

RANKING: **Políticos tucumanos en** **redes sociales.**

TUCUMÁN. MARZO 2020

INFORMACIÓN GENERAL



Ranking de políticos en redes, es un informe de MERAKI Consultora Política, que tiene el propósito de evaluar el desempeño de los políticos de la provincia de Tucumán:

- Esta investigación implicó la AUDITORIA de más de 150 referentes políticos de Tucumán y sus respectivas cuentas de redes sociales.
- Se analizaron las RRSS (solo mes de febrero) para conocer las fortalezas y debilidades, el uso como canal, la efectividad y alcance para conectar y comunicar las acciones políticas de cada uno de ellos.
- Las principales variables de análisis fueron:
 - Seguidores de cada red
 - Audiencia total
 - Alcance de cada red
 - Engagement

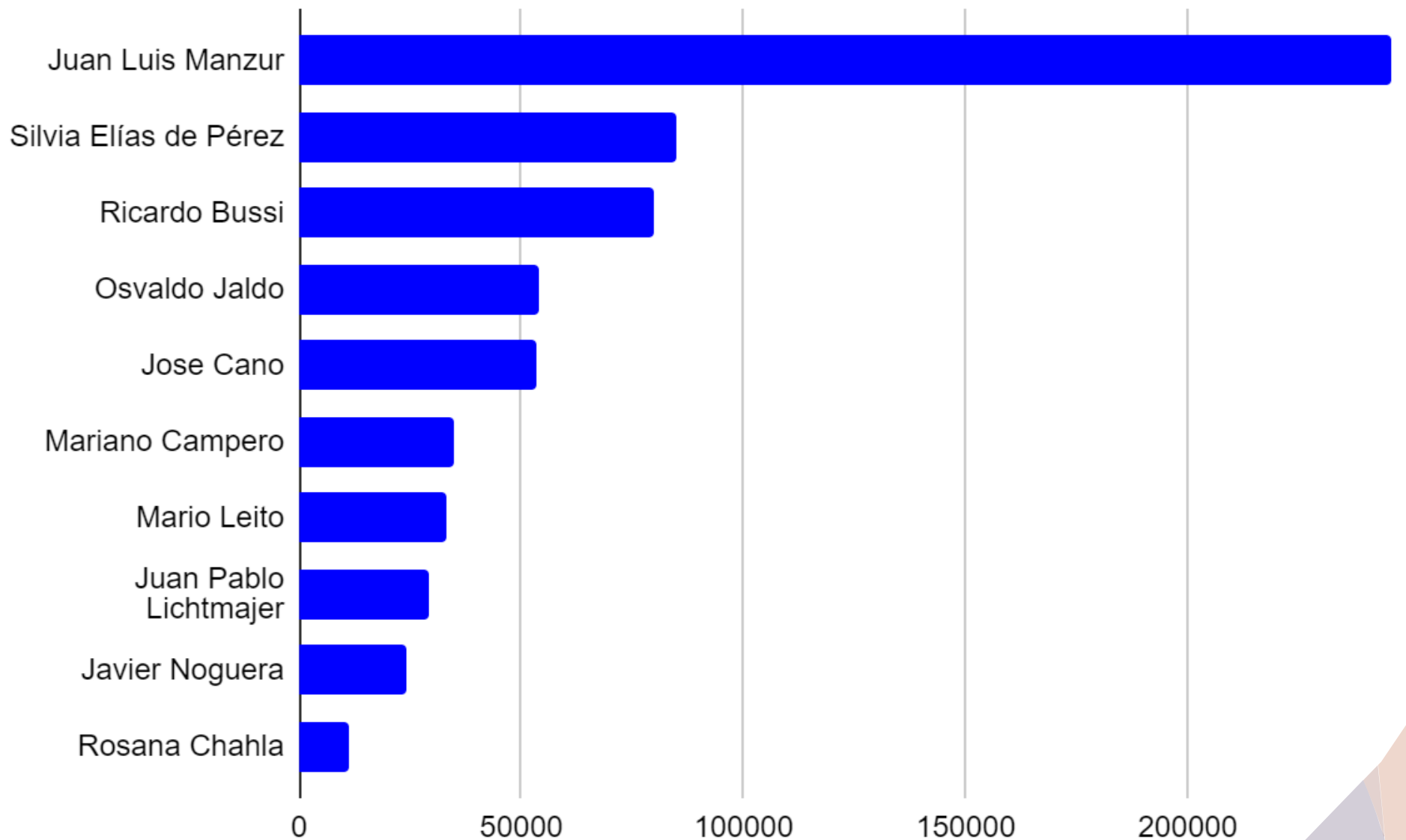
Resultados por variable de análisis

Top 10



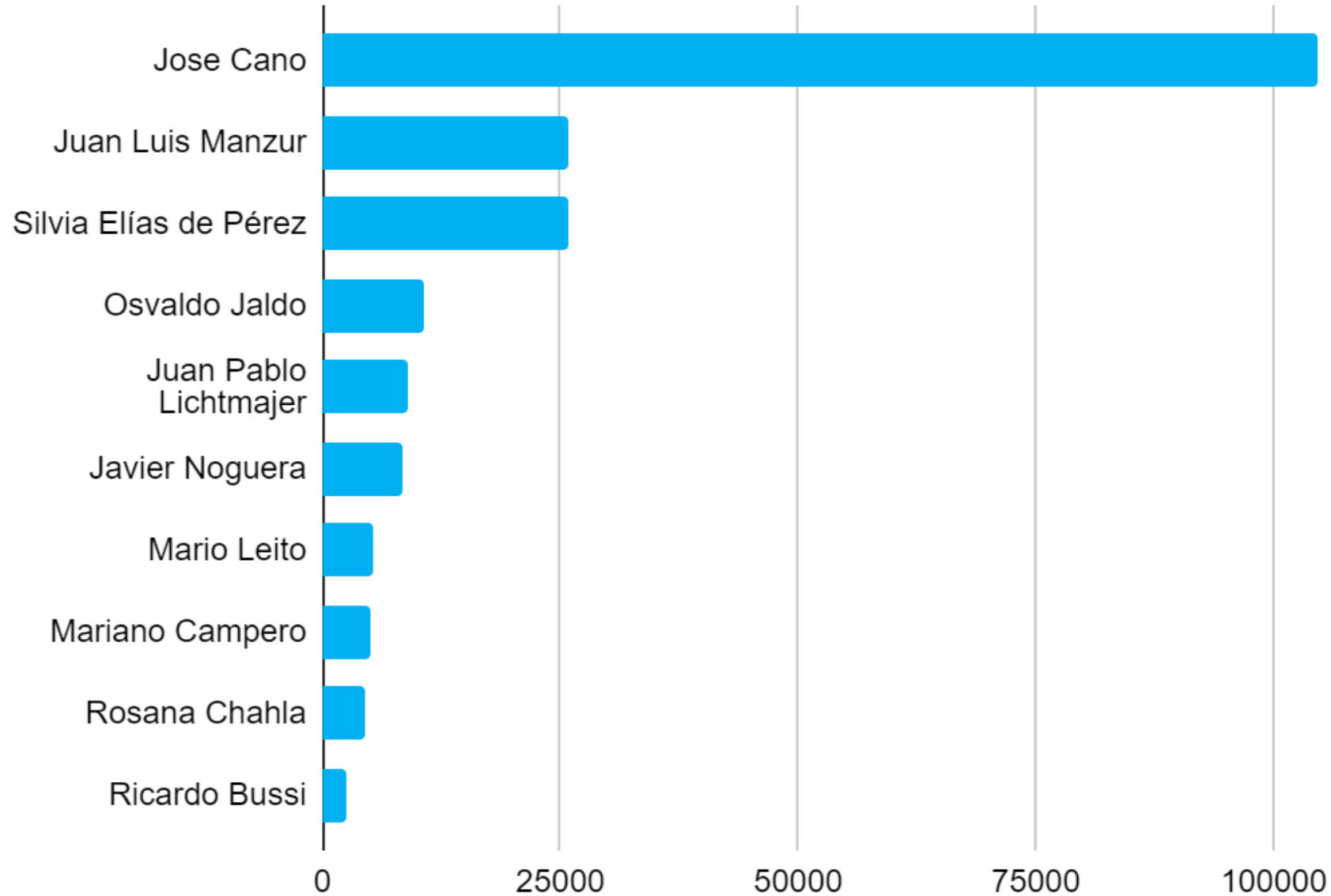


Cantidad de seguidores



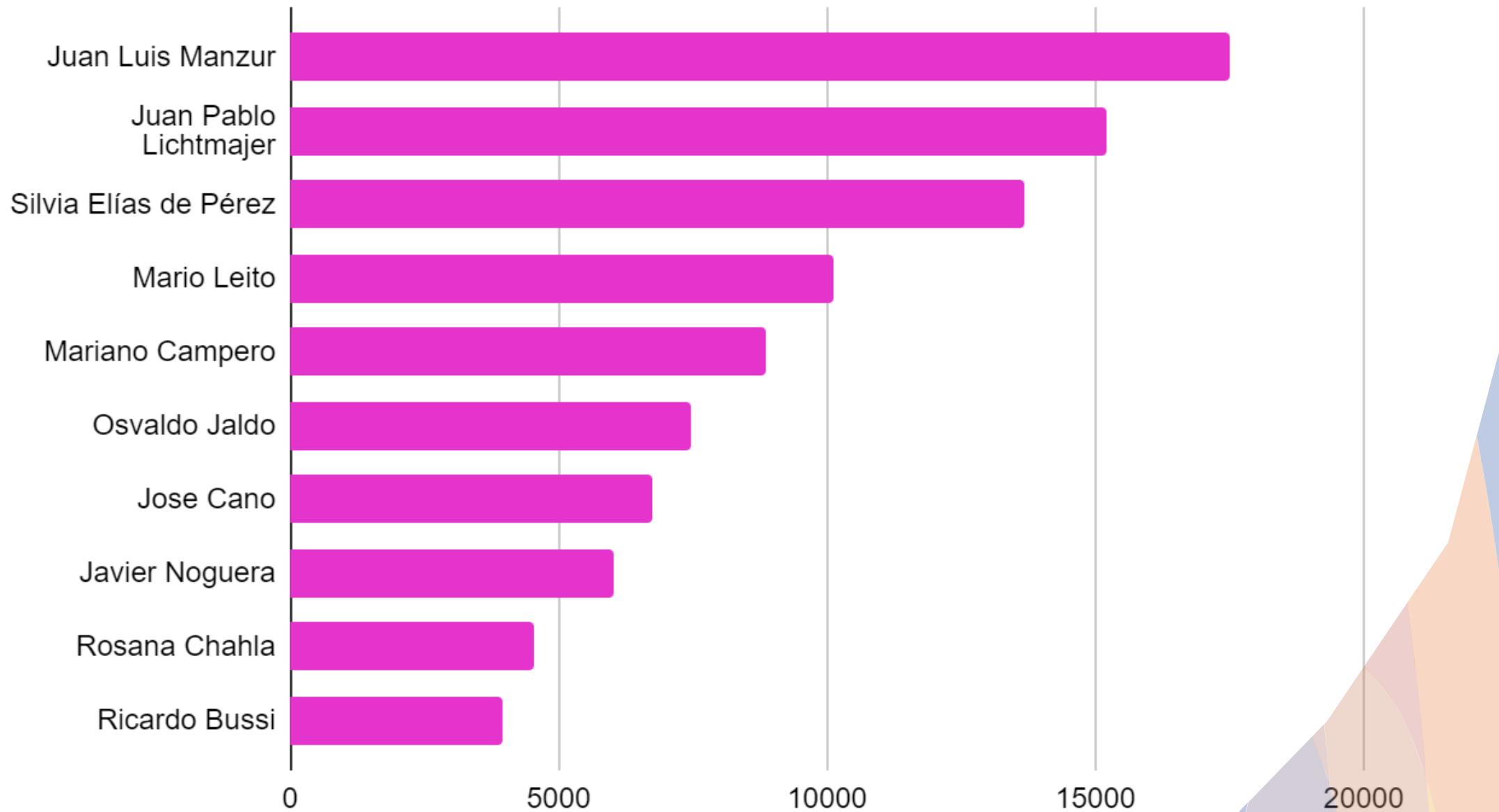


Cantidad de seguidores

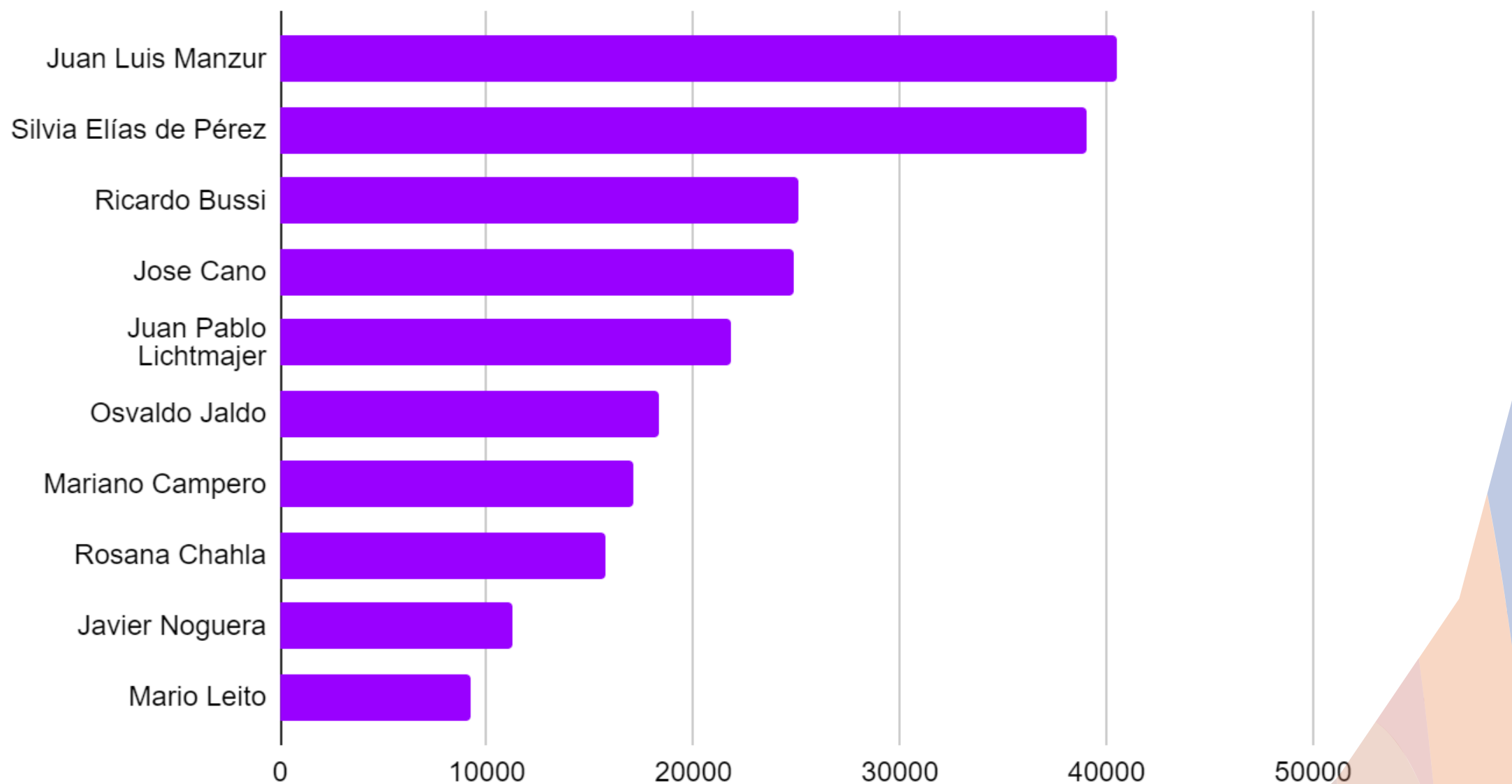




Cantidad de seguidores



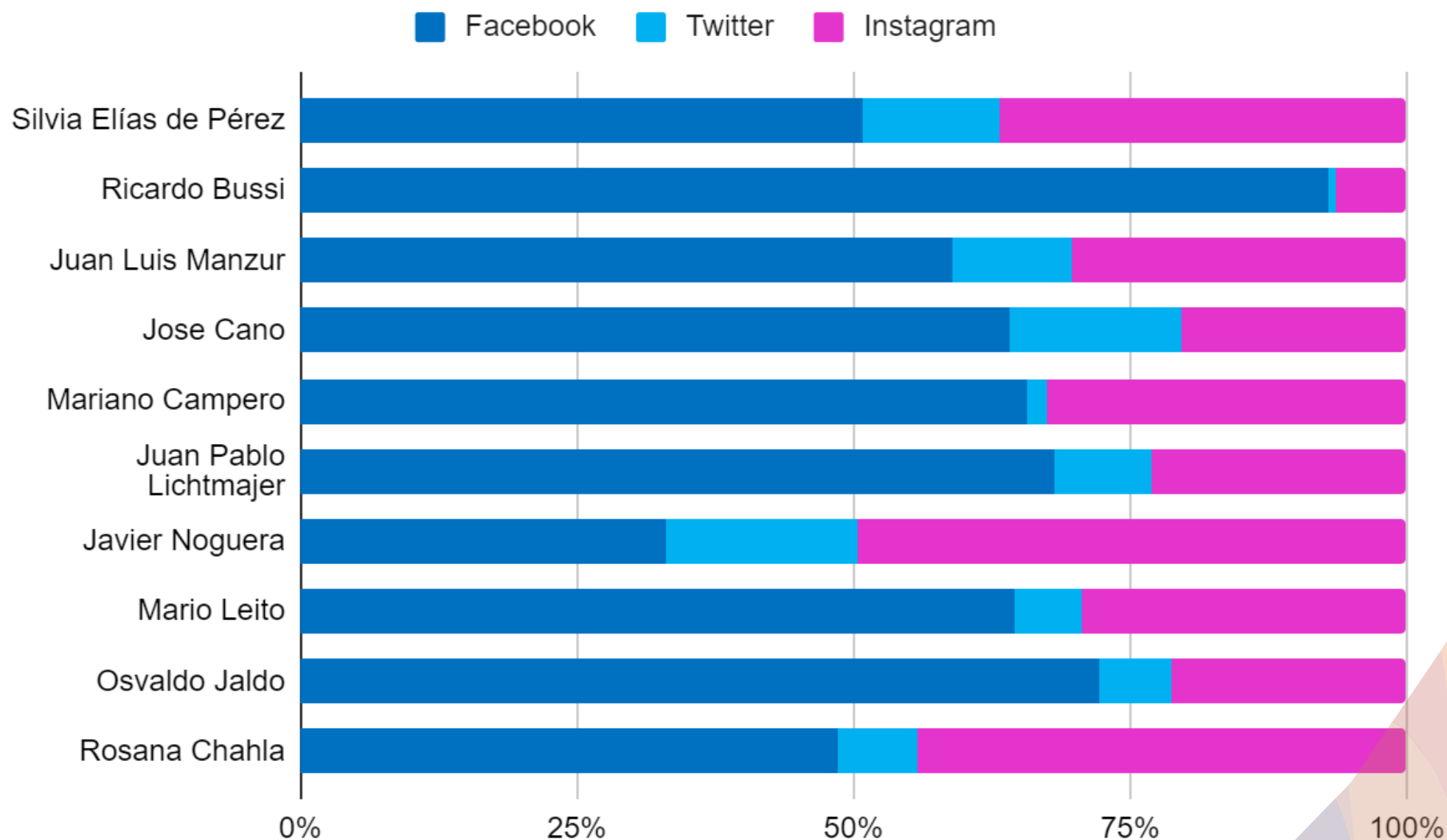
Alcance total de RRSS



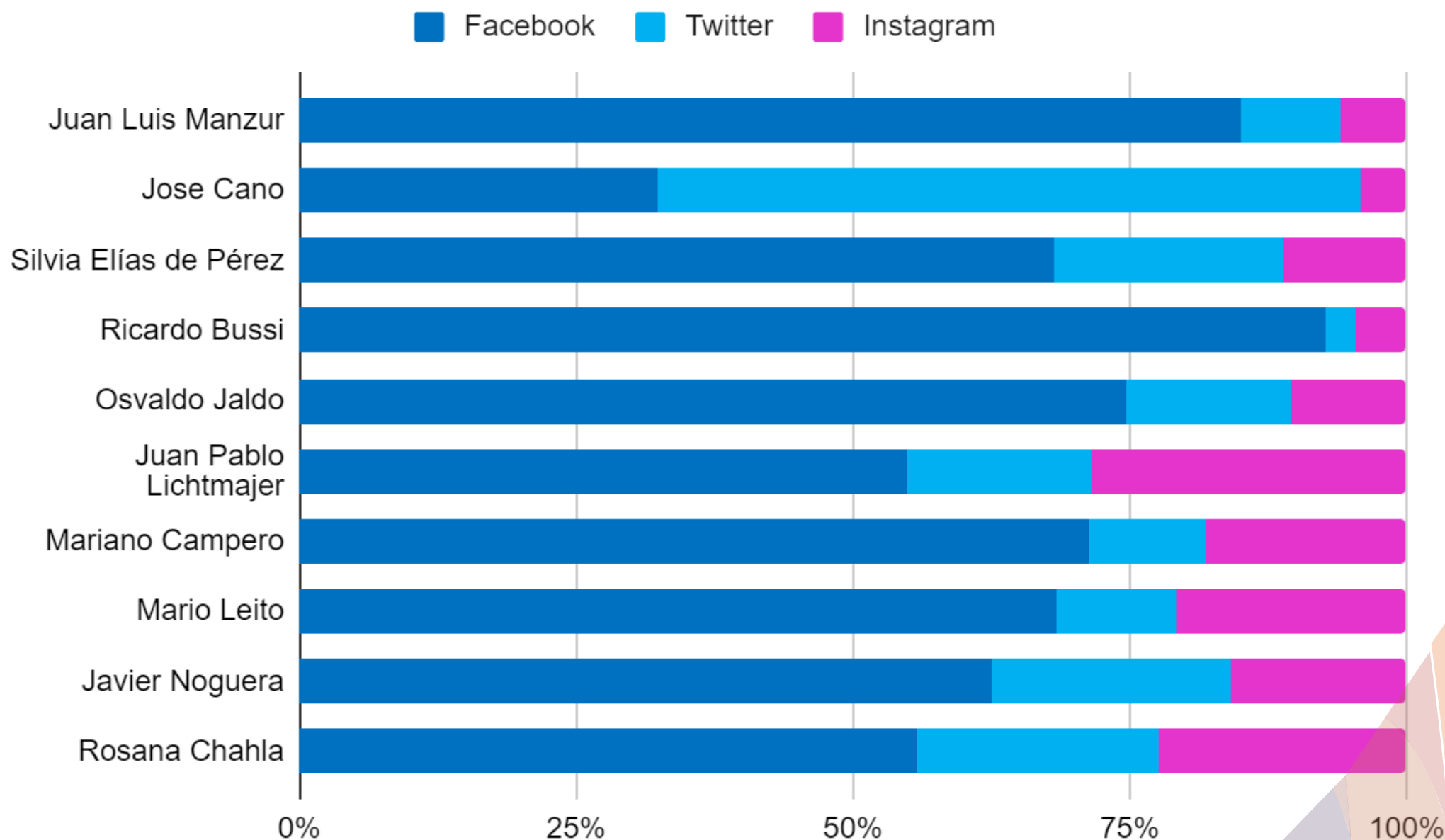
Sumatoria global de: mg, compartidos, comentarios



Engagement global de RRSS



Audiencia total en RRSS



RESULTADO GLOBAL

Top 10 del Ranking

FEBRERO 2020





Juan Luis Manzur



El gobernador Juan Luis Manzur sigue manteniendo su primer lugar en nuestro Ranking de redes para el mes de Marzo.

La cuenta en la que se destaca es **Facebook** en donde **tiene un engagement mucho más alto** que en sus otras redes sociales. Tomando el número de interacciones y seguidores les siguen Instagram y Twitter.

Por otro lado, si tenemos en cuenta, el contexto que nos acompaña y la importancia - o necesidad- de mantener una comunicación directa con toda la ciudadanía tucumana, **es lógico, decantarse por el uso mayoritario en Facebook** donde existe una comunidad más grande e incluso es una red social transversal para comunicarse con todas las generaciones, ya que **la manejan tanto chicos, grandes y adultos mayores.**



JUAN MANZUR



Comunidad
245.902

Alcance
25.727

Engagment
585



Juan Luis Manzur



Comunicación Política en tiempos de Coronavirus

En la cuenta personales del gobernador tenemos **muchos ítems a destacar**. Lo primero es la diferencia en los contenidos compartidos de forma cronológica. **Los primeros días de marzo** su comunicación seguía alternando entre gestión y algunas decisiones enfocadas en Prevención.

Luego del anuncio del gobierno nacional de la cuarentena obligatoria en las redes se comienza a hablar del peligro real del Coronavirus y de las medidas que se irían tomando en adelante para prevenir y articular los diferentes espacio para preparar la provincia.

Dentro de las primeras semanas de marzo muchas de las publicaciones van relacionadas a reuniones en oficinas o casa de gobierno. **Sin embargo, a partir del 20 de marzo, cambia totalmente el estilo de comunicación que se había mostrado**. Desde esa fecha la mayoría de las publicaciones serán del gobernador en la calle, **acompañando a la ministra de salud**, en hospitales de toda la provincia, laboratorios y centros de atención. Su número de publicaciones se incrementara fuertemente a diferencia del inicio de mes.

Consideramos que al final, **el gobernador ha tomado un rol activo en su comunicación**, demostrando presencia y buscando construir un liderazgo más cercano y fuerte frente a la crisis sanitaria que enfrenta la provincia.



En cuanto a sus redes sociales, podemos asegurar que sigue firme en **Facebook**, su canal predilecto en donde lleva adelante una comunicación directa y abierta con sus seguidores

Hasta mediados de mes en su redes se compartieron actividades relacionadas a su desempeño político, fotos con sus hijos e información sobre la prevención del Dengue.



Silvia Elias de Perez

Comunidad

84,818

Alcance
26,607

Engagment

605





Silvia Elías de Pérez



Comunicación Política en tiempos de Coronavirus

Entendiendo el ambiente, en el cual toda la comunicación ronda alrededor de coronavirus ella tomó un tema específico, **los trabajadores golondrinas y lo convirtió en su tema.**

Quizás sea una estrategia un poco arriesgada pero de esta forma demuestra cómo toma un papel preponderante **frente a la búsqueda de soluciones** a uno de los daños colaterales del coronavirus en Tucumán.

Por otro lado, sigue con un tono bastante auténtico. Constantemente comparte información sobre la importancia de quedarse en casa, sube videos emotivos de la pandemia, mensajes motivadoras, y, algo destacable, comparte links y cuentas oficiales de información constatada del avance del Coronavirus para controlar la desinformación.

En contraste, a este rol más cercano, la senadora ha incluido algunos reclamos hacia el gobernador, demandas y la necesidad de modificaciones en algunos temas.

En este caso, suponemos que **aún persiste su rasgo de opositora por encima de otros que deberían fortalecerse en este momento.** A pesar de esto, tiene una presencia más cercana. Desde el confinamiento se ha dedicado a publicar videos de ella en su casa **para hablar directamente con sus seguidores.**



Jose Manuel Cano



En el **tercer puesto** del Ranking de redes nos encontramos con José Cano, que ha vuelto a descender.

La red social en la cual **se destaca en cuanto a seguidores, alcance y engagement es Facebook.**

Si bien, se encuentra en el tercer puesto, se destaca en este análisis que el tono y código que maneja José cano **no es el indicado para Facebook sino para otra red social como Twitter.**



José Cano



Comunidad

53.418

Alcance

13.122

Engagment

625



Jose Manuel Cano



Comunicación Política en tiempos de Coronavirus

En el caso de José Cano, consideramos que **es importante reflexionar de cómo el confinamiento también ha llevado a que algunos políticos –como José Cano– se animen a implementar herramientas y facilidades de la comunicación digital que siempre estuvieron pero no eran explorados por los políticos tucumanos.**

En análisis anteriores destacamos en la comunicación de Cano: un rol opositor, muy estructurado en donde su vinculación con la ciudadanía se basaba en proyectos, ideas y gestiones.

Sin embargo, **ahora podemos asegurar que estos conceptos no se han alejado demasiado pero ahora los transmite de otra forma.** Se puede observar desde fotos de reuniones en videoconferencia, videos en casas, hasta su acostumbrada práctica de subir imágenes de proyectos presentados.



4^c

En sus redes sociales, **Facebook** sigue siendo la que más se destaca en cuanto a contenidos e interacción con sus seguidores.

En el caso del ministro de educación **es sumamente interesante ver cómo adapta su comunicación a la actual situación.** Modificó su estilo y contenidos al compartir más videos e información sobre cómo funciona el programa de **Conectate con la Escuela.**



@juan.lichtmajer

Comunidad

29,353

Alcance

13.620

Engagement

486





Juan Pablo Lichtmajer

4°

Comunicación Política en tiempos de Coronavirus

El tono que maneja **no es de alarmismo, ni de crisis aún**. A pesar, de ser un tono que están manejando otros referentes políticos.

Cabe destacar, que se suben bastante contenidos como videos interactivos sobre cómo llevar a cabo las clases virtuales o formas de cuidarse.

Por otro lado, **es importante denotar en general la adaptación** de la clase política a las nuevas configuraciones de interrelacionarse con sus comunidades digitales, y principalmente, en este caso con sus profesionales y equipo de trabajo.



Osvaldo Jaldo

5°

El **quinto lugar** de nuestro ranking se mantiene con el **vicegobernador Osvaldo Jaldo**.

En el caso de Jaldo -como sucedió con los primeros cinco- la cuenta con mayor engagement de las tres redes sociales fue **Facebook**.

Nos llama un poco la atención en base a los datos analizados **que haya reducido su actividad en Instagram** que venia creciendo los últimos meses, y sobre todo, **la caída que se registró en la actividad de la cuenta de Twitter del vice gobernador**.



Osvaldo Jaldo



Comunidad

53.742

Alcance

13.582

Engagment

348



Osvaldo Jaldo

5°

Comunicación Política en tiempos de Coronavirus

En el caso de Osvaldo Jaldo pudimos ver que se encuentra publicando en **Facebook de forma continua contenidos audiovisuales sobre el Coronavirus** y la forma de cuidarse. De la misma forma que utiliza algunos videos con pequeños fragmentos de su intervención como máximo representante de la legislatura.

Entendemos que es necesario informar pero también consideramos que **hace falta un poco de autenticidad en su comunicación**. Se debería vincular más con sus seguidores, dar una opinión desde lo personal, empatizar y expresarse sobre la situación que todos están atravesando.

Normalmente, Jaldo demostraba mucha cierto parecido con las publicaciones y actividades en común que tenían con Manzur. Sin embargo, **esta vez no se observó el mismo cambio en los mensajes, tono y rol asumido en su comunicación personal como se percibió en el gobernador**.





En **sexto lugar** nos encontramos con el Intendente Mariano Campero quien sigue escalando posiciones en nuestro ranking de redes.

Si bien este mes su red social de mayor engagement ha sido **Facebook**, se debe destacar que su cuenta de Instagram también tuvo una fuerte presencia y fue la segunda con mayor interacción durante el mes de marzo.

COMPOL en tiempos de Coronavirus:

Analizando en profundidad las redes del intendente Campero **podemos destacar una comunicación muy fuerte, personal y directa.** Desde el principio fue este el canal de comunicación elegido para comunicarse con los ciudadanos de Yerba buena.

De la misma forma, que utilizó sus redes con breves videos para publicar iniciativas del municipio, demandar ciertas medidas al gobierno provincial y mantener informados a los ciudadanos. **Su comunicación fue directa, cercana y asumió un rol muy activo en todo momento.**



Comunidad	34.813
Alcance	10.172
Engagment	509





Javier Noguera

7°

En el **séptimo lugar** de nuestro Ranking de redes nos encontramos con el Intendente de Tafí Viejo, Javier Noguera, quien también subió un puesto. En este mes, la red social en la que se destacó fue **Instagram**.

Se percibe como **poco a poco retoma su actividad en esta red social**. Desde el inicio de 2020, recién ahora se observa nuevamente una constancia de publicaciones en Instagram.

COMPOL en tiempos de Coronavirus:

Un detalle destacable de Facebook es como **gran parte de sus publicaciones** se encuentran vinculadas a la página oficial de la municipalidad de Tafí viejo. De esta forma vincula información oficial con su redes sociales.

Por otro lado, dentro de la información publicada sobre prevención y cuidados recomendados frente al virus Covid-19 **se destacan algunas publicaciones originales**, por ejemplo, como armar una huerta durante la cuarentena.



@JavierNoguera



Comunidad

6.022

Alcance

286

Engagment

286



Mario Leito

8°

En **octavo lugar** se encuentra el diputado nacional **Mario Leito** quien el mes anterior figuraba en el puesto cuarto. La cuenta en la que se destaca sigue siendo **Facebook**.

En el caso de diputado se observa que mantiene una comunicación **bastante personal**. **Sus mensajes buscan llegar directamente a sus seguidores**. Además comparte algunas fotos de él junto a su familia en reiteradas ocasiones.

COMPOL en tiempos de Coronavirus:

Por otro lado, dentro de las publicaciones que realizó en cuanto a las medidas que se han aplicado para la prevención del avance del virus, **se pudo constatar que Mario Leito, asume en sus redes muchas veces nuevamente su rol institucional** del Club Atlético Tucumán.

Sus publicaciones se encuentran continuamente **entre las medidas tomadas por el club, y las decisiones que acompañan su trabajo como diputado nacional**.



Mario Leito



Comunidad

32.998

Alcance

7.081

Engagment

337



Rossana Chahla

9°

En **noveno lugar** se encuentra por primera vez la Ministra de salud **Rossana Chahla**. La cuenta en la que se destaca es **Facebook**.

En las cuentas de la Ministra se puede destacar que el formato de sus mensajes y el código con que utiliza es bastante formal e informativo. Además, **se percibe en algunas publicación mucho tecnicismo a la hora de informar y compartir sus actividades.**

COMPOL en tiempos de Coronavirus:

Teniendo en cuenta que la ministra de Salud es una de las políticas que mayor preponderancia y atención han tenido, se observa que en sus redes se ha mantenido la misma forma de comunicarse que utilizaba previamente. **Lo que se modificó fue el caudal de información y contenidos que se comparten.**

Los temas constantemente hacen referencias a diferentes acciones que se implementan para llevar adelante la organización y de la sanidad provincial. **Por otro lado, en sus publicaciones se aprecia un rol muy activo acompañada de gobernador Manzur.**



Rossana Chahla



Comunidad

11.226

Alcance

7.378

Engagment

217



10°

Las redes sociales del Legislador han tenido un fuerte tráfico durante estas semanas e incluso un alto nivel de interacción.

En las redes del Legislador se pudo apreciar que la gran mayoría de sus publicaciones de las últimas semanas han estado vinculadas **a su examen positivo de Covid-19**, sacando a relucir las reacciones y acusaciones surgidas a partir de ese episodio.

Se puede destacar que de esta forma, en sus redes el **Coronavirus** ha sido **tratado y comunicado desde una perspectiva muy personal**.



13.266

4.790

1.597





Directora Ejecutiva
Mg. Alexandra Morales



+54 381 4131774



info@merakicp.com



www.merakicp.com