

El Gobierno quiere hacer un "monitoreo" de redes sociales y foros de medios



El Gobierno quiere hacer un «monitoreo» de redes sociales, blogs y comentarios en foros de diarios y portales de noticias y así evaluar el impacto de las medidas oficiales y la opinión de los usuarios en otros temas de interés para la Casa Rosada. La iniciativa quedó plasmada en una licitación hecha por la Secretaría de Comunicación y Prensa, a cargo del vocero presidencial, Juan Pablo Biondi, aunque luego esa licitación no fue autorizada.

El objetivo de la Casa Rosada, según la publicación en el portal Compr.ar, el proceso 503-0003-LPU21 apunta a contratar el servicio de «seguimiento y monitoreo de redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, YouTube, Pinterest, Twitch, Reddit), foros de discusión (Taringa, Reddit, Quora, Blogspot, Medium, blogs en general, etc.); comentarios en portales de noticias y toda otra fuente de contenido y/o plataforma digital que resulte de interés para la Dirección Nacional de Prensa».

¿Qué servicio es el que pretende Biondi? Según se detalla, el proveedor debe realizar un «seguimiento y monitoreo de términos, tópicos de interés y/o temáticas a solicitud» del área de Prensa del Gobierno, así como también posibilitar «búsquedas avanzadas» y «filtros», además de configurar «alertas» sobre los temas que interesen al sector encargado de la Comunicación presidencial.

La licitación se encuentra «preadjudicada» y, de acuerdo a la información disponible, hubo tres ofertas, pero la única confirmada fue de la firma Catapulta Digital SRL.

PULGAR PARA ABAJO

La empresa fue inscripta en el Boletín Oficial hace tan sólo siete meses, en noviembre de 2020: fue fundada por Federico Iván Salcedo, de 36 años y quien ocupó el cargo de director provincial de Promoción a la Comunicación Audiovisual durante la gestión de Daniel Scioli como gobernador bonaerense; y un joven pampeano de 21 años llamado Tomás Simón Tanos, que se anotó como monotributista en enero de este año.

Para hacer ese relevamiento sobre las publicaciones de los usuarios en redes sociales, blogs y foros de portales de noticias, Catapulta Digital cotizó 21,6 millones de pesos. De todos modos, un dictamen le bajó el pulgar a la oferta: «Se rechaza atento a que de acuerdo al informe descriptivo requerido, no se demuestra la capacidad técnica suficiente para desarrollar los informes del requerimiento del servicio. Además no se incluyen los foros de discusión como, Reddit, Quora, Blogspot, Medium».