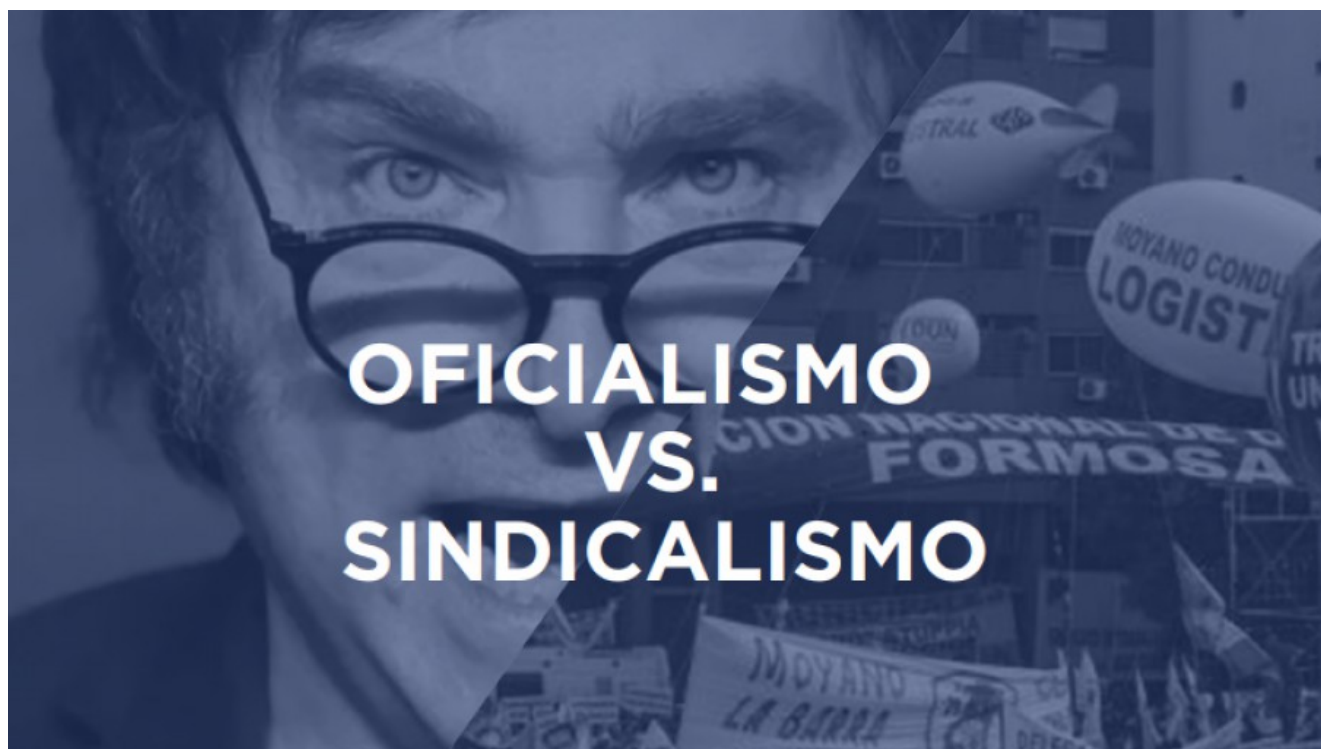


# Qué impacto tuvo en las redes sociales el paro contra el DNU y Ley Ómnibus de Milei

01/02/2024



La era digital, que hace 40 años llegó con Internet, ha ido progresivamente infiltrándose en la vida cotidiana de las personas. “Un montón de cuestiones, antes expresadas en la calle, terminamos expresándolas a través de las redes sociales”, comentó a Diario San Rafael y FM Vos 94.5 Nicolás González Perejamo, quien se desempeña como titular de la consultora Demokratía. El fenómeno consolidado en la última década, especialmente en los últimos tres a cinco años, reveló que los comportamientos humanos se anticipan en el mundo digital. La mencionada consultora realiza un análisis cuantitativo de datos de consumo digital, menciones, publicaciones, reacciones, titulares de diarios y contenido de noticias para interpretar eventos relevantes, como la reciente medida de fuerza. Este paro, el más rápido en la historia desde 1983, fue dirigido por la CGT y dirigido a Javier Milei

por su DNU y la Ley Ómnibus. "Milei ha sido el destinatario de un paro general atípico y raquítico. ¿Fue acaso que las organizaciones gremiales perdieron músculo o ejercicio durante los últimos cuatro años del gobierno de Alberto Fernández?", cuestionó González Perejamo. "La pérdida de legitimidad del sindicalismo se manifiesta en la falta de representación de los trabajadores, quienes, al ver a líderes sindicales millonarios, con custodia y alejados de sus realidades, no se sienten representados", agregó. "No creemos que ese 75% de la gente que replicó a Milei o ese 90% que buscó el paro para saber cómo ir a trabajar signifique un respaldo al gobierno actual", afirmó González Perejamo. El informe destacó la relevancia de la vida digital en eventos como el paro, donde la mayoría de las búsquedas estuvo vinculada a temas prácticos como el transporte público. Además, el 75% de las menciones se dirigieron a funcionarios del gobierno nacional, pero las interacciones negativas hacia el sindicalismo y la oposición fueron del 25%. La indiferencia en las redes sociales se convierte en un elemento clave, según González Perejamo. A pesar de la pregunta sobre el odio en X (ex Twitter), el análisis revela que la indiferencia domina en Facebook, Instagram y X. La falta de interés implica la inexistencia para ciertos puntos de vista. En cuanto a la estrategia de comunicación en redes sociales, se observó un cambio en el comportamiento digital de referentes políticos. Milei, ahora como presidente, adoptó una estrategia de retuiteo serial, desvinculando sus contenidos de temas institucionales y acercándose más a cuestiones cotidianas para atraer mayor interés. El informe concluye destacando las estrategias de comunicación de referentes políticos como Bullrich y Grabois, y resalta la debilidad del sindicalismo ante la alternativa de Milei. La sociedad, según González Perejamo, sigue mostrando angustia, pero la percepción de que la alternativa es volver al pasado impide un respaldo masivo a las acciones sindicales. Facundo Moyano, con sus declaraciones asumiendo parte de la culpa de la situación actual, se destacó en el espacio digital sindical, generando mayor cantidad de reproducciones y memes.

Sin embargo, las reacciones hacia su hermano Pablo reflejaron la polarización, con comentarios de odio sobre este último, en referencia a sus declaraciones contra el Ministro Luis Caputo.