

Data to Decide | Radiografía digital - Análisis del termómetro social luego de la primera conferencia de prensa del jefe de gabinete Manuel Adorni luego de que se revelen sus viajes a Punta del Este y el uso de recursos del Estado para llevar a su Esposa a Nueva York.

La conferencia más difícil

El miércoles 25 de marzo, Manuel Adorni encabezó una de las conferencias de prensa más tensas de su gestión como vocero presidencial. El encuentro estuvo marcado por la presión mediática en torno a las recientes polémicas por sus viajes a Punta del Este y Nueva York, este último realizado junto a su esposa, lo cual despertó fuertes cuestionamientos sobre el uso de recursos públicos y la coherencia con el discurso oficial de austeridad.

La respuesta del funcionario generó una repercusión masiva en ecosistemas digitales, alcanzando más de 129.000 menciones y un impacto potencial de 10 millones de cuentas. Mientras un sector de la militancia libertaria celebró su firmeza y la confrontación con los periodistas presentes, una parte significativa de la audiencia y del arco mediático criticó su actitud, calificándola de evasiva y soberbia frente a los pedidos de transparencia sobre su agenda privada y oficial.

Menciones y alcance

Volumen histórico: desde el inicio de la polémica (10 de marzo), se han registrado **1.440.000 menciones** asociadas al nombre del vocero. (Gráfico 1.)

Promedio diario: la conversación sostiene una media de **88.000 menciones por jornada**, lo que indica un interés persistente y de alto impacto.

Impacto de la conferencia: el 25 de marzo se posicionó como el **quinto día con mayor volumen** de actividad desde que comenzó el conflicto, registrando un total de **129.288 menciones**.

Reactivación del tema: tras un fin de semana de relativa calma donde la intensidad bajó a 39.856 menciones, la conferencia de prensa provocó un **crecimiento del 224%** en el volumen de la conversación, rompiendo la tendencia de enfriamiento del tema.

Entre el blindaje libertario y el cuestionamiento opositor

El clima de la conversación tras la conferencia del 25 de marzo se define por un rechazo mayoritario que no solo cuestiona el gasto, sino la **calidad institucional** de la respuesta del vocero. (Gráfico 2.)

Negativo (59%): La negativa de Adorni a explicar sus gastos bajo el argumento de la "vida privada" y el uso de su "propio dinero" generó un fuerte efecto de rebote. La audiencia interpretó esta postura como una evasión. **El sentimiento predominante fue de indignación, catalogando la actitud de "soberbia" y remarcando una grieta de credibilidad frente al discurso oficial de ajuste a la política.**

Positivo (31%): El núcleo duro libertario celebró frases como *"A la gente no le importa dónde paso mis vacaciones"*, interpretándolas como un nuevo límite al tan denostado (por parte de la tropa mileísta) periodismo. Términos como **"domada"** y **"maestro"**, validando el tono confrontativo de Adorni como un activo político de autoridad frente a la prensa, **fueron de los más resonantes entre la militancia.**

Neutral (10%): Segmento puramente informativo que se limitó a la difusión de los "clips" más calientes de la jornada. Se centró en la transcripción de los cruces con cronistas sobre los viajes a Nueva York y Punta del Este, sirviendo como base para que los otros sectores alimenten la discusión en redes.

Tendencias en X

Durante el transcurso de la conferencia, y con el correr de los minutos posteriores, diferentes keywords relacionadas a la figura del jefe de Gabinete impactaron en el ranking de las principales tendencias de Argentina de la red X. Aunque la mayoría de ellas fueron desplazadas en sólo unas horas, **"Adorni" mantiene un lugar central en la conversación.** (Gráfico 3.)

Entre las palabras relacionadas, **"Soberbio" es la que más resalta, siendo el calificativo con el que tanto el periodismo y parte de la audiencia digital han optado para definir negativamente a MA** luego de observar la postura que adoptó durante la conferencia: Alimenta el rechazo al considerar que era un momento de dar explicaciones claras. También genera críticas y desilusión en "los propios" por situar al Gobierno en el ojo de la tormenta y provocar la posibilidad del retorno del kirchnerismo.

1. **"Adorni":** Top 1 máximo puesto alcanzado (actual top 3) y 22 horas consecutivas de vigencia en el ranking.

2. **"Gabinete"**: Top 8 máximo puesto alcanzado (actualmente fuera del top) y 4 horas consecutivas de vigencia en el ranking.
3. **"Soberbio"**: Top 9 máximo puesto alcanzado (actualmente fuera del top) y 5 horas consecutivas de vigencia en el ranking.
4. **"Punta del Este"**: Top 11 máximo puesto alcanzado (actualmente fuera del top) y 4 horas consecutivas de vigencia en el ranking.

María Eugenia Viral

Probablemente, **la dirigente que mejor supo capitalizar la debilidad de MA haya sido María Eugenia Vidal**. Ajustándose a la lógica de las redes, Vidal utilizó un meme popular para evidenciar las contradicciones del exvocero presidencial: **contrastó su antigua exigencia de transparencia sobre la vida privada de los políticos con su actual falta de respuestas** ante las sospechas de enriquecimiento ilícito, dádivas y patrimonio no declarado.

Con sólo una imagen y sin "teclear" ninguna letra, el posteo original de la exgobernadora de la Provincia de Buenos Aires alcanzó **+1,2 millones de visualizaciones y recibió +48 mil likes** de parte de los usuarios. (Gráfico 4.)

Anexo

Gráfico 1.

Evolución de la conversación

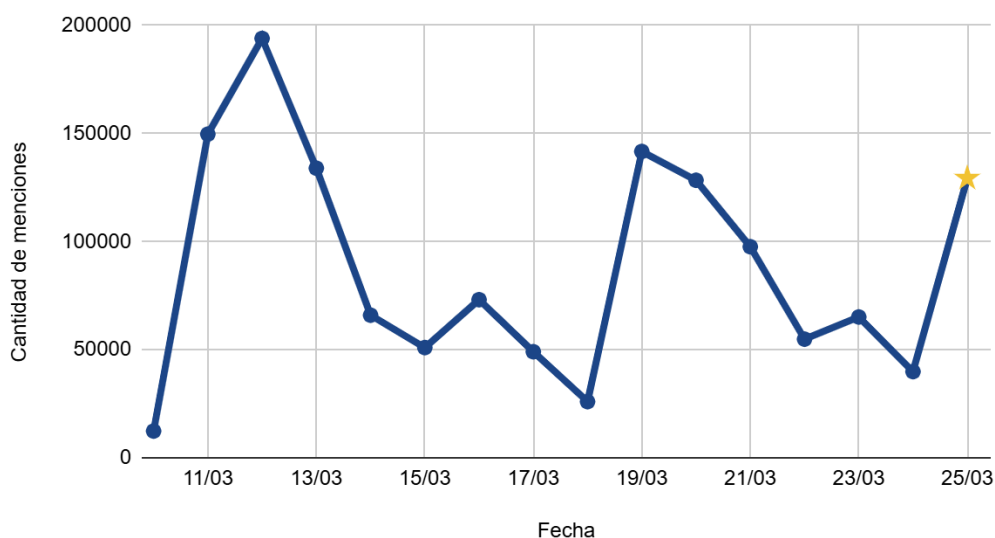


Gráfico 2.

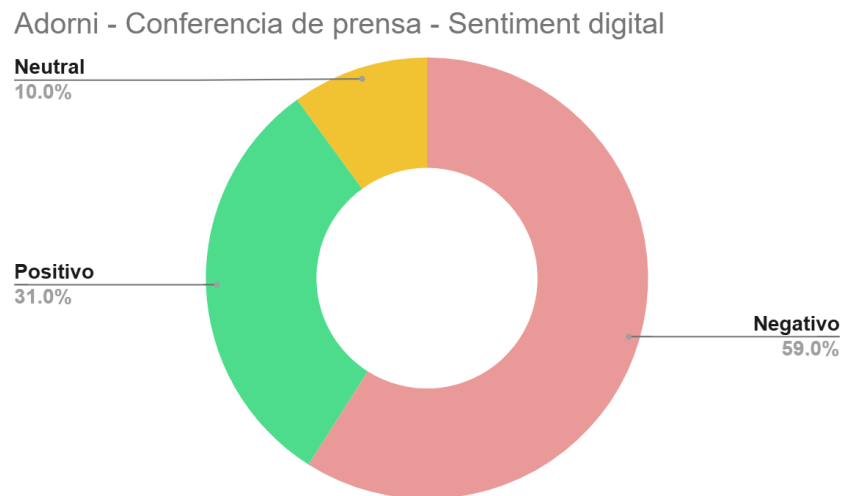


Gráfico 3.



Gráfico 4.



Ficha Técnica:

- **Método:** análisis de tendencias de Google Trends, tráfico web y social listening mediante códigos booleanos.
- **Objetivo:** identificar intereses relevantes, contabilizar sus repeticiones y captar el sentimiento digital.
- **Periodo de análisis:** 10 al 25 de marzo de 2026.