

Somos **Tres Discursos, Bienteveo Comunicación y Gisselle Costa**. Nos asociamos para brindar servicios de consultoría en comunicación política, a través de herramientas de investigación social y el diseño de estrategias desde diversas áreas, como la ciencia política, la comunicación social y el periodismo. Trabajamos en las provincias de Misiones, Corrientes, Chaco y Formosa (Argentina) y también en Paraguay.

Por qué usamos social listening

Las redes sociales, como los mercados, están compuestas de millones de burbujas generadas por cada uno de los usuarios que las habitan. Allí, con un mayor o menor grado de anonimato, se intercambian ideas y comentarios sobre mascotas, viajes, experiencias, economía, política y todo otro tema que encienda el debate. Así, la escucha social se convirtió en una herramienta fundamental para analizar tópicos específicos en entornos digitales.

Comprender la herramienta, disponer de la tecnología y analizar con criterio los datos obtenidos son parte de la tarea de la Consultoría en Comunicación. Ponemos a disposición un informe que brinda una muestra de los posibles alcances de la escucha social o *social listening*.

[@tresdiscursos](#)

[@bienteveocomunicacion](#)

[@gisselle.costa](#)

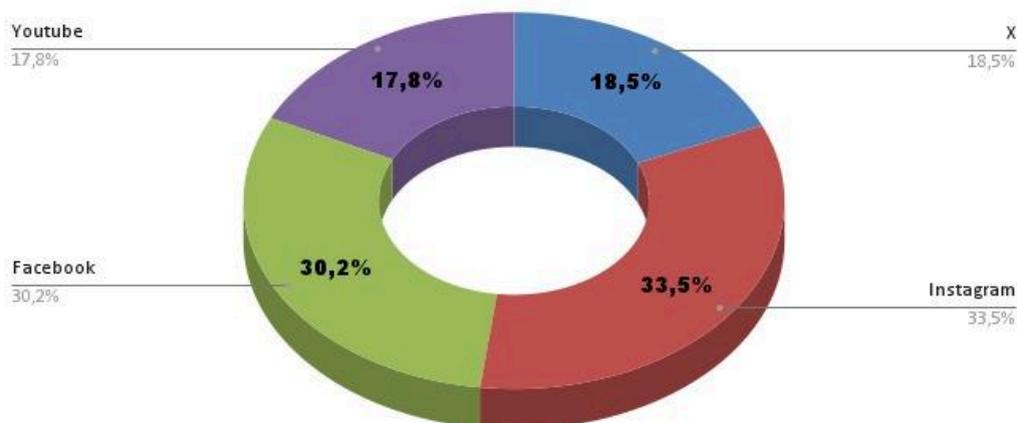
INFORME DE ESCUCHA SOCIAL

ECONOMÍA Y REDES SOCIALES EN EL NEA

Durante el último mes, un análisis de escucha social realizado en redes y medios digitales permitió observar cómo se configura la conversación pública sobre temas económicos en el Nordeste Argentino (NEA), que abarca las provincias de Chaco, Corrientes, Formosa y Misiones. El estudio comparativo busca identificar los principales tópicos que dominaron la agenda, las emociones predominantes en torno a ellos y los actores más influyentes en la generación de sentido público. La observación digital se orienta a comprender qué se dice sobre la economía regional, qué emociones prevalecen respecto a ella y quién logra instalar el relato dominante en cada territorio.

El set de búsqueda incluyó un total de 23 palabras, los cinco términos más mencionados fueron: *trabajo, economía, dinero, ingreso y consumo*. Los dos menos nombrados: *tarjeta de crédito y despidos*. La investigación incluyó entre sus fuentes los datos públicos de las principales redes sociales: X (twitter), Instagram, Facebook, YouTube y TikTok. Las redes sociales más elegidas por los usuarios para hablar de economía en la región fueron Instagram (31.2%) y Facebook (30%).

Redes más utilizadas por los usuarios



adquisitivo o al costo de vida. En una zona intermedia aparecen menciones a deuda (4,1 %), comida (3,7 %) y empleo (4,1 %), que funcionan como indicadores de preocupación local más que como tópicos políticos, que articulan el impacto de las decisiones macro con la experiencia cotidiana.

En **Misiones**, que concentra el mayor nivel de conversación económica del NEA, la narrativa digital mantiene un tono marcadamente institucional. Más de la mitad de las menciones (52,7 %) presentan una valoración positiva, proporción superior al promedio regional, lo que muestra el peso de los mensajes vinculados a medidas de gobierno y anuncios oficiales. Los temas más mencionados —trabajo (493 menciones) y economía (285)— expresan una conversación centrada en incrementos salariales, programas de empleo y políticas públicas para el sector estatal. En contraste, los tópicos relacionados con precios (55), inflación (25) o consumo (74) aparecen con menor frecuencia y tono más crítico, asociados a experiencias cotidianas y reclamos sobre el costo de vida. Estos datos describen un entorno digital conducido por medios y actores institucionales. La participación de la gente es menor, y se activa principalmente cuando la conversación toca los efectos concretos sobre la economía doméstica.

En **Corrientes**, la conversación digital sobre economía muestra un perfil más fragmentado y menos institucional que en Misiones. El tono general es equilibrado, con menciones positivas y negativas en niveles similares. Una porción significativa de mensajes se mantienen en un registro neutro, lo que sugiere una agenda más abierta y menos estructurada por fuentes oficiales. Los temas más frecuentes giran en torno al trabajo (181) y la economía (75), aunque la conversación se ramifica hacia cuestiones como el dinero (49), la inflación (46) y la deuda (41), que reflejan preocupaciones cotidianas y una mirada más crítica sobre la situación económica. También aparecen menciones sobre consumo (35), ingreso (32), precios (30) y supermercados (21), que consolidan una narrativa más ciudadana, centrada en el costo de vida y en la pérdida del poder adquisitivo. A diferencia de Misiones, donde predomina la comunicación institucional, en Corrientes se percibe un espacio digital más plural, con voces que introducen matices, reclamos y percepciones diversas sobre la realidad provincial.

En **Chaco**, la conversación digital vinculada a la economía alcanzó 340 menciones durante el período analizado, con 148 de tono positivo, 127 negativas y 65 neutrales. El trabajo (115 menciones) se posiciona como el eje dominante del discurso, seguido por economía (52), ingreso

(30) y dinero (29), lo que indica una conversación orientada al impacto inmediato de las políticas públicas sobre el empleo y el poder adquisitivo. En un segundo plano aparecen temas como inflación (13), comida (11), carne (11) y consumo (9), asociados principalmente a preocupaciones domésticas y reclamos por el aumento de precios. A diferencia de las otras provincias analizadas, el tono general refleja una conversación más polarizada, con un espacio digital tensionado entre el relato oficial y la experiencia ciudadana. Mientras las menciones positivas suelen provenir de medios o voceros institucionales, las negativas expresan insatisfacción ante la persistencia de dificultades económicas.

En **Formosa**, la conversación económica fue la más reducida del NEA, con 130 menciones registradas en total. El tono general se inclina hacia la negatividad (60 menciones), mientras que las expresiones positivas (43) y neutrales (27) mantienen una presencia menor, que refleja una dinámica comunicacional más contenida y crítica. Los temas más abordados fueron dinero (27 menciones), trabajo (21) y comida (22), lo que sugiere una conversación centrada en la economía cotidiana antes que en políticas estructurales. La escasa presencia de “economía” (17) o “inflación” (6) como términos destacados indica un debate menos institucionalizado y más reactivo, donde las menciones suelen surgir ante hechos puntuales o problemas de consumo. El mapa digital formoseño muestra baja participación ciudadana y alta concentración de voces oficiales, lo que contribuye a una conversación limitada, de corto alcance y fuertemente condicionada por la agenda mediática local. En consecuencia, se configura un espacio digital que no instala debate económico, sino que reproduce —con escasa interacción— los fragmentos de una realidad económica percibida más desde la necesidad que desde la gestión.

Ficha técnica

Período: desde el 14 de septiembre hasta el 14 de octubre de 2025.

Metodología utilizada: social listening.

Set de búsqueda: 23 palabras relacionadas a economía en las provincias de Misiones, Corrientes, Chaco y Formosa.

Muestra analizada: 2.374 posteos.

Impresiones: 40.734.081

Redes analizadas: Facebook, Instagram, X (twitter), YouTube y TikTok.

Para más información pueden enviar un mail a tresdiscursos.comunicacion@gmail.com o comunicarse al 3764-589803 / (+595) 972 400188