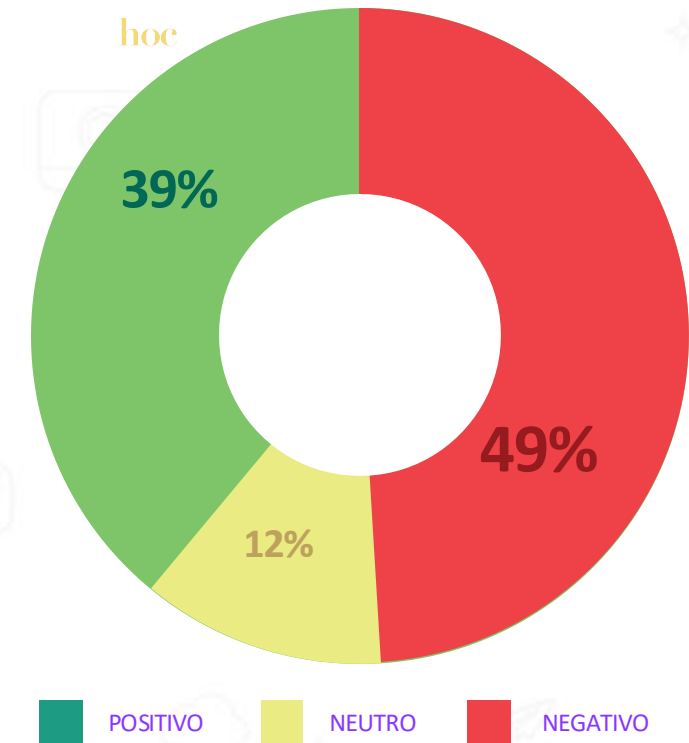
Poder contabilizar el volumen de menciones es clave para entender adónde estamos posicionados respecto a otros perfiles en RRSS. Recuerden, más no siempre es mejor

Sentiment y/o reputación digital

Sentimiento digital sobre Javier Milei en promedio en abril 2025*

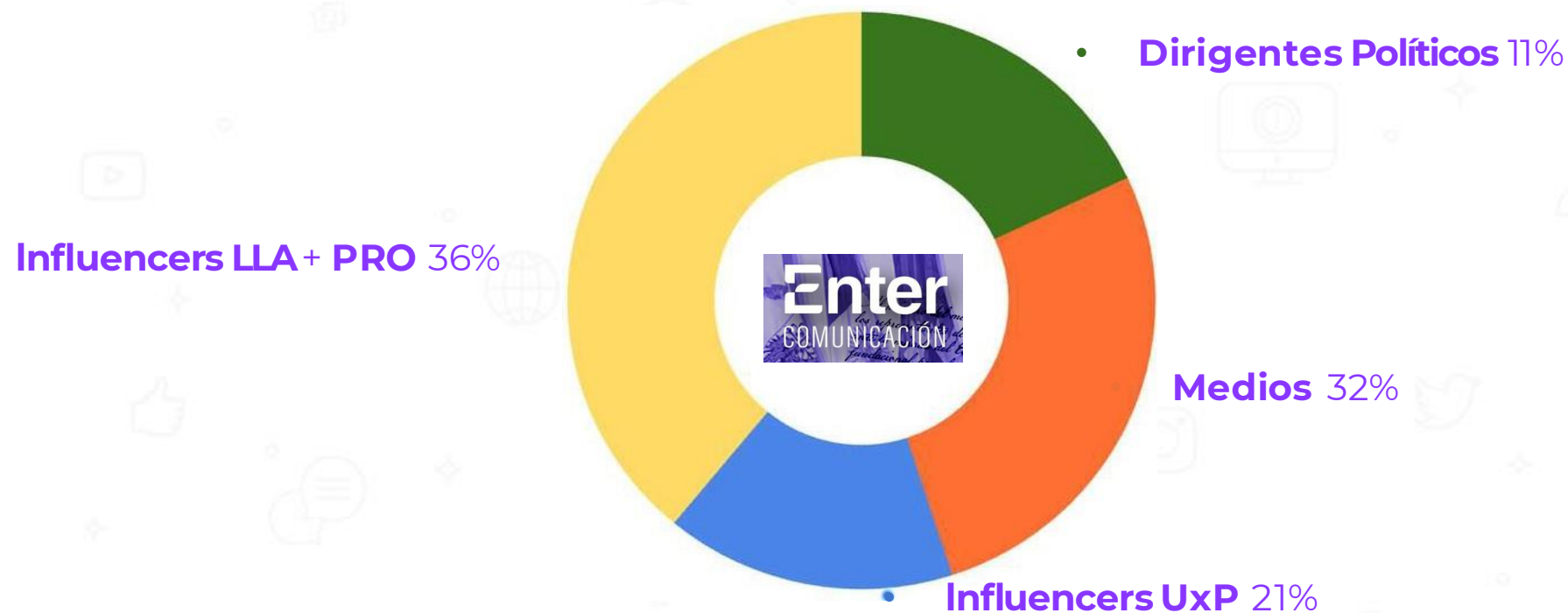
EVALUACION DE IMAGEN DIGITAL

Entender si la conversación que estamos relevando tiene una predominancia de percepción positiva, negativa o neutra, quiénes están liderando esa percepción y qué impacto tiene esto en nuestra estrategia.



* Fuente: Informes públicos Ad-Hoc (mayo 2025)

Protagonistas de la conversación



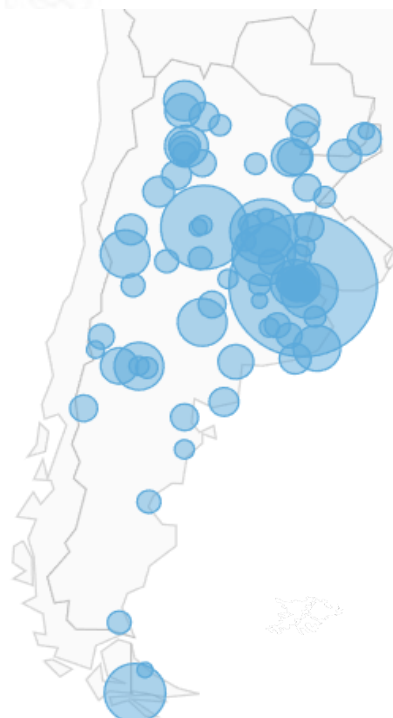
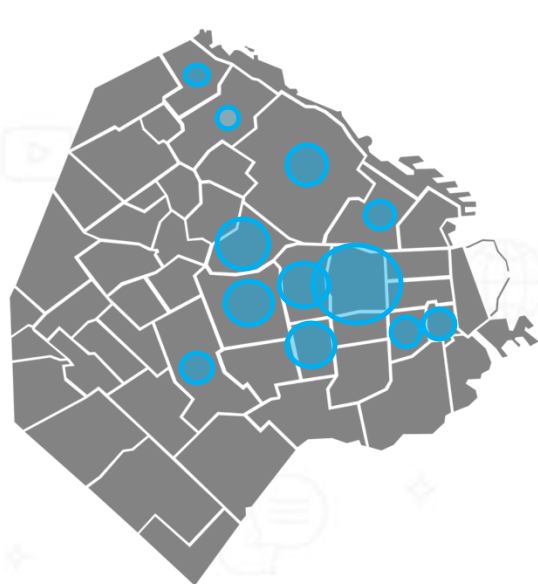
QUIÉNES

¿Qué perfiles están liderando la conversación? Usuarios orgánicos, trolls, bots, cuentas afines u opositoras, todos convivimos en un mismo ecosistema y poder identificar a los líderes es clave para analizar el dinamismo de la conversación digital.

* Fuente: Informes públicos Enter Comunicación (Pacto de Mayo)

Comunicación Digital Electoral

Mapa de conversación



DÓNDE

El mapa de calor nos va a permitir entender en qué punto geográfico local, nacional o internacional se genera la mayor conversación

Ventajas del Social Listening en comunicación política

Comunicación Digital Electoral

Monitoreo de la Opinión Pública

Medir el sentimiento general y la percepción de los temas.

Comunicación Digital Electoral

Detección de temas

Podemos identificar cual es la agenda ciudadana, temas emergentes y adaptar estrategia.

Comunicación Digital Electoral

Identificación de líderes de opinión digital

Entender quiénes lideran la conversación para poder actuar en consecuencia y decidir si es un tema relevante o no para nuestros objetivos.

Comunicación Digital Electoral

Gestión de la reputación digital

Entender cómo cambia la evaluación y el sentimiento hacia nosotros
para tomar decisiones estratégicas de comunicación.

Comunicación Digital Electoral

Control y evaluación estratégica

Evaluar el éxito, visualizar si lo que estamos comunicando se interpreta de manera óptima o si requiere modificaciones.

Comunicación Digital Electoral

Respuesta rápida en contextos de crisis

Detectar de manera rápida las crisis de comunicación y poder tomar decisiones al respecto para mitigar los daños y realizar cierre político y operativo de la crisis.

Desafíos del Social Listening en comunicación política

Comunicación Digital Electoral

Separar información valiosa

Distinguir la información valiosa entre tanto volumen de dato requiere una mirada analítica de política y comunicación.

Comunicación Digital Electoral

Romper cámaras de eco

Cuidar que no estemos pescando dentro de nuestro algoritmo y entender que las opiniones en redes pueden estar sub o sobrerrepresentando a una parte de la población.

Comunicación Digital Electoral

Análisis preciso del sentimiento digital

Interpretar correctamente el tono y los mensajes que se publican en redes, detectando sarcasmo, ironía y contexto.

Comunicación Digital Electoral

Actualización **constante**

Adaptarnos al cambio de algoritmos de cada plataforma nos exige estar al día con las noticias y las actualizaciones.

Comunicación Digital Electoral

Desinformación y fake news

Cuidar que las Fake News y la desinformación no alteren el resultado de la escucha digital o distorsionen la información recolectada.

Comunicación Digital Electoral

Limitaciones tecnológicas

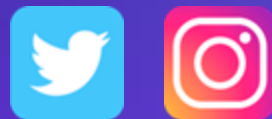
No todas las herramientas de social listening son iguales, algunas pueden tener limitaciones de precisión y profundidad.

Comunicación Digital Electoral

Inmediatez y velocidad

No correr atrás de lo inmediato, sobre todo en redes sociales. Saber cuándo y cómo reaccionar es clave.

¡Gracias!



@merypod