



Relaciones y masculinidades

Cómo viven los vínculos los jóvenes argentinos

JULIO 2026



REYES | FILADORO
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Enter
COMUNICACIÓN

¿Cómo lo hicimos?

1. **Encuesta nacional** de 643 casos con jóvenes de entre 18 y 35 años en todo el país (300 casos coincidentales y 343 casos online). Medición entre el 8 y el 23 de junio de 2026. Margen de error: +/- 3,9% para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística.
1. Seis **grupos focales** segmentados por género y edad, entre el 11 y el 15 de junio.
1. **Análisis** cualitativo de contenidos, comentarios y conversaciones en el **entorno digital** de YouTube e Instagram, durante mayo y junio. Relevamiento manual, con asistencia de agentes de Inteligencia Artificial.



Relaciones de pareja



REYES | FILADORO
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Enter
COMUNICACIÓN



ESTADO DE ÁNIMO

Encuesta

→ El 54% se identifica con sentimientos positivos, comparado con el 44% que lo hace con sentimientos negativos y el 2% restante no sabe.

→ El 55% de los jóvenes entre 25 y 35 años reporta un estado de ánimo negativo, con mayor nivel de frustración, enojo, estrés y ansiedad.

FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.

“Si tuvieras que describir tu estado de ánimo durante el último año, ¿cómo dirías que te sentiste?”

	%
Feliz	13
Frustrado	12
Estresado	12
Motivado	10
Conforme	10
Satisfecho	9
Entusiasmado	8
Enojado	7
Calmo	4
Triste	4
Deprimido	4
Ansioso	4
No sabe	2



ESTADO DE ÁNIMO

Grupos Focales



“La palabra ansiedad resume bien cómo me siento. Las redes sociales saturan y abruman... también la incertidumbre sobre el futuro”



“En mi último año predominó la ansiedad... eso de compararse me pasa todo el tiempo... especialmente por las redes sociales.”



“Mi viejo y mi vieja con un laburo formaron una familia. A mí no me alcanza con tres (laburos).”

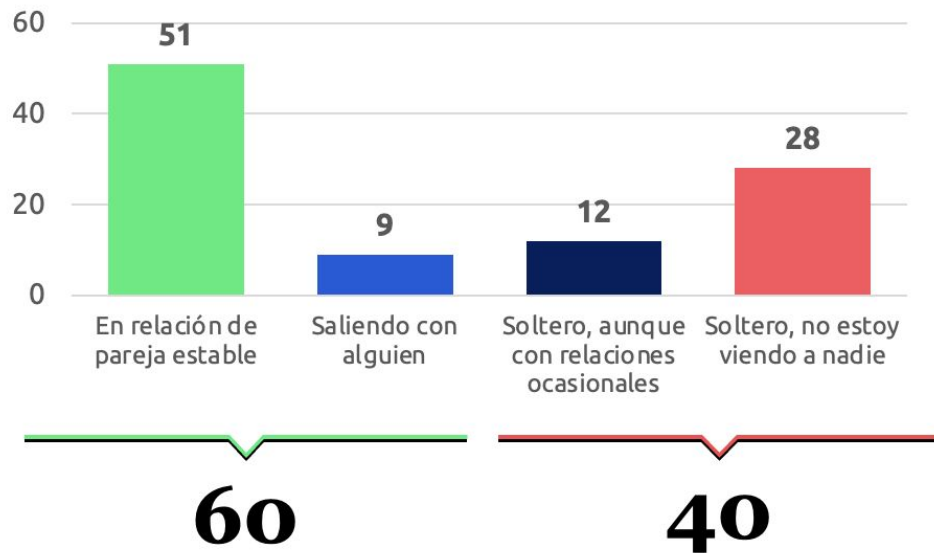


SITUACIÓN SENTIMENTAL

Encuesta

“¿Cómo describirías tu situación sentimental o afectiva?”

→ Casi el 70% de quienes tienen entre 25 y 35 años indica estar en pareja.



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.



MOTIVOS POR LOS QUE NO ESTÁ EN PAREJA

Encuesta

→ El 25% de las mujeres (comparado con el 5% de los hombres) no encuentra pareja porque “no sabe dónde o cómo salir a buscar”.

FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.

“¿Cuál dirías que es el principal motivo por el cual no estás en pareja? Por favor, marca el más importante (SOLO PARA SOLTEROS/AS)”

	%
Porque disfruto mucho estar soltero/a y ser independiente	18
Porque no encuentro personas de mi agrado	17
Porque no se dónde o cómo salir a buscar pareja	14
Porque estoy enfocado/a en mi profesión	11
Porque me cuesta mucho relacionarme con personas desconocidas	7
Porque no tengo tiempo	7
Porque tuve malas experiencias anteriores	6
Porque no estoy bien anímicamente como para salir con alguien	5
Porque no tengo recursos económicos para salir con alguien	3
Otro motivo	3
No sé	9

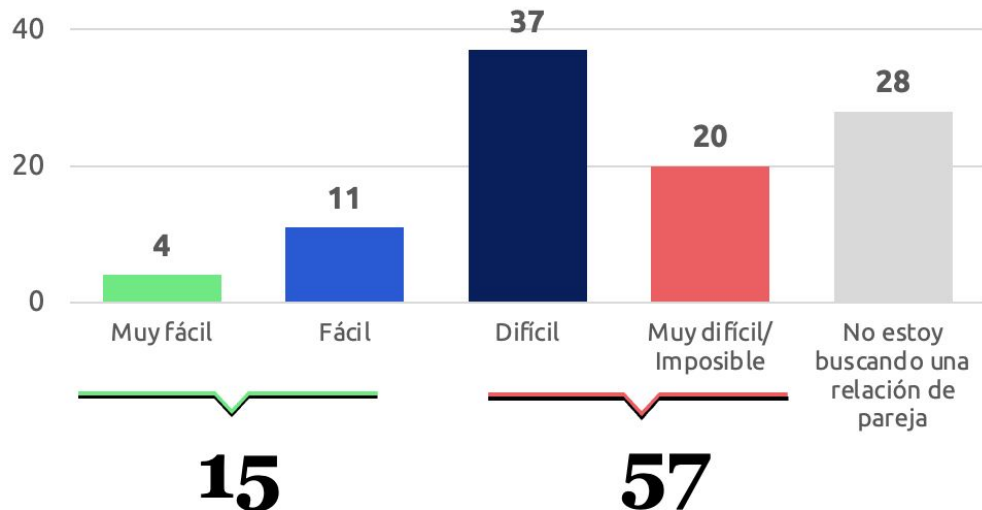


DIFICULTAD PARA ENCONTRAR PAREJA

Encuesta

“¿Qué tan fácil o difícil es encontrar pareja hoy? (SOLO PARA SOLTEROS/AS)”

→ El 65% de las mujeres dice que es “difícil” o “muy difícil” encontrar pareja, comparado con el 50% de los hombres que lo afirma.



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.

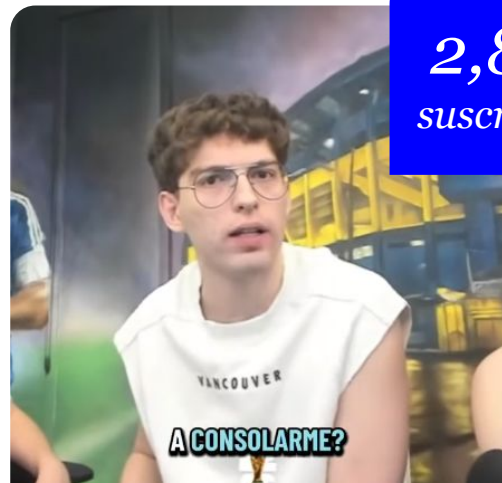


FRUSTRACIÓN Y SOLEDAD

Social listening

→ La **soledad y los problemas en los vínculos** son temas recurrentes que motivan la circulación de videos.

→ Las opiniones, más bien pesimistas sobre las relaciones, como en este caso del streamer N°1 de la plataforma *Kick* en Argentina (Davoo Xeneize), generan una elevada viralización.



2,83M
suscriptores

“Tenés que saber también combatir con la tristeza, con la desolación, con el estar solo. Porque pasa mucho en la vida del ser humano eso” — Davoo Xeneize



MERCANTILIZACIÓN DE LAS RELACIONES

Grupos Focales



"A uno le cuesta mucho quedarse con una persona porque piensa que puede venir alguien mejor. Trae muchos problemas de autoestima por comparación."



"Siento que se perdió la confianza, tanto en las instituciones como en las relaciones... Es difícil confiar."



"Mientras más tenés para elegir, más miedo te da equivocarte"



"Es más fácil conocer gente, es más difícil mantener el vínculo, bancarla y superar el desinterés momentáneo."



"Tiene que ver con la dopamina. Te aburrís y querés buscar a otra. El mercado es muy grande."



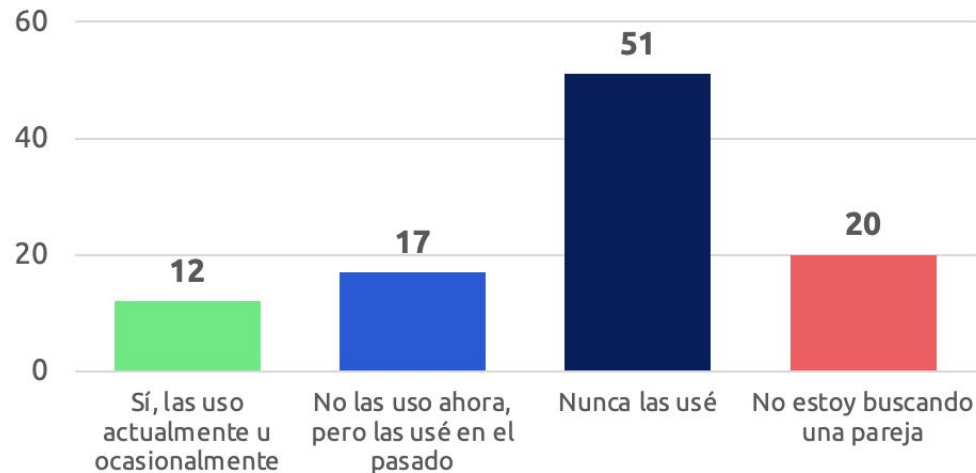
UTILIZACIÓN DE APPS DE CITAS

Encuesta

“¿Utilizás aplicaciones de citas para buscar pareja (por ejemplo Tinder, Bumble, Happn, etc.)? (SOLO PARA SOLTEROS/AS)”

→ Casi dos tercios de los más jóvenes indican que nunca usaron las aplicaciones de citas para buscar pareja.

→ El porcentaje de varones que utiliza apps de citas (15%) duplica al de mujeres (8%).



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.



IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LAS RELACIONES

Grupos Focales



“Es un quilombo estar en pareja hoy... las redes sociales te vuelven loco... todo el tiempo preguntándose qué está haciendo el otro... si tenes el visto, a quién seguís, a quién no seguís... yo odio que me rompan las pelotas.”



“Antes era más sencilla la comunicación... hoy con esto de las redes se embarra mucho la cancha.”



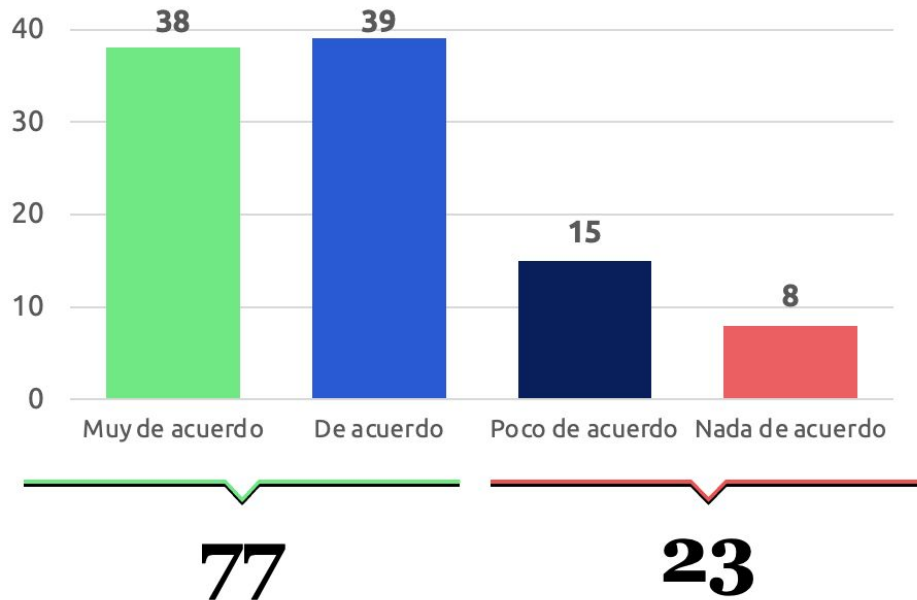
“Hoy es más líquido. Podes estar con uno tres meses y luego con otro. Hay más catálogo con esto de las apps y es mucho más fácil encontrar.”



RELACIONES DESCARTABLES

Encuesta

Indicá cuán de acuerdo estás con la siguiente frase: “Hoy las relaciones de pareja son más descartables y menos duraderas que antes, comparado con la época de mis padres.”



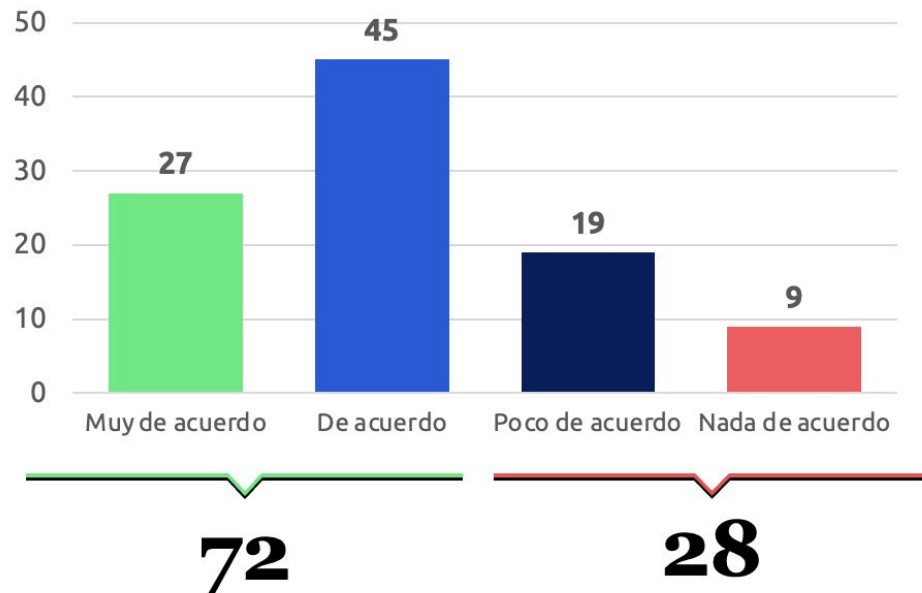
FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.



ESFUERZO EMOCIONAL PARA VINCULARSE

Encuesta

Indicá cuán de acuerdo estás con la siguiente frase: “Hoy vincularse afectivamente con otras personas requiere de mucho esfuerzo emocional”



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.



ESFUERZO EMOCIONAL PARA VINCULARSE

Social listening

→ Las dinámicas de seducción modernas ("e/encare") se perciben como un escenario de alta presión en las mesas de amigos como la protagonizada por Beltrán Briones en conversación con el esteticista viral Pablo Bañares.

→ La interacción romántica se experimenta como un "examen" constante que genera estrés y ansiedad de rendimiento. Frente a esto, la respuesta es "el repliegue": se elige el entorno seguro de las amistades como una vía de escape y alivio.

1,67M
suscriptores



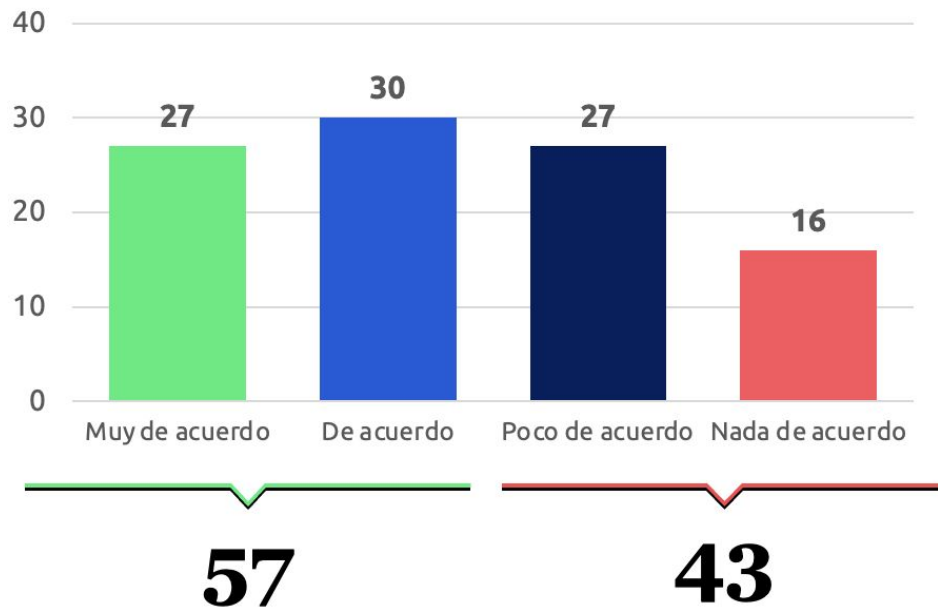
“Hay una cultura de presión para rendir en lo social, en lo económico y sexual (frente a las mujeres) como si fuera un examen”
— Pablo Bañares en Laca Stream



LAS REDES SOCIALES Y LAS RELACIONES

Encuesta

Indicá cuán de acuerdo estás con la siguiente frase: “Las redes sociales hicieron más difíciles las relaciones entre hombres y mujeres”



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.



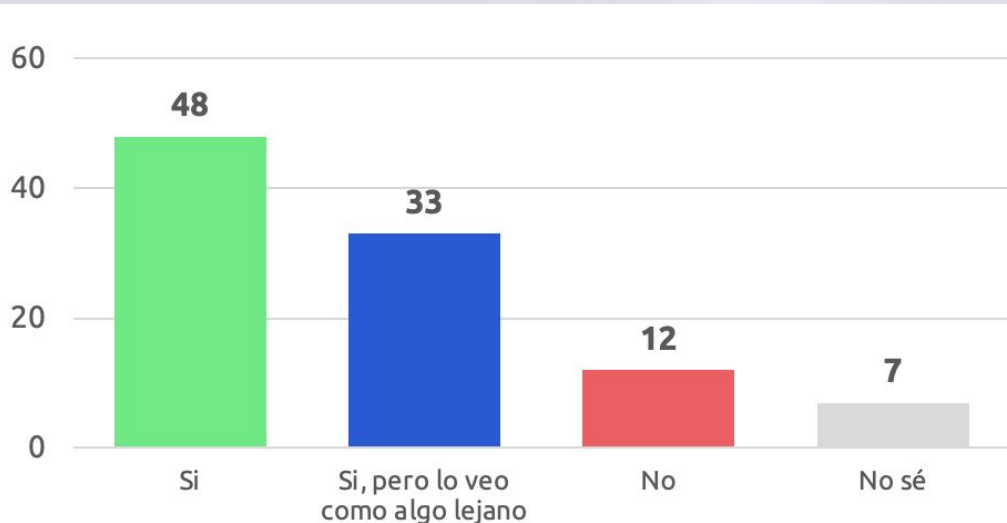
DESEO DE FORMAR UNA FAMILIA

Encuesta

“¿Te gustaría tener hijos y formar una familia?”

→ Al 81% de los consultados le gustaría formar una familia.

→ El 54% de los hombres y el 42% de las mujeres está seguro de que quiere conformar una familia.



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.



Roles, mandatos y expectativas de género



REYES | FILADORO
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

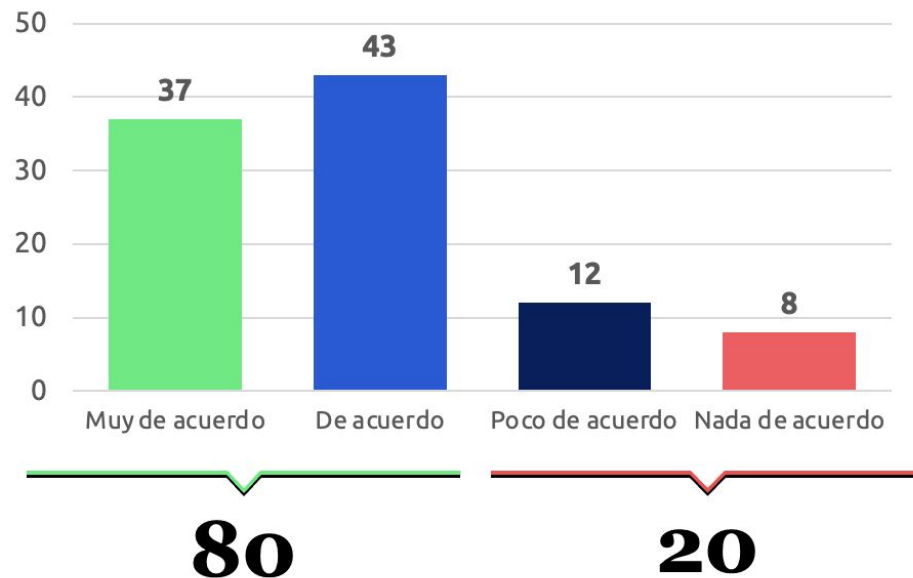
Enter
COMUNICACIÓN



PERCEPCIÓN DEL CAMBIO GENERACIONAL

Encuesta

Indicá cuán de acuerdo estás con la siguiente frase: “Ser “hombre” y ser “mujer” hoy significa algo muy distinto a lo que significaba para la generación de mis padres”



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.

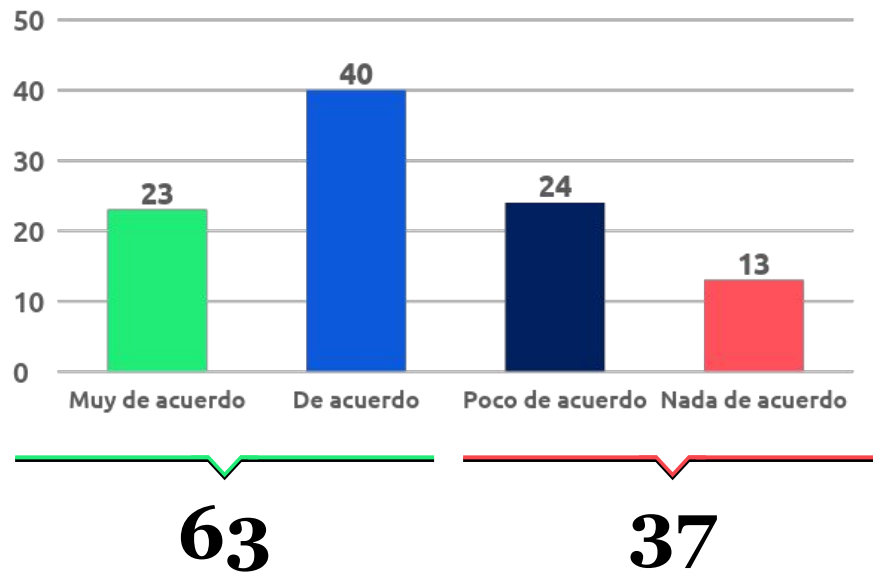


DESORIENTACIÓN MASCULINA

Encuesta

→ El 68% de los hombres y el 57% de las mujeres están de acuerdo con esta afirmación.

Indicá cuán de acuerdo estás con la siguiente frase: “Muchos hombres se sienten confundidos respecto de qué se espera de ellos como hombres”



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.



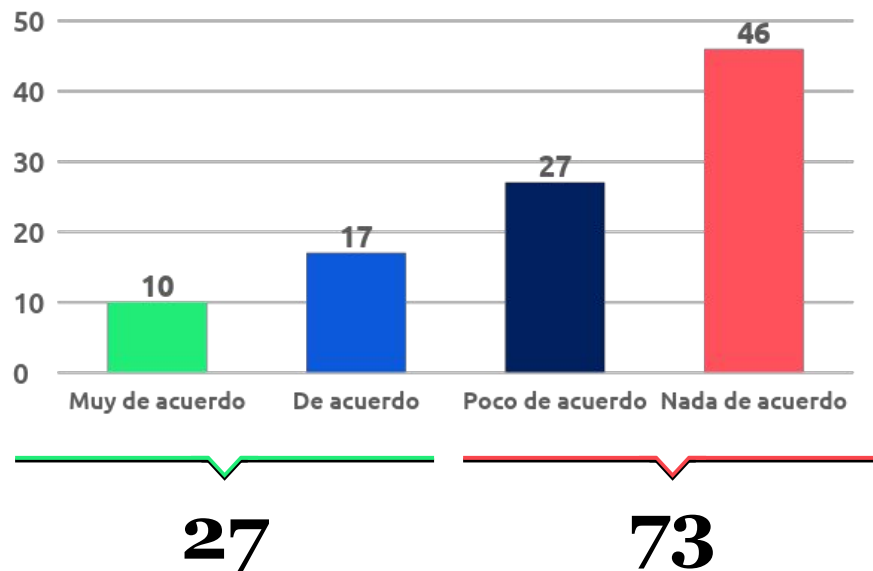
MANDATOS MASCULINOS: FORTALEZA

Encuesta

Indicá cuán de acuerdo estás con la siguiente frase: “Los hombres deberían ser fuertes y no mostrar debilidad”

→ El 41% de los hombres opina que los hombres deben ser fuertes y no mostrar debilidad”.

→ El 92% de las mujeres está en desacuerdo.



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.

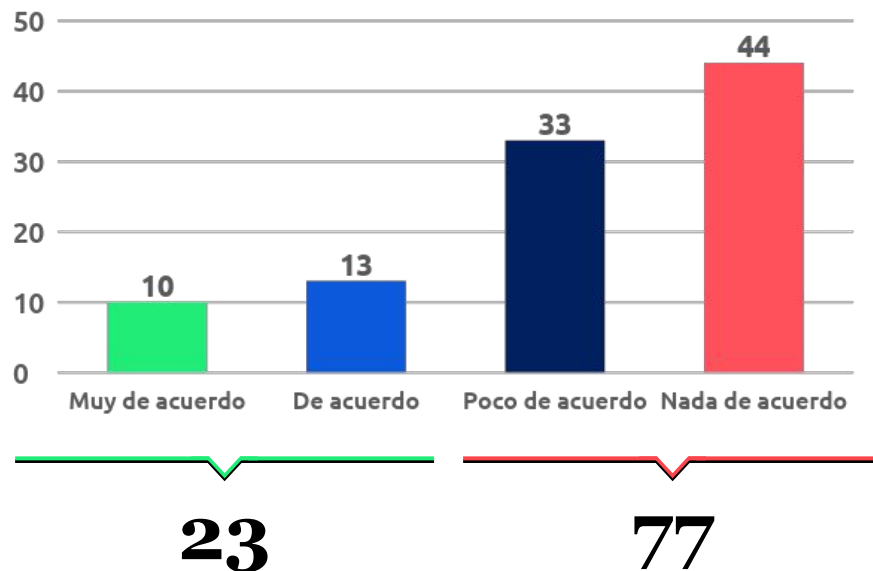


MANDATOS MASCULINOS: AUTOSUFICIENCIA

Encuesta

→ Un tercio de los hombres (34%) opina que "un hombre debería poder resolver sus problemas sin pedir ayuda"

Indicá cuán de acuerdo estás con la siguiente frase: "Un hombre debería poder resolver sus problemas sin pedir ayuda"



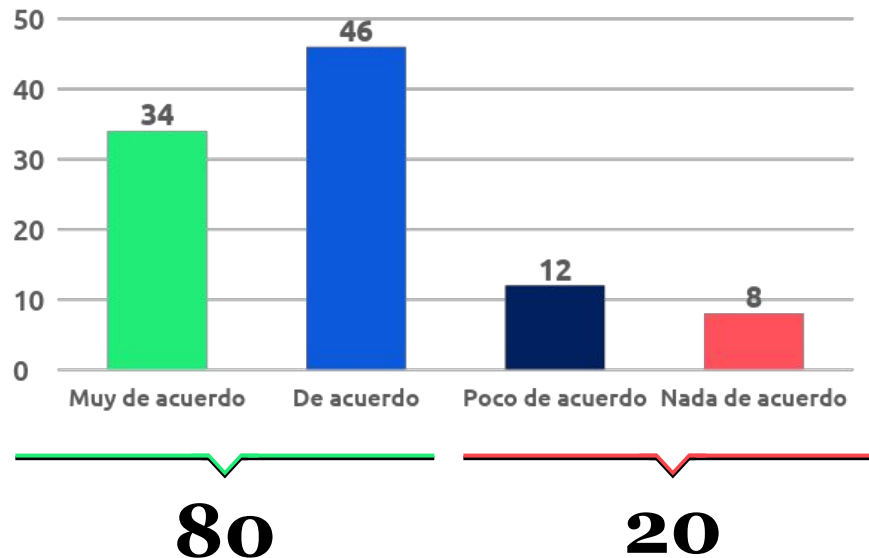
FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.



MANDATOS MASCULINOS: EXPRESIVIDAD EMOCIONAL

Encuesta

Indicá cuán de acuerdo estás con la siguiente frase: “A muchos hombres les cuesta expresar emociones o pedir ayuda por las expectativas que hay sobre cómo deben comportarse”



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.

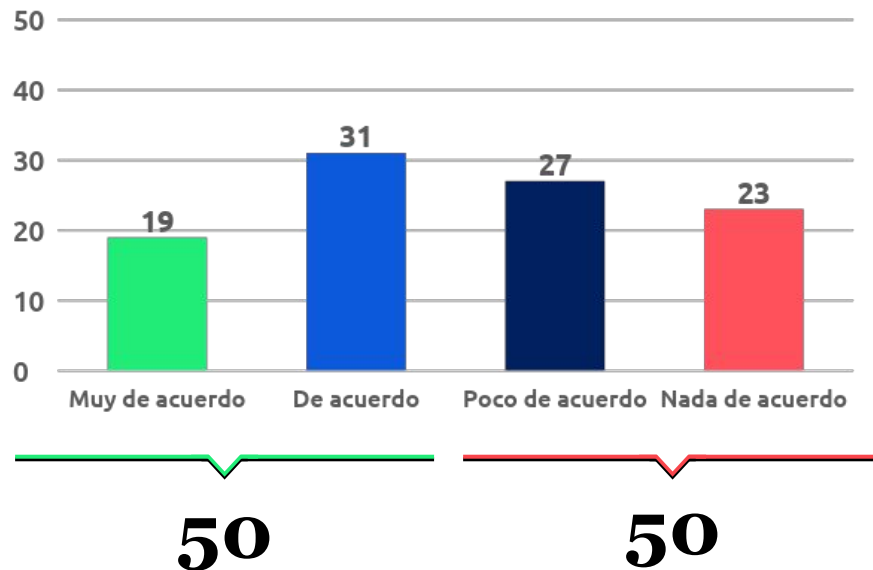


MANDATOS MASCULINOS: ESTABILIDAD ECONÓMICA

Encuesta

Indicá cuán de acuerdo estás con la siguiente frase: “Se espera que los hombres tengan estabilidad económica para ser valorados en una relación.”

→ El 65% de los hombres siente que necesita tener estabilidad económica para ser valorado en una relación mientras que el 66% de las mujeres opina lo contrario.



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.

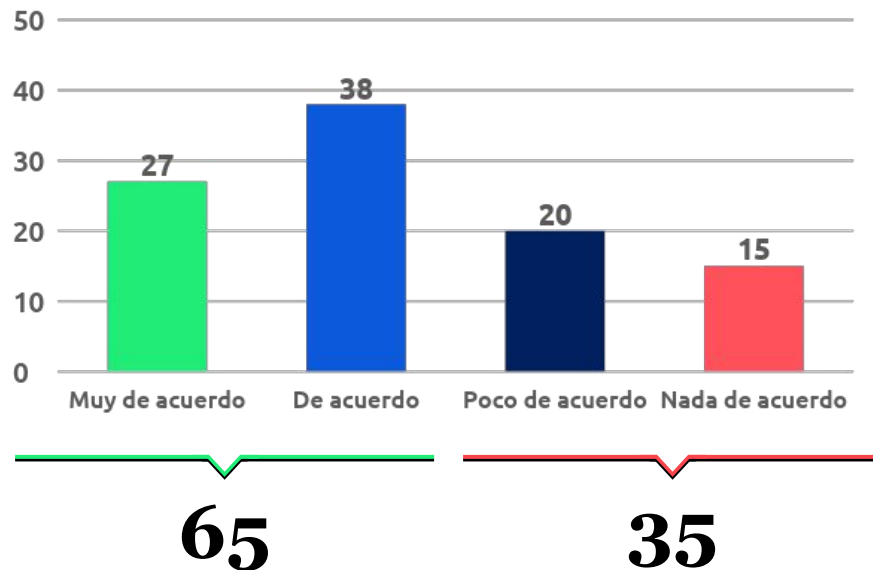


“DEBER SER” DE LAS MUJERES

Encuesta

→ El 72% de las mujeres y el 59% de los hombres están de acuerdo con esta afirmación.

Indicá cuán de acuerdo estás con la siguiente frase: “Hoy las mujeres se encuentran muy exigidas socialmente a cumplir demasiados mandatos en simultáneo, como ser exitosas profesionalmente, independientes económicamente, impecables físicamente y ocuparse de las tareas domésticas y de cuidado”



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.



“DEBER SER” DE MUJERES

Social listening

- En los contenidos compartidos en redes sociales se destacan temas como el dilema que enfrentan las mujeres al tener que optar entre la crianza de sus hijos en el hogar o su desarrollo personal y/o profesional.
- El ejemplo, citado en diversos portales, generó 130.000 “Me Gusta” y un alto nivel de conversación.



1,9M
visualizaciones

La usuaria expone las dificultades económicas, de tiempo y de desarrollo personal a las que se enfrenta una mujer ante el mandato o la decisión genuina de ser madre.



“DEBER SER” DE MUJERES

Social listening

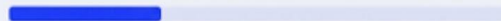
- La mayoría de los usuarios que se identifica con el contenido del *reel*, expresa vivencias de crianza en soledad, el impacto negativo en las carreras profesionales de las mujeres y la vulnerabilidad económica ante la ausencia de padres. Esto motiva emociones como la frustración y el desamparo.
- En contraste, los usuarios que disienten “responsabilizan al feminismo” por la destrucción de la familia o a la mujer por haber “elegido equivocadamente” a su pareja.

CLIMA EMOCIONAL DE LOS COMENTARIOS

Indignación y Frustración **41,5%**



Resentimiento y Desamparo **26,3%**



Sororidad y Empatía **16,1%**



Hostilidad y Rechazo **11,0%**



Aceptación / Pragmatismo **5,1%**



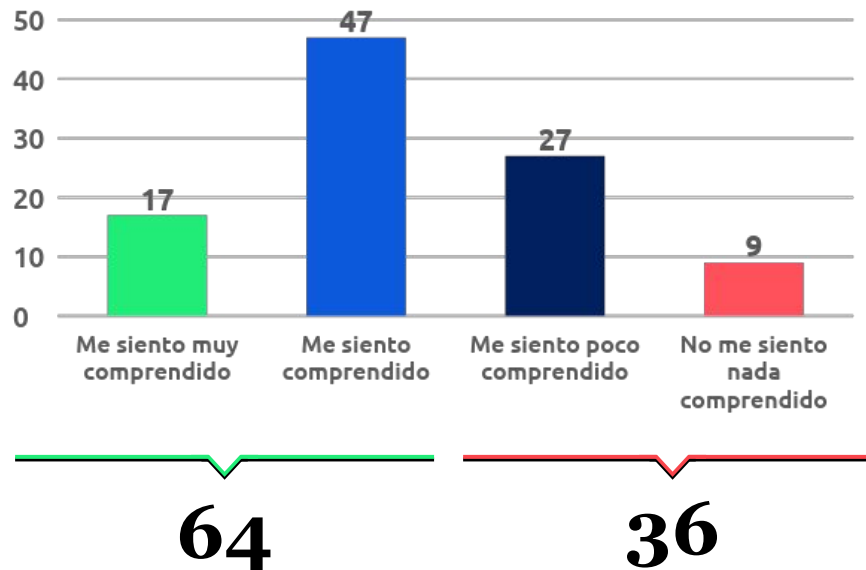


NIVEL DE COMPRENSIÓN DEL OTRO GÉNERO

Encuesta

“¿En general, qué tan comprendido te sentís por el otro género?”

→ Los hombres se sienten más comprendidos que las mujeres por el otro sexo (73% vs 53%).



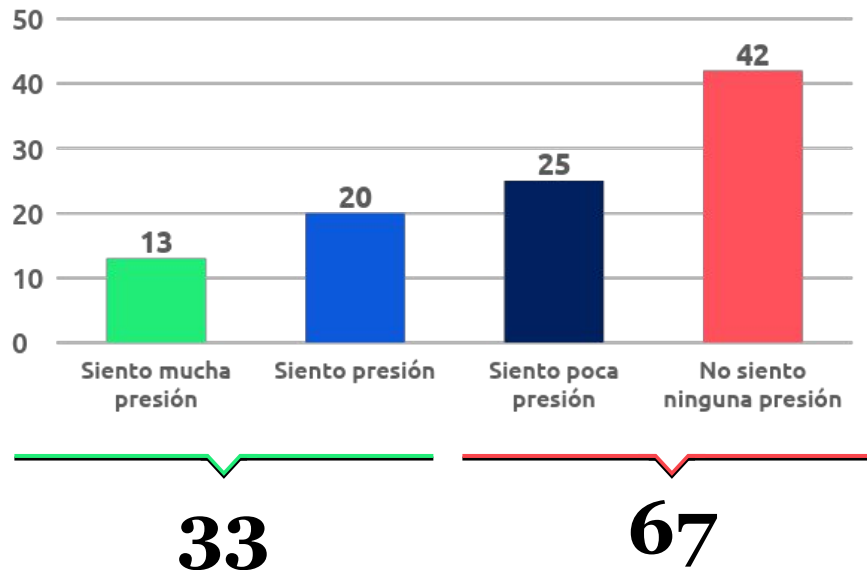
FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.



PRESIÓN POR ESTEREOTIPOS MASCULINOS

Encuesta

“¿Sentís presión por cumplir con ciertos estereotipos masculinos, como por ejemplo “ser fuerte”, “ser el proveedor” o “no llorar”, por citar algunos? (SOLO PARA HOMBRES)”



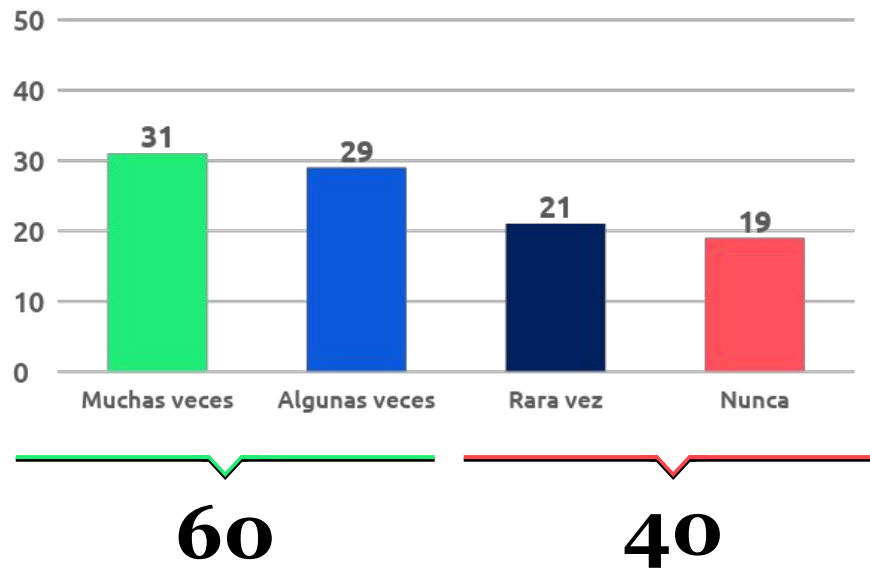
FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.



MODIFICACIÓN DE COMPORTAMIENTOS MASCULINOS

Encuesta

“¿Alguna vez evitaste acercarte o iniciar una conversación con una mujer por miedo a incomodarla, ser rechazado o mal interpretado? (SOLO PARA HOMBRES)”



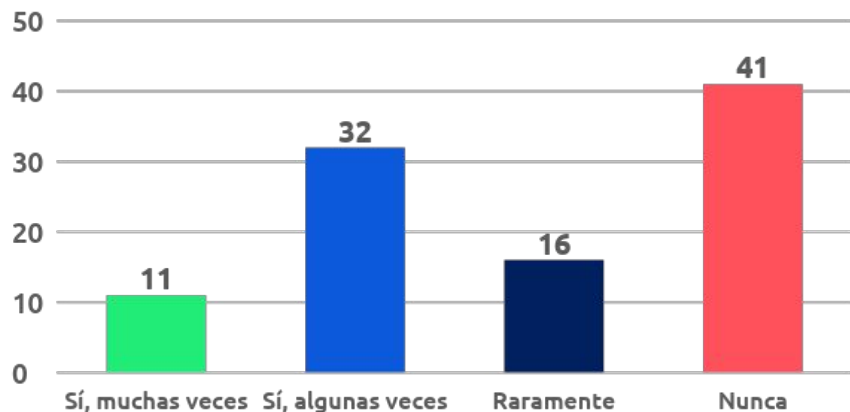
FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.



MODIFICACIÓN DE COMPORTAMIENTOS FEMENINOS

Encuesta

“¿En el último año cambiaste tu comportamiento (por ejemplo, cómo te vestís, por dónde vas, a qué hora salís o cómo hablás) porque un hombre te generó sensación de incomodidad o de inseguridad? (SOLO PARA MUJERES)”



43

57

FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.

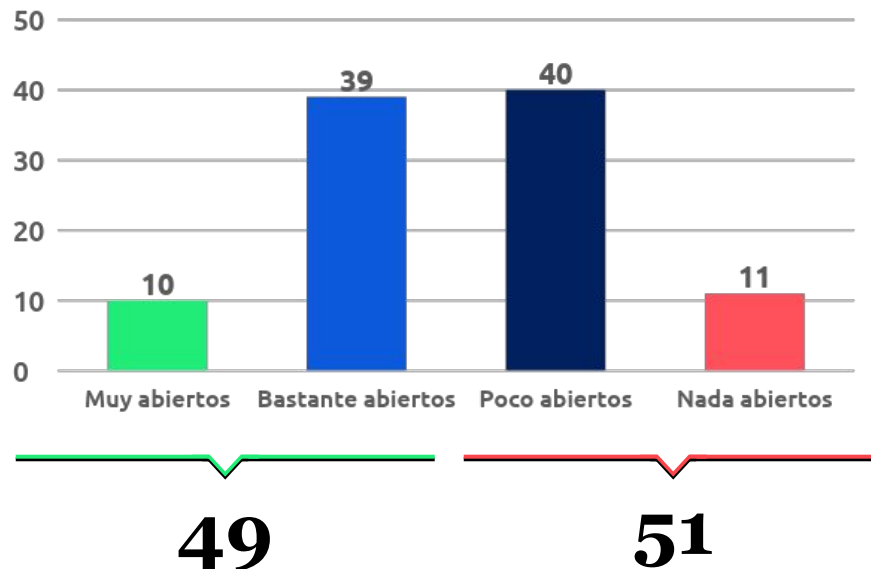


APERTURA DE LOS HOMBRES

Encuesta

→ La mayoría de los hombres (56%) se auto percibe “abierto” a revisar o modificar su manera de vincularse con las mujeres. Sin embargo, la mayoría de las mujeres (60%) opina lo contrario.

“¿Creés que los hombres hoy están abiertos a revisar y cambiar algunas formas tradicionales de relacionarse?”



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.



APERTURA DE LOS HOMBRES

Social listening

→ Un sector de la audiencia digital coincide en que **“la cultura de TikTok distorsionó las expectativas de las mujeres jóvenes”**, centrando su argumento en que la **“vara alta”** es una exigencia unilateral y soberbia, donde ellas demandan un hombre proveedor, detallista y maduro.

→ Un ejemplo es el comentario de *influencers* como Laureano Gieco. El comentario destacado recibió 23.700 “Me Gusta” y republicaciones al cierre del informe, como adhesiones “silenciosas”.

→ Las críticas son más limitadas: los comentarios negativos fueron 4.700.



1,3M
seguidores

“Las mujeres, mientras sigan con este discurso de ‘las migajas’, (...) de la vara alta, (...), más solas se van a quedar” — Laureano Gieco



POSTURA SOBRE EL MOV. FEMINISTA

Encuesta

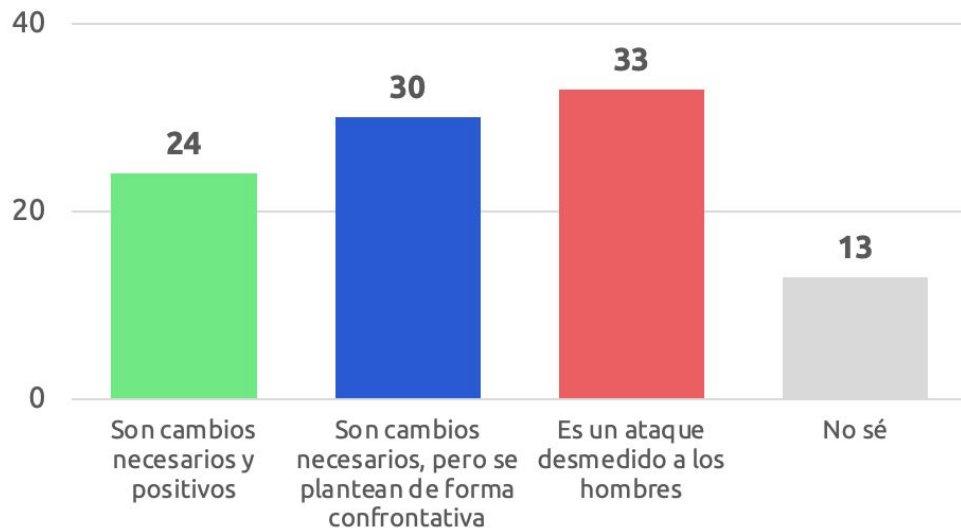
“En general, ¿cómo te sentís respecto de los cuestionamientos y cambios que impulsa el movimiento feminista?”

→ El 54% tiene una postura favorable respecto del movimiento feminista.

→ El 40% de las mujeres y el 12% de los hombres opinan que los cambios que introdujo el feminismo son necesarios y positivos.

→ El 27% de las mujeres y el 33% de los hombres consideran que esos cambios, aunque necesarios, fueron planteados de manera confrontativa.

→ El 19% de ellas y el 44% de ellos consideran que fue un ataque desmedido contra los hombres.



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.



IMPACTO DEL FEMINISMO

Grupos Focales



"Me sentí muy interpelado... No al inicio pero después con el tiempo me ayudó a cambiar la cabeza. Nos hizo bien a los varones."



"Para mi hubo como un retroceso en los últimos años... se están volviendo a reproducir ciertas ideas. Hoy está muy arraigado el hombre que resuelve."



"Muchos están retomando la idea de que el hombre tiene que pagar, pero hay una situación económica muy compleja. Hoy no puede haber hogares con un solo proveedor."



"Hay una idea de querer volver a lo que conocíamos porque ahí nos sentíamos seguros. Hay algo que se rompió en Pandemia y aún está intentando reconstruirse."



"El feminismo se fue al extremo y ya te entraba el miedo de qué hacer. Muchos chabones dejaron de encarar a mujeres por miedo."



PRINCIPALES CONCLUSIONES

- 
- 01** Los jóvenes argentinos atraviesan una transformación profunda de las formas de vincularse. El 80% considera que ser hombre y ser mujer hoy significa algo diferente que para generaciones anteriores, mientras que el 77% percibe las relaciones de pareja como más breves y descartables. Por su parte, las redes sociales contribuyen con la dificultad de vinculación ya que el 57% de los consultados afirmó que las redes hicieron más difícil las relaciones entre hombres y mujeres.
 - 02** En este contexto, los varones enfrentan una tensión entre nuevos modelos de igualdad y mandatos tradicionales. El 68% de los hombres se siente al menos algo confundido respecto de qué espera actualmente la sociedad de ellos. Al mismo tiempo, persisten las “expectativas tradicionales”: el 41% de ellos cree que los hombres deben ser fuertes y no mostrar debilidad, el 34% que deberían resolver sus problemas sin pedir ayuda y el 65% que necesitan estabilidad económica para ser valorados en una relación.



PRINCIPALES CONCLUSIONES

- 
- 03** La principal brecha aparece en la percepción mutua. Mientras el 73% de los hombres afirma sentirse comprendido por las mujeres, sólo el 53% de las mujeres siente lo mismo respecto de los hombres. También existe una diferencia significativa frente al feminismo donde el 44% de los hombres considera que sus cuestionamientos constituyen un ataque desmedido hacia ellos, frente al 19% de las mujeres.
- 04** Hombres y mujeres comparten el diagnóstico: los vínculos son más difíciles, los mandatos pesan, algo cambió para siempre. Pero sacan conclusiones opuestas sobre qué hacer con eso. Esa distancia entre un diagnóstico compartido y lecturas divergentes es, probablemente, el hallazgo más relevante de este estudio.



PRINCIPALES CONCLUSIONES

- 05** Los discursos que circulan en redes sociales acompañan los hallazgos de este estudio, con algunos matices. La soledad de los jóvenes es un problema tomado por los influencers más relevantes y genera un gran volumen de conversación digital.
- 06** En paralelo, a la hora de formar pareja, el esfuerzo emocional es un tema recurrente en los contenidos digitales. Los varones expresan frustración y describen actitudes de “repliegue” como mecanismo de defensa.
- 07** En paralelo, las mujeres sienten otro tipo de presión: la de elegir entre formar familia y desarrollarse profesionalmente. Contenidos de gran viralidad dan cuenta de que esta tensión es compartida por grandes audiencias



REYES | FILADORO
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

contacto@reyesfiladoro.com

www.reyesfiladoro.com

Enter
COMUNICACIÓN

contacto@entercomunicacion.com.ar

www.entercomunicacion.com.ar