

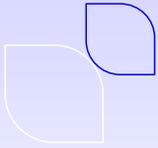
**Enter**  
COMUNICACIÓN



REYES | FILADORO  
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

# Jóvenes adultos y redes sociales:

*una relación de amor y odio*



## **Sobre Enter Comunicación**

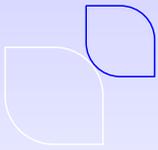
Es una agencia de comunicación digital especializada en el ámbito político. Combina creatividad, análisis de datos y tecnología para diseñar estrategias digitales efectivas. Ha desarrollado campañas, investigaciones y acciones formativas para gobiernos, partidos, empresas y ONGs en toda América Latina.

## **Sobre Reyes Filadoro**

Es una consultora de comunicación estratégica y estudios de opinión pública. Cuenta con experiencia internacional y se especializa en el asesoramiento a dirigentes y gobiernos, organismos multilaterales y empresas, al igual que al desarrollo de mensajes estratégicos basados en evidencia.

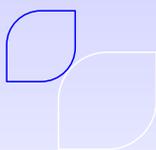
### **Cita sugerida**

*Enter Comunicación y Reyes-Filadoro (2025). Jóvenes, adultos y redes sociales: una relación de amor y odio. Disponible en: <https://www.entercomunicacion.com.ar/investigacion-juventudes-y-redes-sociales.html>*



## INDICE

1. Introducción .....	p. 4
2. Panorama general del uso de redes sociales .....	p. 5
2.1. Evolución del uso de redes sociales .....	p. 5
2.2. Motivaciones y hábitos de uso .....	p. 14
3. Impacto sobre la salud mental .....	p. 17
3.1. La red en la que habito .....	p. 17
3.2. Cómo es la relación tóxica con las redes .....	p. 22
4. Redes sociales y política .....	p. 34
4.1. Influencia en la percepción política .....	p. 34
4.2. Interacción y debate .....	p. 38
4.3. Algoritmos, privacidad, manipulación y poder político .....	p. 43
4.4. Poder político de las plataformas .....	p. 49
5. Conclusión .....	p. 57



## 1. INTRODUCCIÓN

En un mundo cada vez más digitalizado, las redes sociales se han convertido en una parte integral de la vida diaria de millones de personas, especialmente de los jóvenes. Este informe presenta una visión integral sobre el vínculo de los jóvenes adultos argentinos de entre 18 y 35 años y las redes sociales, a partir de datos recolectados en mayo de 2025 por **Reyes-Filadoro** ([www.reyesfiladoro.com](http://www.reyesfiladoro.com)) y **Enter Comunicación** ([www.entercomunicacion.com.ar](http://www.entercomunicacion.com.ar)).

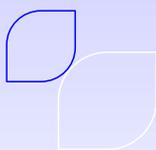
Este estudio combina tres tipos distintos de investigación: una encuesta online, grupos focales online y análisis de conversaciones digitales. La encuesta online es nacional e incluye 730 casos relevados entre el 15 y el 26 de mayo, en una muestra no probabilística a través de pauta publicitaria. En cuanto a los grupos focales, realizamos 4 de forma online los días 8 y 9 de mayo, considerando los siguientes dos segmentos: jóvenes de entre 18 y 24 años y jóvenes de entre 25 y 35 años. El análisis de las conversaciones digitales se realizó contemplando las edades descritas, a nivel nacional y durante el mes de mayo.

Los más jóvenes (18 a 24 años) representan el 41% de la muestra, mientras que el segundo segmento (25 a 35 años) comprende el 59% de la totalidad. Por lo tanto, siempre que se haga referencia a la población objetivo como "jóvenes" debe considerarse que se trata de personas dentro de ese rango etario.

Si bien realizamos un análisis exhaustivo de los distintos segmentos socio-demográficos, en este documento destacamos únicamente aquellos que son estadísticamente significativos.

El presente informe se divide en las siguientes secciones: el uso de las redes sociales por parte de los jóvenes, el impacto que les generan las redes en su salud mental, la vinculación con la política y las redes sociales y finalmente las conclusiones más salientes.

Por último, el objetivo de esta investigación es ofrecer insumos a instituciones, empresas y gobiernos para mejorar la comunicación, las políticas públicas y la participación ciudadana de este segmento.



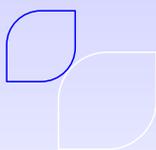
## 2. PANORAMA GENERAL DEL USO DE REDES SOCIALES

### 2.1. Evolución del uso de redes sociales

Los resultados muestran un panorama complejo y ambivalente: las redes sociales son, al mismo tiempo, espacios de conexión y de exposición; fuentes de información y ruido; canales de expresión y también de sufrimiento psíquico. La encuesta revela que la mayoría de los jóvenes entrevistados comenzó a usar redes después de los 11 años.

El dato es positivo si se tiene en cuenta que la mayoría de las redes sociales (como Instagram, TikTok o Facebook) establecen 13 años como edad mínima para crear cuentas, basándose en regulaciones como la COPPA (Children's Online Privacy Protection Act) en EE.UU. Sin embargo, se observa una tendencia a incursionar en las redes sociales a una edad más temprana en las nuevas generaciones.





**TABLA 1:**

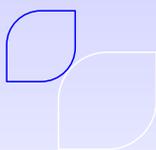
**“Encuesta. Edad en la que comenzó a usar redes sociales”**

**— “¿A qué edad empezaste a usar redes sociales?” —**

	<b>%</b>
<b>Menos de 10 años</b>	<b>2</b>
<b>Entre 11 y 14 años</b>	<b>48</b>
<b>Entre 15 y 17 años</b>	<b>29</b>
<b>Entre 18 y 25 años</b>	<b>21</b>

*FUENTE:* Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

Si consideramos la segmentación por género, se observa que las mujeres fueron más precoces a la hora de utilizar las redes sociales, ya que el 56% indicó que las utiliza desde los 11 años.



**TABLA 2:**

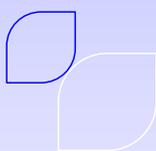
**“Encuesta. Edad en la que comenzó a usar redes sociales por género”**

**“¿A qué edad empezaste a usar redes sociales?”**

	<b>% HOMBRES</b>	<b>% MUJERES</b>
<b>Menos de 10 años</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Entre 11 y 14 años</b>	<b>56</b>	<b>39</b>
<b>Entre 15 y 17 años</b>	<b>22</b>	<b>36</b>
<b>Entre 18 y 25 años</b>	<b>19</b>	<b>22</b>

*FUENTE:* Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

Las dos redes utilizadas con más frecuencia son [Instagram](#) y [Facebook](#), seguidas por [YouTube](#) y [TikTok](#). A continuación se observan los resultados completos al indagar en una pregunta con opción múltiple sobre las redes que más utilizan, en la que los jóvenes marcaron todas las opciones que corresponden.



**TABLA 3:**

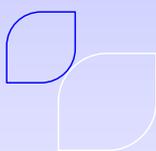
**“Encuesta. Redes sociales más utilizadas”**

— **“¿Cuál es la red social que usas con más frecuencia? —  
Podes marcar todas las que correspondan  
(RESPUESTA MULTIPLE)”**

	<b>%</b>
<b>Instagram</b>	<b>68</b>
<b>Facebook</b>	<b>59</b>
<b>YouTube</b>	<b>47</b>
<b>TikTok</b>	<b>40</b>
<b>X (ex Twitter)</b>	<b>24</b>
<b>LinkedIn</b>	<b>5</b>
<b>Snapchat</b>	<b>1</b>
<b>Otra red</b>	<b>5</b>
<b>Ninguna</b>	<b>0</b>

**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

Para muchos de los participantes de los grupos focales, Facebook fue la puerta de entrada, pero hoy ha sido desplazada por Instagram y TikTok, especialmente entre los menores de 25 años, tal como se demuestra en las próximas tablas. El 77% de los más jóvenes utiliza Instagram, mientras que el mayor volumen de personas de entre 25 y 35 años (73%) utiliza Facebook.



**TABLA 4:**

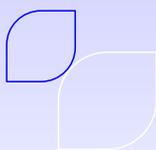
**“Encuesta. Redes sociales más utilizadas, según segmentos de edad”**

— **“¿Cuál es la red social que usás con más frecuencia? —  
Podés marcar todas las que correspondan  
(RESPUESTA MÚLTIPLE)”**

	% ENTRE 8 Y 24 AÑOS	% ENTRE 25 Y 35 AÑOS
<b>Instagram</b>	77	62
<b>Facebook</b>	40	73
<b>YouTube</b>	48	46
<b>TikTok</b>	49	33
<b>X (ex Twitter)</b>	38	15
<b>LinkedIn</b>	5	5
<b>Snapchat</b>	2	1
<b>Otra red</b>	1	7
<b>Ninguna</b>	0	1

**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

Aunque Facebook sigue siendo en la actualidad la red social más utilizada por jóvenes que tienen entre 25 y 35 años, muchos la mantienen como una red secundaria recurriendo a ella principalmente para buscar fotos viejas o comprar y vender productos en Marketplace. “Facebook no la uso como la usaba antes. Uso más Ig o X. Facebook la uso para ver fotos viejas”. Otro participante de los grupos focales indicó “Uso Facebook



*Marketplace. Ya no posteo nada. También me sirve de calendario de cumpleaños. La tengo inactiva”.*

TikTok se destaca como la red más hipnótica y emocionalmente intensa, en especial entre jóvenes de 18 a 24 años. Se reconoce el carácter adictivo del “scroll infinito”, las notificaciones y la “ansiedad por estar al día”.

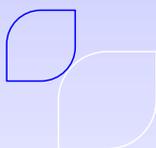
El uso de las redes sociales fue cambiando a través de los años. Algunos jóvenes recuerdan con nostalgia la época de los Blogs (como Blogger o WordPress), espacios de escritura larga y reflexiva que servían como diarios íntimos personales en la década del 2000. Junto con los Fotologs, que se centraban en imágenes con textos breves (casi como un “Instagram primitivo”). Sin algoritmos que priorizaran contenidos, los comentarios eran el único tipo de interacción posible y dominaron la interacción social en línea hasta la llegada de Facebook.

Facebook produjo un cambio radical al reemplazar las publicaciones esporádicas y privadas por un flujo constante de contenido efímero (historias, reels).

Junto con Instagram, transformaron la web social de un espacio de expresión selectiva a uno de exposición constante. Al pasar de lo estrictamente textual a lo visual, de lo privado a lo público, Facebook redefinió conceptos como “comunidad”, “intimidad” y “amigos” transformando la forma en que las personas se relacionan.

Se observa una migración de YouTube hacia plataformas más dinámicas como TikTok o Instagram para mirar videos cortos, especialmente instructivos o de entretenimiento. Esta evolución refleja un cambio en las preferencias de los jóvenes hacia contenidos más interactivos y atractivos visualmente. Expresa una de las participantes: *“Al principio me molestaba que hubiera historias en Ig. Las historias pasaron a ser lo principal de Ig. Y ahora aparecieron los reels... fueron moldeando la aplicación y nosotros nos fuimos acomodando a eso”.*

Desde un análisis del tráfico web podemos observar que pese a las nuevas preferencias de las audiencias digitales argentinas, éstas acceden en mayor medida y por más tiempo a Facebook con 126 millones de visitas mensuales y una permanencia promedio de 14:05 minutos, en cada visita. En términos de cantidad de accesos, la segunda plataforma es Instagram con 119 millones y poco más de 11 minutos promedio de permanencia por visita, pero el récord absoluto de tiempo de uso se lo lleva TikTok con casi 18 minutos promedio por visita.



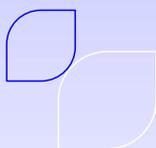
**TABLA 5:**

**“Análisis de conversación digital.  
Uso real de plataformas (visitas mensuales y  
tiempo de permanencia durante mayo 2025)”**

PLATAFORMA	VISITAS (MILLONES)	PERMANENCIA PROMEDIO POR VISITA (MINUTOS)
<b>Facebook</b>	126	14:05
<b>Instagram</b>	119	11:12
<b>TikTok</b>	83	17:48
<b>YouTube</b>	74	13:30
<b>X (ex Twitter)</b>	61	10:40

*FUENTE: Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. Estudio exploratorio de recorridos digitales durante mayo de 2025 en todo el país.*

El origen del tráfico exhibe patrones de uso que definen el rol de cada red social. Mientras que el liderazgo de TikTok en acceso directo (40%) demuestra su profunda integración como una aplicación de uso cotidiano y habitual, X destaca por su ecosistema de navegación interna (24%). Este último dato, que representa el tráfico generado entre distintos perfiles y posts sin salir de la plataforma, evidencia un modelo de red basado en la exploración y la interconexión de contenidos.



**TABLA 6:**

**“Análisis de conversación digital. Origen del tráfico por plataforma (en porcentajes)”**

PLATAFORMA	REDES SOCIALES	BUSCADORES	ENLACES INTERNOS	OTROS SITIOS
<b>Facebook</b>	28	35	22	15
<b>Instagram</b>	33	30	20	17
<b>TikTok</b>	40	25	18	17
<b>X</b>	25	38	24	13

**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. Estudio exploratorio de recorridos digitales durante mayo de 2025 en todo el país.

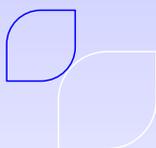
Glosario:

*Redes Sociales (Tráfico Directo): Acceso abriendo la aplicación directamente desde el celular. Es un indicador de hábito.*

*Buscadores: Acceso a través de una búsqueda en Google u otro buscador.*

*Enlaces Internos: Navegación que ocurre dentro de la misma plataforma (ej: hacer clic en un post que lleva a otro post o a un perfil). Mide la interconexión de la red.*

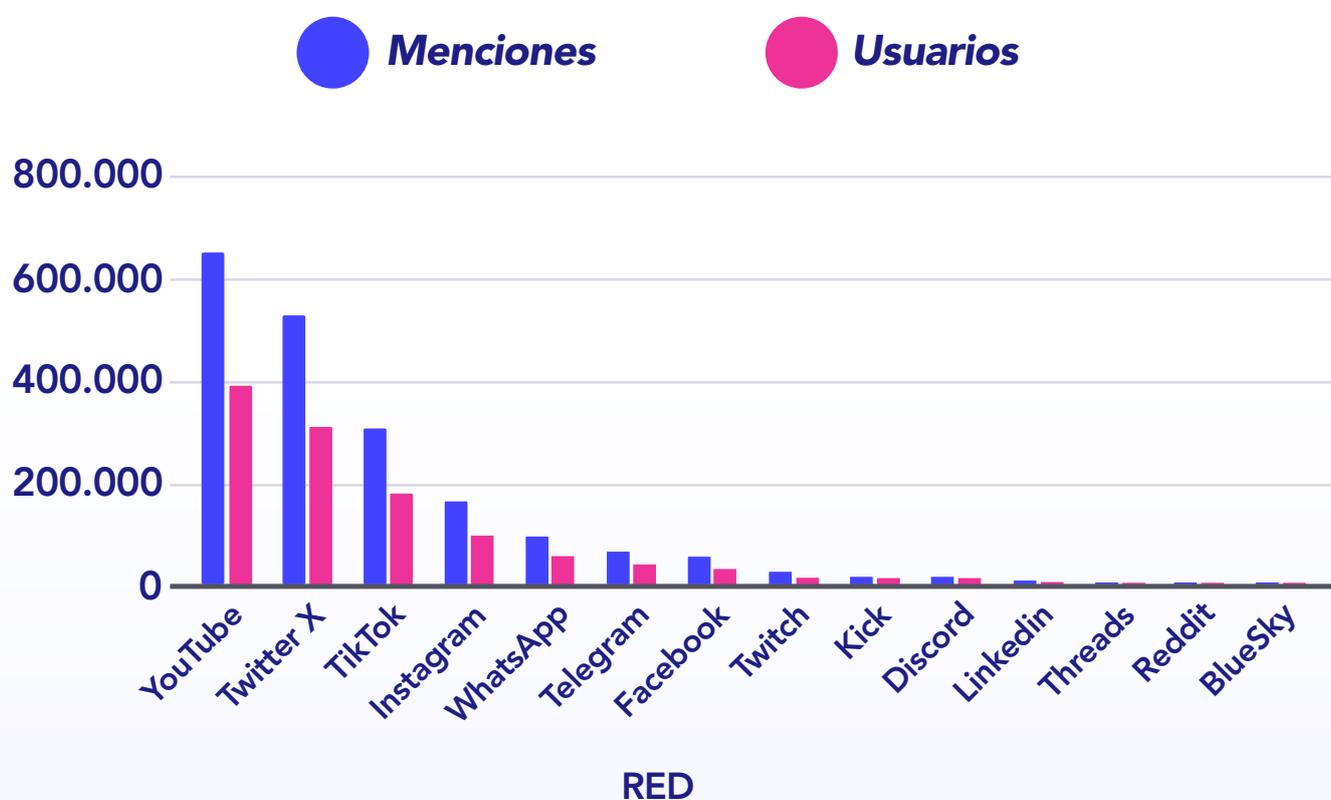
*Otros Sitios: Acceso desde un link en una página web externa (ej: un portal de noticias, un blog). la interconexión de contenidos.*



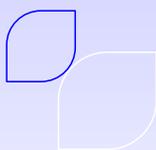
Si bien las redes se utilizan como un “canal de comunicación”, también son utilizadas como “tópicos de conversación” en las propias redes. Las redes sociales aparecen también mencionadas directamente en conversaciones orgánicas, lo que permite determinar el grado de centralidad. Según una muestra de 658.000 menciones, enunciadas por 389.000 usuarios, la plataforma con más presencia conversacional es Youtube con un 74% del total de mensajes. En los siguientes lugares quedaron X, TikTok, Instagram y WhatsApp.

## GRÁFICO 1:

**“Redes con más menciones y usuarios que la mencionan”**



*FUENTE:* Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. Estudio exploratorio de recorridos digitales durante mayo de 2025 en todo el país.

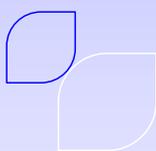


## 2.2. Motivaciones y hábitos de uso

Según la encuesta, las principales motivaciones para usar redes son informarse, entretenerse, comunicarse con otros y mantenerse vigente. Instagram y TikTok destacan por su carácter visual y personalizado. WhatsApp es percibida como red "privada", no tanto como red social pública.

Sin embargo, su utilización como red social aumentó a partir de que Whatsapp incorporó nuevas funciones como los "estados", más utilizados por los jóvenes mayores de 25 años, los "canales" y las "comunidades". *"En WA tengo a mi círculo de facultad, amigos y familia... en Ig tengo no conocidos también"*.





**TABLA 7:**

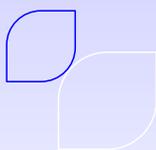
**“Encuesta. Fines con los cuales usan las redes”**

— **“¿Con cuál de los siguientes fines utilizás las redes sociales? (RESPUESTA MÚLTIPLE)”** —

	<b>%</b>
<b>Entretenerme</b>	<b>67</b>
<b>Informarme sobre temas de actualidad</b>	<b>60</b>
<b>Capacitarme/ Actualizarme sobre algún tema</b>	<b>32</b>
<b>Opinar sobre distintos temas</b>	<b>29</b>
<b>Hacer nuevos amigos/ Interactuar con amigos</b>	<b>28</b>
<b>Seguir a influencers o figuras relevantes</b>	<b>24</b>
<b>Mirar contenido sobre bienestar y salud</b>	<b>23</b>
<b>Buscar recetas de cocina</b>	<b>21</b>
<b>Seguir a marcas o empresas</b>	<b>20</b>
<b>Buscar trabajo</b>	<b>17</b>
<b>Buscar pareja</b>	<b>4</b>
<b>No uso redes sociales</b>	<b>0</b>
<b>Para otra cosa</b>	<b>5</b>

**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

X se utiliza más para informarse y entretenerse, pero también se presenta como un espacio más “libre” donde se pueden expresar sin las restricciones que tienen Facebook e Instagram. “En Twitter vale todo”, reflexionaba un participante en un grupo focal, “Yo creo que no se puede opinar tan libremente en las otras redes. Te puede traer problemas en la red o fuera de la red”.



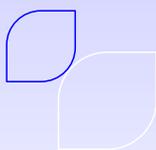
El uso es múltiple, simultáneo y muchas veces involuntario. Los jóvenes reconocen que las redes sociales dejaron de ser una opción: estar en ellas es condición para participar de la vida social. **“Es muy difícil relacionarse con la gente si no tenes redes”**, expresa un participante en los grupos focales.

Una cuenta en Instagram equivale, simbólicamente, a un “documento de identidad” en tanto que valida la existencia y legitimidad del otro. La huella digital está compuesta por fotos, comentarios, historias, contactos, ubicaciones, etc. En contextos informales o personales esta huella es más valiosa que la huella del documento de identidad.

**“Si conozco a alguien y no tiene cuenta en Instagram, sospecho de esa persona”**, afirma con naturalidad uno de los jóvenes entrevistados. Esta actitud refleja una percepción cultural emergente. Si la ausencia de un DNI (Documento Nacional de Identidad) era interpretada como una señal de ilegalidad, no tener una cuenta en Instagram puede ser percibido como una actitud de ocultamiento o desinterés por relacionarse.

Redes sociales como Instagram se han convertido en un requisito informal pero efectivo para participar en muchos ámbitos sociales, culturales y hasta profesionales. Facilitan el acceso a un evento (invitaciones digitales, confirmaciones por redes), sirven para verificar la identidad de una persona (**“¿Me pasás tu Instagram?”**), promocionar el perfil profesional, intercambiar servicios y productos o establecer nuevas relaciones.

Sin embargo, algunos opinan que las redes sociales se han ido despersonalizando a medida que plataformas como Facebook introdujeron la lógica algorítmica y la **“intimidación performativa”** (la idea de compartir lo personal para una audiencia). Aunque la mayoría de los jóvenes participa activamente publicando e interactuando con contenidos propios y ajenos, muchos eligen reservar sus opiniones y pensamientos para evitar la sobre exposición.



### 3. IMPACTO SOBRE LA SALUD MENTAL

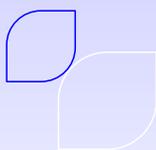
La relación de los jóvenes con las redes sociales es descrita en los grupos focales como **"adictiva", "tóxica" y de "amor-odio"**. ***"Ig y TikTok te atrapan mucho con los videos cortos. Es una adicción y mi generación está acostumbrada a eso"***, comparte uno de los participantes de los grupos. ***"Estás todo el tiempo pendiente de quién vio tu posteo, a quién le gusta... es adictivo... todo el tiempo es así"***.

#### 3.1. La red en la que habito

Muchos jóvenes, especialmente las mujeres, reconocen que las redes dejaron de ser un lugar seguro. La pandemia de COVID-19 aceleró y profundizó la dependencia de las redes sociales para esta población, generando efectos ambivalentes: fueron a la vez un salvavidas y un lastre para la salud mental. Las redes reemplazaron el contacto físico, convirtiéndose en el principal medio de socialización. Plataformas como TikTok, Instagram y YouTube experimentaron un boom como distracción ante el estrés y el aburrimiento mientras que X y Facebook se volvieron fuentes clave de noticias sobre restricciones, vacunas y cifras de contagios.

Las redes generan sentimientos de adicción, ansiedad y pérdida de tiempo, pero también ofrecen beneficios como acceso a información, motivación y distracción. La percepción de toxicidad y controversia en las redes sociales lleva a muchos jóvenes adultos a limitar su exposición. Los grupos focales mencionan que la interacción en redes puede ser negativa, inclusive generando acoso. Los jóvenes son conscientes de la situación y en algunos casos buscan estrategias para intentar reducir el impacto negativo en sus vidas.

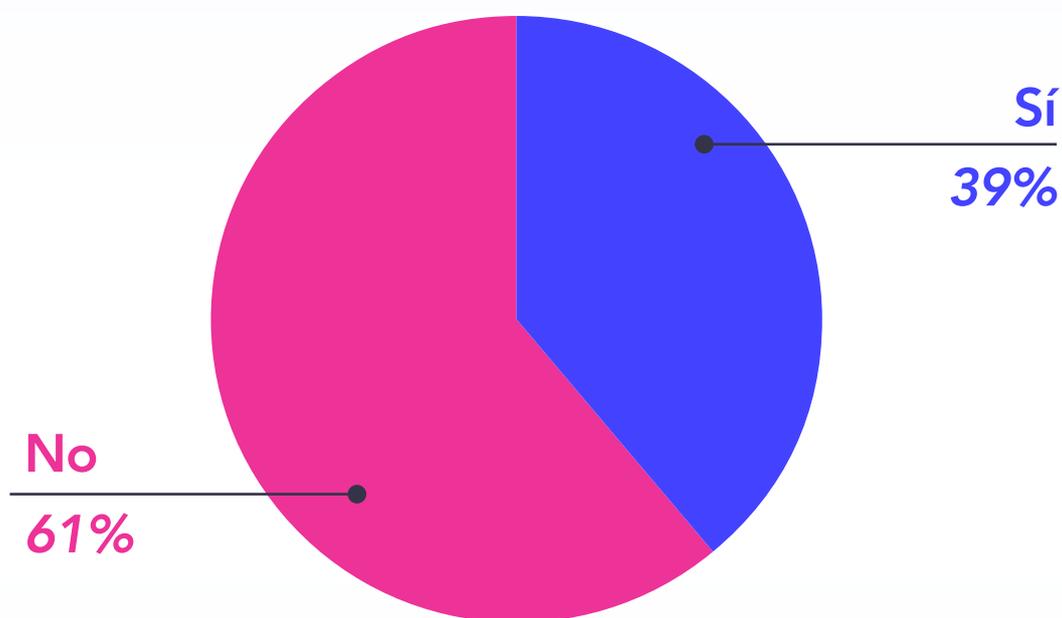
No obstante, para todos los jóvenes, las redes son parte estructural de la vida cotidiana. No se **"usan"**, sino que se **"habita"** en ellas. Los jóvenes las viven como un espacio naturalizado, donde se negocia identidad, visibilidad, relaciones afectivas, trabajo y consumo. Pero frecuentar tanto las redes trae sus consecuencias negativas. En los grupos focales los jóvenes definen su relación con las redes en términos de **"amor-odio"**: ***"Las redes son tóxicas. Me encantan, disfruto pero es contraproducente porque me lleva mucho tiempo y pasaron 2 horas y estuve scrolleando"***. Actualmente el 39% afirma que las redes sociales generan efectos negativos en su salud mental o emocional, comparado con el 61% de quienes indican que las redes no les generan ese tipo de efectos.



## GRÁFICO 2:

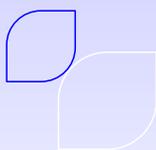
### "Encuesta. Impacto negativo en la salud mental"

— "¿Sentís que el uso de las redes sociales afecta negativamente tu salud mental o emocional?" —



**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

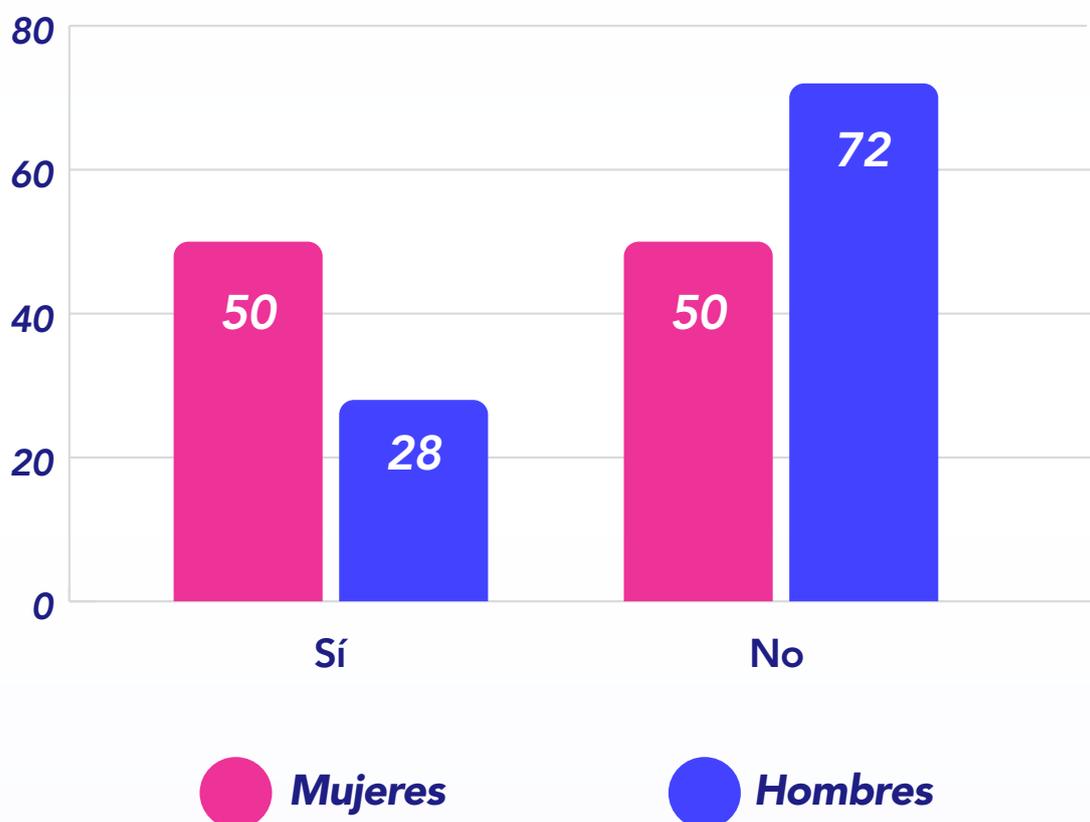
Al analizar estos resultados considerando el género de los consultados, observamos que el 72% de los hombres expresa que el uso de las redes no impacta negativamente en su estado emocional. Del mismo modo, si observamos por segmento etario, se observa que los consultados entre 25 y 35 años sienten menos impacto sobre la salud mental que los más jóvenes.



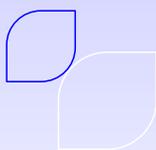
### GRÁFICO 3:

#### "Encuesta. Impacto negativo en la salud mental por género"

*"¿Sentís que el uso de las redes sociales afecta negativamente tu salud mental o emocional?"*



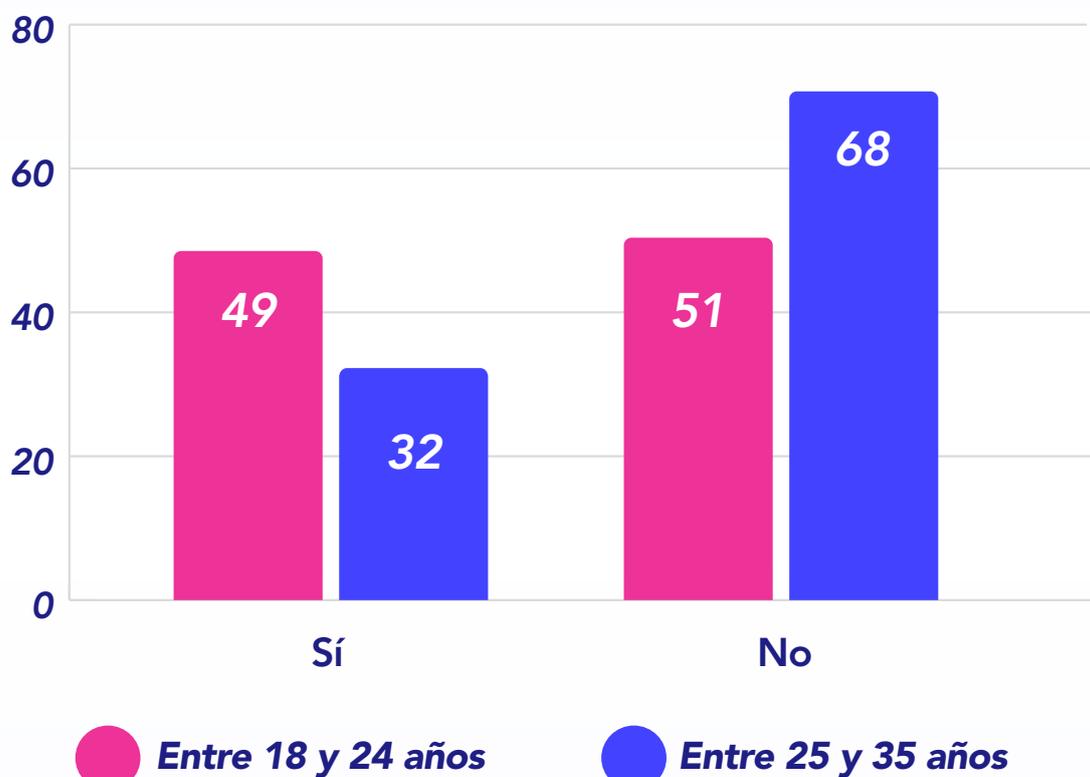
*FUENTE:* Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.



## GRÁFICO 4:

### "Encuesta. Impacto negativo en la salud mental por edades"

— "¿Sentís que el uso de las redes sociales afecta negativamente tu salud mental o emocional?" —



*FUENTE:* Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

Al indagar específicamente por el impacto negativo que generan las redes sociales en la población objetivo, encontramos que los principales efectos son la ansiedad, el agotamiento mental y la dificultad para concentrarse.



## TABLA 8:

### **“Encuesta. Efectos negativos de las redes”**

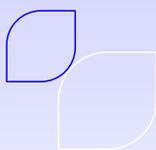
**“(PREGUNTA PARA QUIENES SIENTEN UN EFECTO NEGATIVO DE LAS REDES)  
¿Qué efectos negativos sentís que te generan las redes sociales? (RESPUESTA MÚLTIPLE)”**

	<b>%</b>
<b>Ansiedad</b>	<b>31</b>
<b>Agotamiento mental o emocional</b>	<b>20</b>
<b>Dificultad para concentrarme</b>	<b>20</b>
<b>Problemas de sueño o insomnio</b>	<b>17</b>
<b>Baja autoestima o insatisfacción con mi cuerpo o mi vida</b>	<b>16</b>
<b>Comparación constante con otras personas</b>	<b>14</b>
<b>Tristeza o sensación de soledad</b>	<b>11</b>
<b>Miedo a quedar afuera (FOMO)</b>	<b>9</b>
<b>Prefiero no responder</b>	<b>0</b>
<b>Otro</b>	<b>2</b>
<b>Las redes no me generan ningún efecto negativo</b>	<b>39</b>

**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

Las palabras clave y conceptos que utilizan los jóvenes en los motores de búsqueda de Internet resultan muy reveladores de su estado de ánimo. En ese sentido, encontramos que durante el mes de mayo los jóvenes buscaron los términos “adicción a TikTok” 1.000 veces, al igual que la frase “me siento peor después de usar redes” que obtuvo 1.000 búsquedas mensuales. La frase “odio mi cuerpo” registra más de 3.600 consultas durante mayo o bien búsquedas como “autoestima frases motivadoras” registra más de 8.000 consultas.

Dichas búsquedas indican que la población objetivo de este informe efectivamente demuestra el impacto negativo que las redes sociales generan en ellos, más allá de lo expresado en los grupos focales o en la encuesta.



## 3.2. Cómo es la relación tóxica con las redes

Los jóvenes adultos que participaron de este estudio expresaron preocupación por sentirse "atrapados" en el "loop de dopamina" (videos cortos, scroll infinito, recompensas variables) generado por los algoritmos. Aunque son conscientes de este ciclo vicioso, las redes sociales están tan incorporadas a sus vidas que les resulta imposible concebirse sin ellas. **"Son parte de mi mundo real. No me imagino una cotidianeidad sin las redes,"** observaba una de las participantes en un grupo focal.

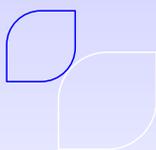
La personalización del contenido por parte de los **algoritmos** puede tener implicaciones tanto positivas como negativas, generando adicción y aumentando el tiempo de uso. Aparece una fatiga emocional digital, que muchos identifican, pero sienten que no pueden evitar.

**"TikTok me consume, no puedo mirar un solo video. Cuando me doy cuenta, pasaron dos horas. Pero al mismo tiempo, no puedo parar",** confesaba una joven.

Los tiempos de **conexión** fueron aumentando a medida que las plataformas ampliaron sus funciones y mejoraron el funcionamiento de los algoritmos. **"Antes te conectabas en un momento particular, pero ahora estamos conectados todo el tiempo",** observaba una participante en uno de los grupos focales.

Al consultar en la encuesta, el 47% indica que usa las redes más tiempo del que le gustaría, otro 47% expresa que usa el tiempo justo y el 6% restante indica que las usa menos tiempo de lo que le gustaría.

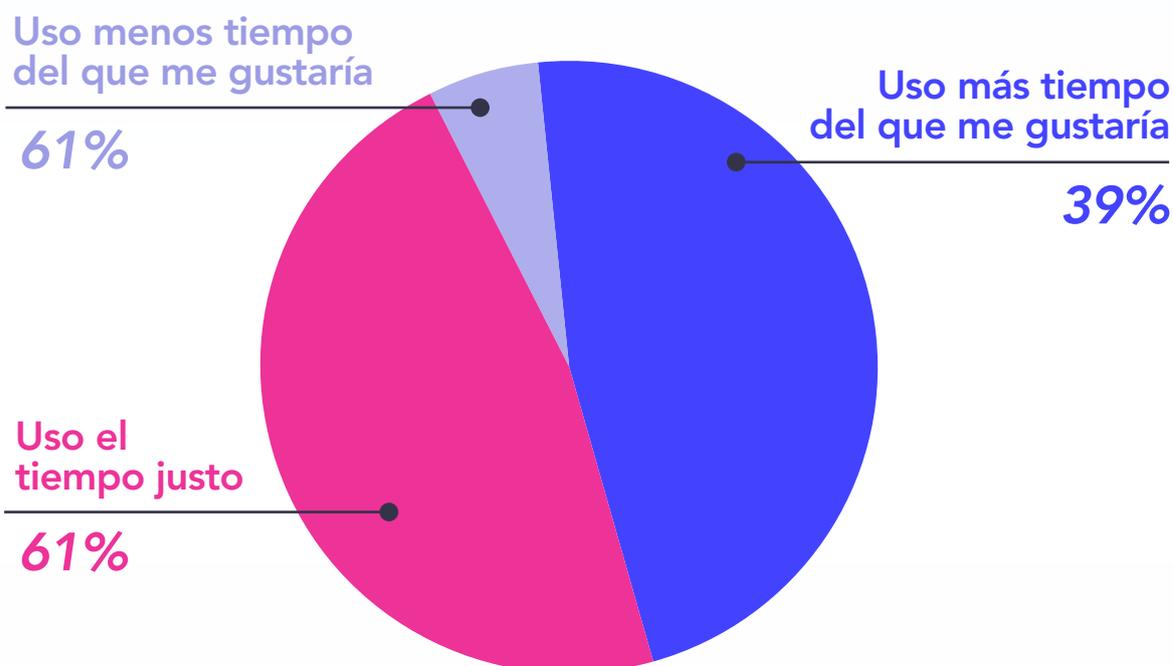




## GRÁFICO 5:

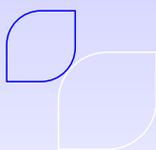
### “Encuesta. Uso de las redes”

— “En general, ¿sentís que usás las redes más, menos o el tiempo justo en relación a lo que te gustaría?” —



**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

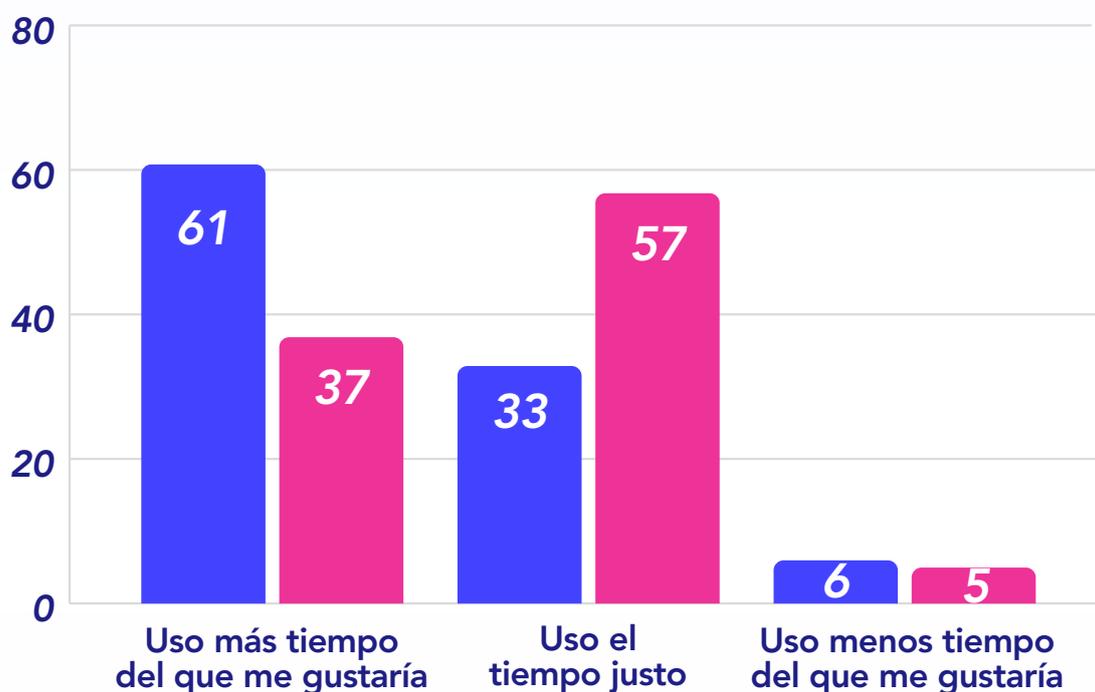
En este sentido, quienes tienen entre 18 y 24 años expresan una mayor dependencia de las redes sociales ya que el 66% de ellos indicó que usan las redes más tiempo del que prefieren, según muestra el gráfico a continuación.



## GRÁFICO 6:

### "Encuesta. Impacto negativo en la salud mental"

— "En general, ¿sentís que usás las redes más, menos o el tiempo justo en relación a lo que te gustaría?" —

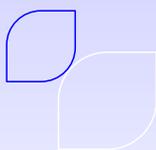


● Entre 18 y 24 años

● Entre 25 y 35 años

**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

Se observa una **consciencia crítica acerca del efecto que generan las redes sociales**, pero también un sentimiento de impotencia o dependencia. Son conscientes del problema, saben que pierden horas en contenido vacío, comparaciones tóxicas o discusiones polarizadas, pero no pueden escapar.

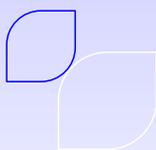


En los entornos digitales, la presencia en redes sociales opera a veces más como un mandato social que como una elección genuina. Esto se refleja en búsquedas como **“me autocensuro en redes”** o **“miedo a opinar en redes”**, que superan las 2.000 consultas mensuales en Argentina —indicador claro de que su uso frecuentemente responde a presiones de pertenencia antes que a un deseo auténtico.

Esta evidencia coincide con los testimonios recogidos en grupos focales, donde se describe la presencia en redes sociales como una condición casi obligatoria para la existencia social, incluso cuando conlleva malestar o tácticas de auto-silencio.

La consulta **“cómo manejar redes sociales”** registra un promedio mensual de 1.900 búsquedas en Argentina, vinculada a preocupaciones sobre el control del tiempo, la administración del scroll y la necesidad de establecer límites saludables. Este comportamiento complementa los hallazgos cualitativos que señalan la implementación de estrategias de autorregulación frente al consumo excesivo y el agotamiento mental asociado al uso intensivo de plataformas.

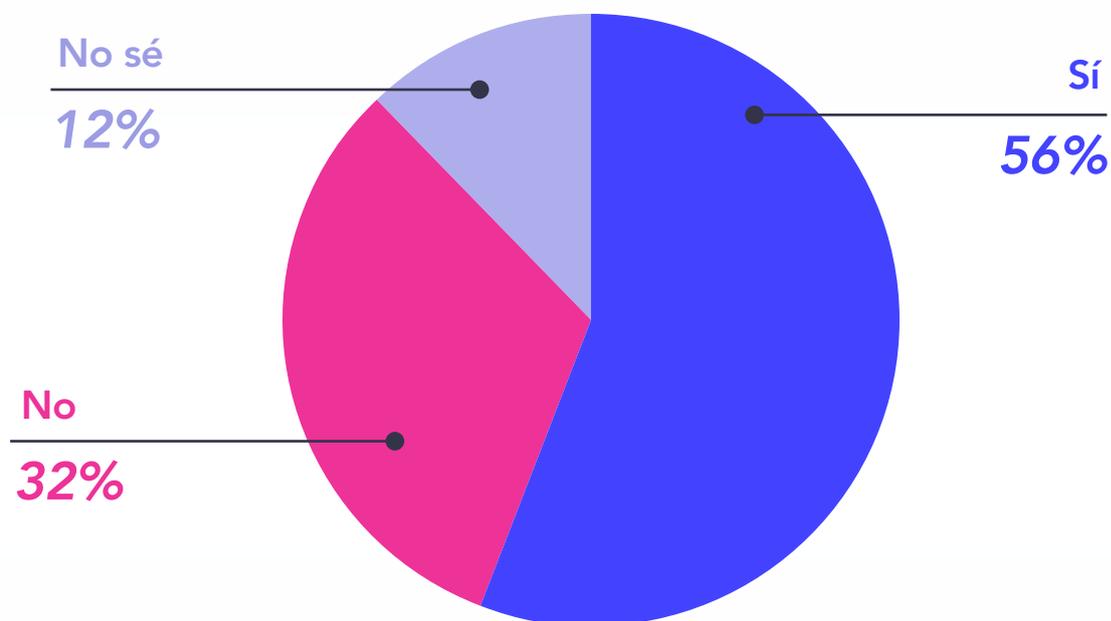
El 56% de los jóvenes consultados en la encuesta indicó que sintió cansancio, saturación o hartazgo por estar mucho tiempo conectado, comparado con el 32% que indicó que sintió dichas sensaciones y el 12% que **“no sabe”**.



## GRÁFICO 7:

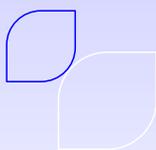
### "Encuesta. Saturación por el uso de redes"

— "¿Alguna vez sentiste cansancio, saturación o hartazgo por estar mucho tiempo conectado a las redes sociales?" —



**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

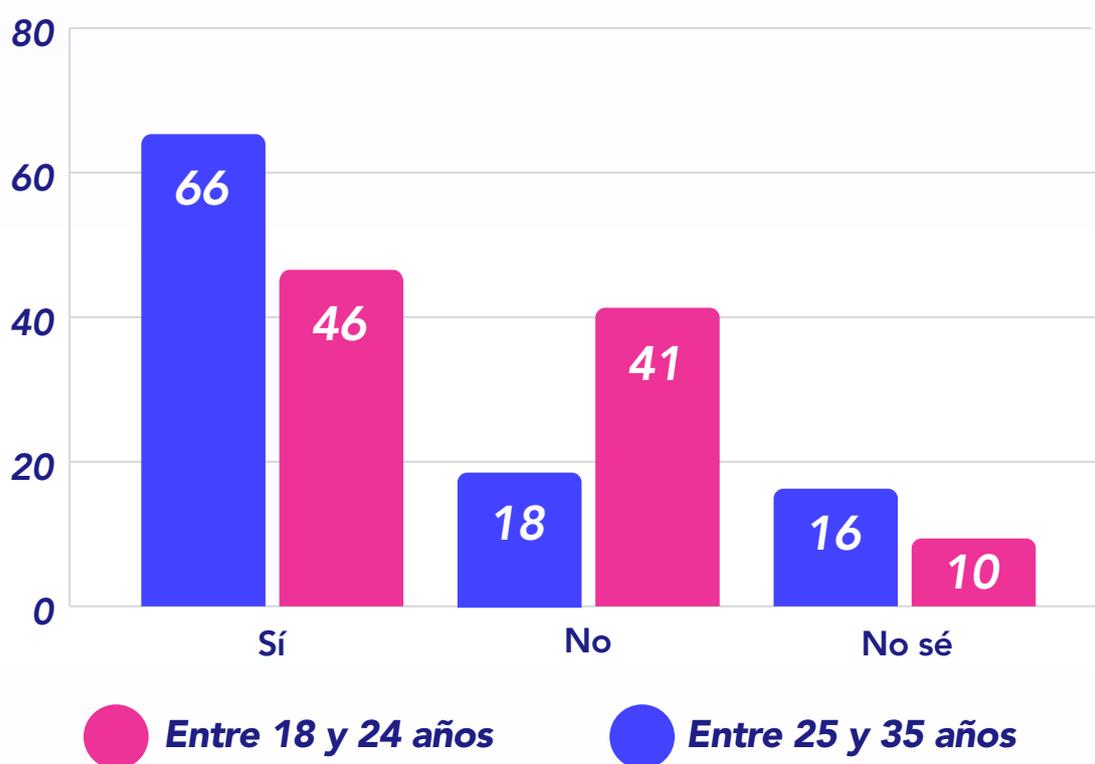
Una vez más, al analizar el comportamiento de los más jóvenes de entre 18 y 24 años se observa que ellos se ven más afectados por las redes ya que el 66% expresó que se sienten cansados, saturados o hartos.



## GRÁFICO 8:

### “Encuesta. Saturación por el uso de redes por edades”

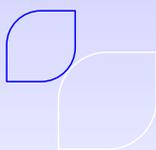
— “¿Alguna vez sentiste cansancio, saturación o hartazgo por estar mucho tiempo conectado a las redes sociales?” —



**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

Muchos han intentado desinstalar apps o usar bloqueadores, rutinas de desconexión y control del tiempo en pantalla. Sin embargo, la necesidad de estar conectados y la presión social para mantener una presencia en línea hacen que estos esfuerzos sean a menudo insuficientes. **“Trato de aprovecharlas, pero con respeto para no caer en el loop de perder la noción del tiempo”** señalaba uno de los jóvenes que participó en este estudio.

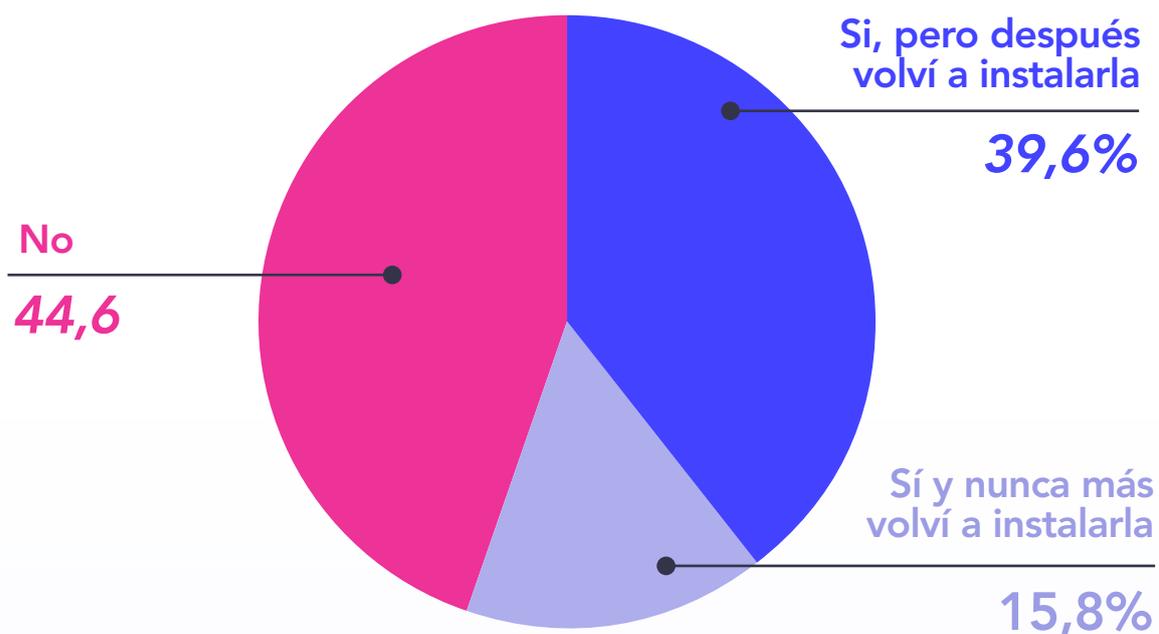
El 40% en la encuesta señaló que intentó dejar alguna red social porque se cansó, pero luego volvió a instalarla; el 15% indicó que dejó la red social y no volvió a usarla; y el 45% restante indicó que nunca intentó dejar ninguna red.



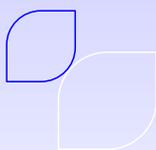
## GRÁFICO 9:

### "Encuesta. Reacción por cansancio de las redes"

— ¿Intentaste dejar alguna red social porque te cansaste y volviste a instalarla después? —



**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.



**TABLA 9:**

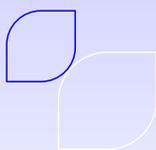
**Palabras clave con volumen mensual declarado (Argentina)**

<b>PALABRA CLAVE</b>	<b>VOLUMEN MENSUAL</b>	<b>DIFICULTAD (%)</b>	<b>RESULTADOS EN GOOGLE</b>
<i>Dar de baja instagram</i>	1900	40%	303 M
<i>Adicción a las redes sociales</i>	720	46%	3.5 M
<i>Dejar el celular</i>	390	43%	300 M
<i>Como tener amigos en internet</i>	70	32%	98.1 M
<i>Como saber si una noticia es falsa</i>	20	30%	23.7 M
<i>Aunque me sienta mal</i>	10	27%	84.3 M
<i>Dejar las redes sociales</i>	10	36%	235 M

*FUENTE:* Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

Algunas frases muestran bajo volumen de búsqueda, pero muy alta presencia en la web, lo que permite registrar un interés temático extendido. Las búsquedas no permiten inferencia directa hacia juventudes, pero actúan como trazas digitales que pueden enmarcarse en los malestares tematizados en los grupos focales.

En otro orden de temas, las redes sociales han potenciado la comunicación, pero también han amplificado formas de **violencia interpersonal**. Problemas como el **acoso sexual**, el **cyberbullying**, la **"cancelacion"** o la **difusión no consensuada de contenido íntimo** han creado dinámicas tóxicas con consecuencias graves, especialmente para jóvenes. Según lo que apreciamos en la encuesta, esas son las principales situaciones que enfrentan los jóvenes en el ámbito digital.



**TABLA 10:**

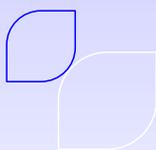
**“Encuesta. Impacto de las redes”**

— **“¿Alguna vez sufriste alguna de estas situaciones en redes sociales o plataformas digitales? (RESPUESTA MÚLTIPLE)”** —

	<b>%</b>
<b>Acoso sexual o mensajes no deseados de contenido sexual</b>	<b>19</b>
<b>Bullying (burlas, hostigamiento o agresiones repetidas por parte de otras personas)</b>	<b>17</b>
<b>Cancelación</b>	<b>12</b>
<b>Difusión de imágenes o datos personales sin consentimiento</b>	<b>12</b>
<b>Grooming</b>	<b>7</b>
<b>Otra situación de acoso o violencia digital</b>	<b>12</b>
<b>No, no sufrí ninguna de esas situaciones</b>	<b>50</b>
<b>Prefiero no responder</b>	<b>10</b>

**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

Si analizamos las respuestas por género, observamos que el 34% de las mujeres expresó haber percibido acoso sexual en las redes sociales, comparado con el 5% de los hombres que lo señaló. Inclusive la diferencia inter-género es amplia cuando analizamos el porcentaje de mujeres que indicó no haber sufrido situaciones adversas (37%), comparado con dicho porcentaje de parte de los hombres (62%). Para ellos, las redes sociales representan un lugar mucho más seguro que para las mujeres.



**TABLA 11:**

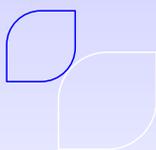
**“Encuesta. Impacto de las redes por género”**

— **“¿Alguna vez sufriste alguna de estas situaciones en redes sociales o plataformas digitales? (RESPUESTA MÚLTIPLE)”** —

	<b>% MUJERES</b>	<b>% HOMBRES</b>
<b>Acoso sexual o mensajes no deseados de contenido sexual</b>	34	5
<b>Bullying (burlas, hostigamiento o agresiones repetidas por parte de otras personas)</b>	23	11
<b>Cancelación</b>	14	10
<b>Difusión de imágenes o datos personales sin consentimiento</b>	17	8
<b>Grooming</b>	12	1
<b>Otra situación de acoso o violencia digital</b>	18	6
<b>No, no sufrí ninguna de esas situaciones</b>	37	60
<b>Prefiero no responder</b>	6	13

**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

El segmento de jóvenes entre 18 y 24 años también es un segmento para observar especialmente, tal como el de las mujeres. El 24% reporta haber sufrido bullying y el 28% acoso sexual o mensajes no deseados. En ese sentido, el volumen de jóvenes adultos de entre 25 y 35 que no sufrieron situaciones adversas en las redes asciende a 56%, comparado con los jóvenes de entre 18 y 24 años (40%).



**TABLA 12:**

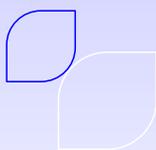
**“Encuesta. Impacto de las redes por edades”**

— **“¿Alguna vez sufriste alguna de estas situaciones en redes sociales o plataformas digitales? (RESPUESTA MÚLTIPLE)”** —

	<b>% ENTRE 18 Y 24 AÑOS</b>	<b>% ENTRE 25 Y 35 AÑOS</b>
<b><i>Acoso sexual o mensajes no deseados de contenido sexual</i></b>	28	13
<b><i>Bullying (burlas, hostigamiento o agresiones repetidas por parte de otras personas)</i></b>	24	12
<b><i>Cancelación</i></b>	14	11
<b><i>Difusión de imágenes o datos personales sin consentimiento</i></b>	16	10
<b><i>Grooming</i></b>	11	4
<b><i>Otra situación de acoso o violencia digital</i></b>	17	9
<b><i>No, no sufrí ninguna de esas situaciones</i></b>	40	56
<b><i>Prefiero no responder</i></b>	7	12

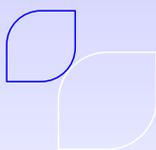
**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

Los jóvenes, en especial quienes tienen entre 18 y 24 años, se sienten cautivos de una relación que sienten que los perjudica, pero que no controlan. Es destacable que existe un nivel de conciencia importante acerca del mal que genera el exceso de redes sociales, aunque no logran dar con la tecla en la estrategia correcta para revertir el impacto negativo.



Por su parte, plataformas como TikTok, Instagram o Facebook, lejos de ayudar a los usuarios a mejorar su vinculación, implementan mecanismos cada vez más adictivos para captar la atención, profundizando la relación de dependencia y el aislamiento en detrimento de formas de vinculación más personales. En el mediano y largo plazo esta dinámica se vuelve peligrosa a medida los jóvenes se vinculan cada vez más con personas que refuerzan sus creencias, pero van perdiendo la capacidad de empatizar con sujetos que piensan distinto o viven otras realidades.





## 4. REDES SOCIALES Y POLÍTICA

### 4.1. Influencia en la percepción política

Las redes sociales influyen fuertemente en la percepción política de los jóvenes, constituyendo su fuente principal de información. Las redes sociales satisficieron la demanda de información en tiempo real que la TV/radio no podían cubrir (ej.: atentados, resultados electorales).

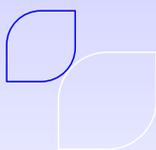
Los usuarios pasaron de buscar noticias a recibirlas mediante algoritmos que priorizan lo impactante sobre lo relevante. La mayoría de las personas no consume más que fotos y titulares de noticias, convertidas en "**snackables**" (titulares para stories, videos de 15"). Sólo las personas que están más interesadas en política profundizan una noticia accediendo a la fuente principal.

Instagram lidera como fuente de información para jóvenes. Sin embargo, la desconfianza en los contenidos es alta, especialmente en X y TikTok. Los principales medios periodísticos continúan siendo los que otorgan legitimidad a las

noticias, incluso las que circulan en redes sociales. Ese es un aspecto muy relevante y esperanzador para los medios tradicionales, que hasta ahora padecen un fuerte desinterés y alejamiento de parte de las audiencias.

De este modo, según lo conversado en los grupos focales, el consumo de noticias en las redes sociales es liderado por cuentas asociadas a los principales medios productores de noticias como Infobae o TN. Sin embargo también se observa la penetración de nuevos actores como los medios nativos digitales (El Destape o Filo.news), diseñados desde su origen para viralización.

Conscientes del sesgo de la información que circula en las redes sociales, muchos jóvenes adquirieron el hábito de consultar fuentes diversas que, a menudo, muestran posiciones contradictorias. La desconfianza hacia los medios de comunicación dominantes hizo que surgieran también modelos de difusión de las noticias que escapan a la lógica



**TABLA 13:**

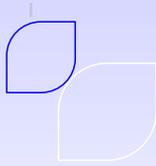
**“Encuesta. Medio o red social para informarse sobre política”**

**“¿Qué medio o red social te parece MÁS ÚTIL para informarte sobre política? (RESPUESTA MÚLTIPLE)”**

	<b>%</b>
<b>Portales de noticias en Internet</b>	<b>33</b>
<b>Instagram</b>	<b>21</b>
<b>YouTube</b>	<b>29</b>
<b>La radio o la televisión</b>	<b>28</b>
<b>Facebook</b>	<b>27</b>
<b>X</b>	<b>22</b>
<b>TikTok</b>	<b>12</b>
<b>NO me interesa informarme sobre política</b>	<b>8</b>
<b>Otro medio</b>	<b>2</b>

*FUENTE:* Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

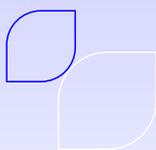
La radio y la televisión aún juegan un papel importante en la configuración de la subjetividad política de los jóvenes. Los grupos focales sugieren además que algunos jóvenes recurren a estos medios para obtener una perspectiva más equilibrada o para verificar la información que encuentran en redes sociales. Los comentarios de otros usuarios son una fuente de validación para algunos jóvenes que desconfían de la información que ven en las redes sociales. **“Leo los comentarios para ver si otras personas están pensando lo mismo, para validar”.**



A diferencia de décadas atrás, cuando había uno o dos formadores de opinión (ej.: Bernardo Neustad o Jorge Lanata) que dominaban los medios y concentraban el poder de moldear las subjetividades políticas, actualmente el poder de influencia parece estar más disperso entre canales de streaming, redes sociales y medios tradicionales. A partir de menciones en los grupos focales, la encuesta midió el nivel de imagen y conocimiento de algunas personas del mundo digital.

Con una imagen positiva de 48% y una imagen negativa de 29%, Migue Granados (Olga) lidera el ranking entre los **“influencers”** evaluados, seguido por Pedro Rosemblat (Gelatina) con 33% de positiva, Daniel Parisini (Carajo), conocido como “el Gordo Dan” con 29% de imagen positiva y luego Tomas Rebord (Blender) con 23% de imagen positiva. Migue Granados aparece como el más transversal ya que goza de buena imagen entre los votantes de Unión por la Patria como entre los libertarios.





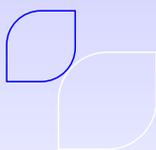
**TABLA 14:**

**"Encuesta. Imágenes de influencers"**

— **"¿Qué opinión tenés de [NOMBRE DEL INFLUENCER], en términos de muy buena, buena, mala o muy mala?"** —

<b>INFLUENCER</b>	<b>% MUY BUENA + BUENA</b>	<b>% MALA + MUY MALA</b>	<b>% NO SABE + NO LO CONOCE</b>
<b>Miguel Granados</b>	48	29	23
<b>Pedro Rosemblat</b>	33	34	33
<b>Gordo Dan</b>	29	34	37
<b>Tomás Rebord</b>	23	20	57

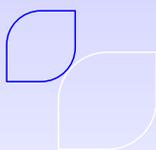
**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.



## 4.2. Interacción y debate

La encuesta revela que el 68% de los jóvenes comparte contenido político en redes sociales aunque prefiere abstenerse de opinar.

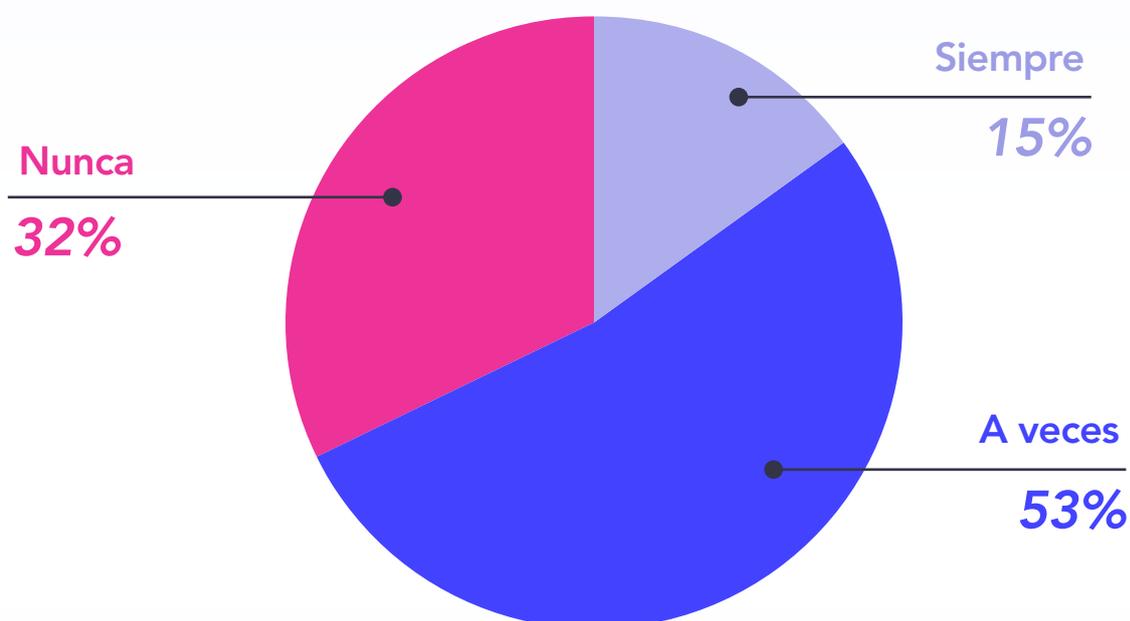




## GRÁFICO 10:

### "Encuesta. Compartir contenido político en redes"

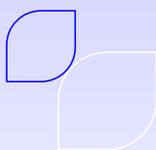
— "¿Compartís contenido político en redes sociales?" —



**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

Los grupos focales revelan que, aunque la mayoría de los jóvenes comparte contenido político porque cree que puede contribuir a generar cambios, la interacción y el debate en línea pueden ser limitados. La mayoría no opina sobre política en redes sociales para evitar conflictos. Entienden que las opiniones están muy polarizadas y que las redes sociales no son un ámbito propicio para el diálogo. Estas personas a menudo lo hacen en grupos cerrados con amigos cercanos.

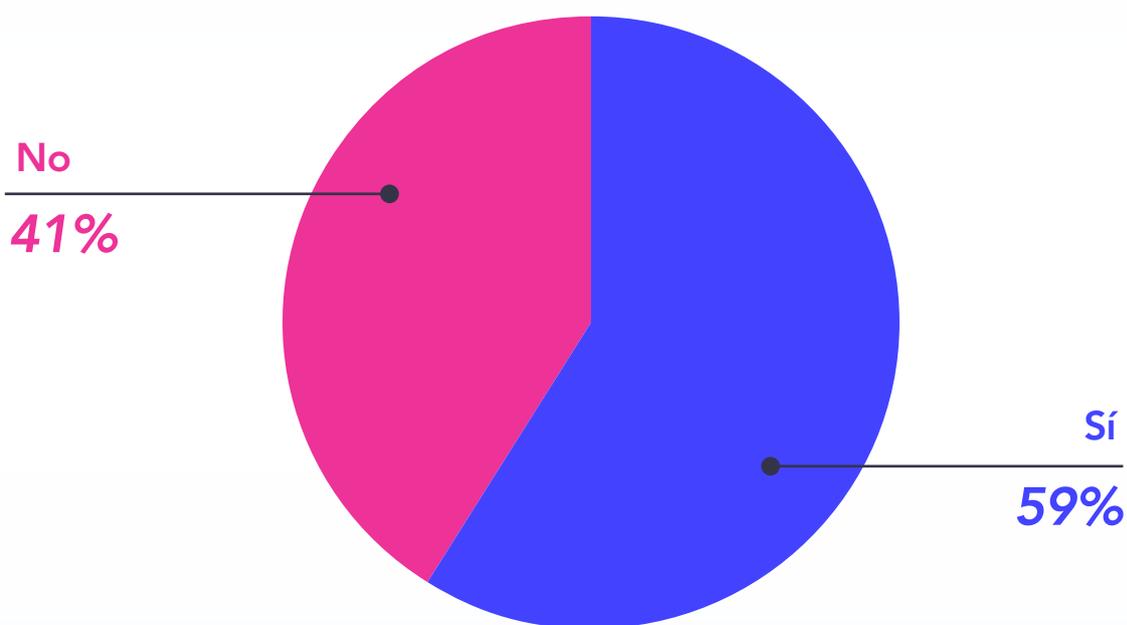
En ese sentido, la encuesta indica que el 59% considera que compartir contenido político en redes sociales puede contribuir a generar algún tipo de cambio social o político, comparado con el 41% que no lo cree.



## GRÁFICO 11:

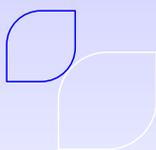
### "Encuesta. Impacto del contenido político"

— **"¿Creés que compartir contenido político en redes sociales (como opiniones, noticias o memes) puede contribuir a generar algún tipo de cambio social o político?"** —



**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

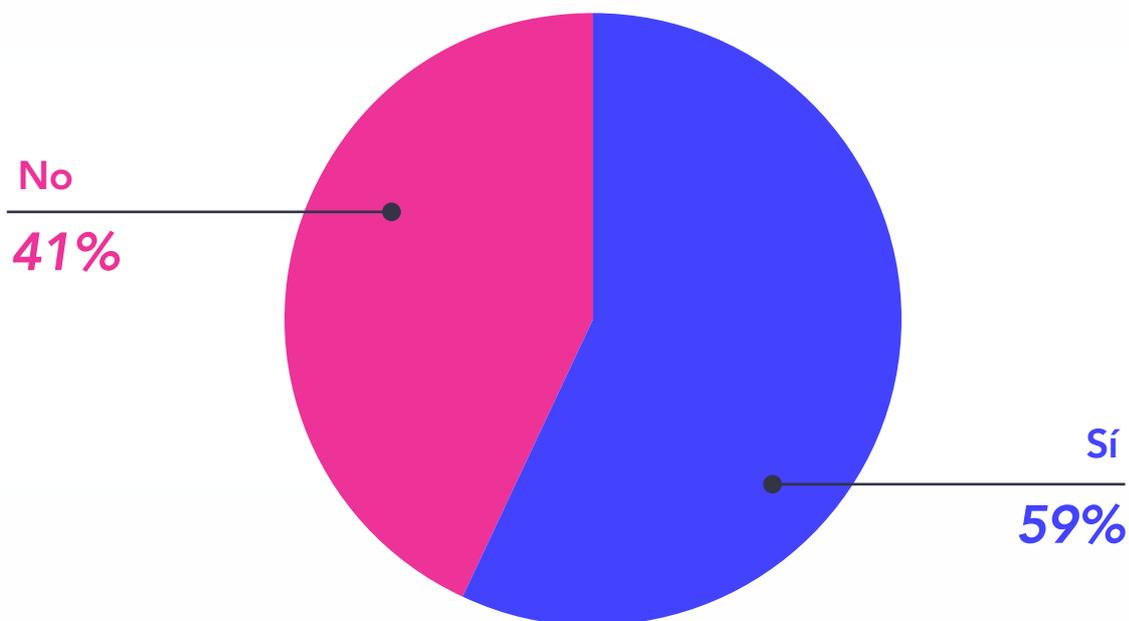
Más de la mitad de los jóvenes ha dejado de seguir a alguien o alguien ha dejado de seguirlo debido a diferencias políticas. Estos datos reflejan el alto nivel de polarización y la tensión que puede surgir en las interacciones políticas en línea.



## GRÁFICO 12:

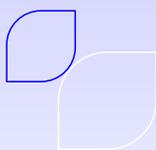
### "Encuesta. Diferencias políticas"

— "¿Alguna vez dejaste de seguir a alguien o dejaron de seguirte en redes por diferencias políticas?" —



**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

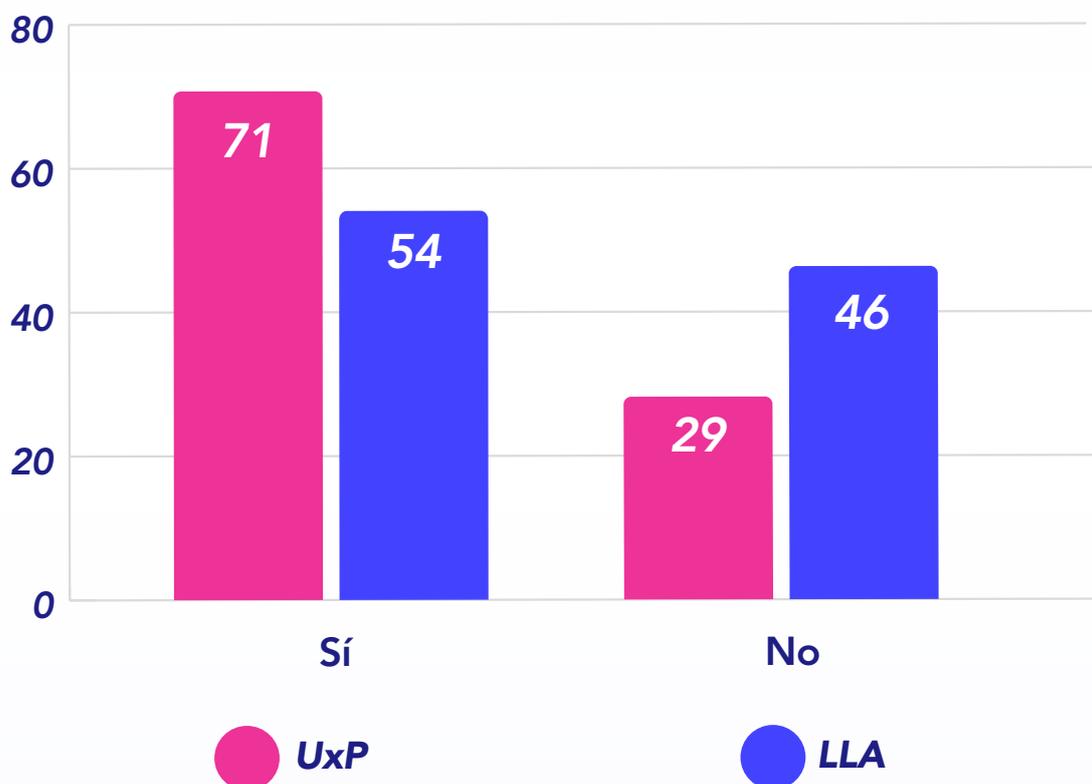
Al analizar los resultados considerando la votación para presidente en octubre 2023, se observa que los votantes de Unión por la Patria reportan haber experimentado en mayor medida este tipo de desencuentro.



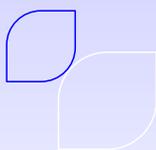
## GRÁFICO 13:

### "Encuesta. Diferencias políticas por voto presidencial 2023"

— "¿Alguna vez dejaste de seguir a alguien o dejaron de seguirte en redes por diferencias políticas?" —



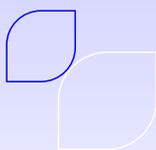
**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.



### 4.3. Algoritmos, privacidad, manipulación y poder político

Algunos jóvenes expresan preocupación por la cantidad de datos personales que las empresas tecnológicas recopilan y utilizan, sin embargo, prima la resignación frente a una situación que consideran como “una batalla perdida”. El 39% de los jóvenes consultados en la encuesta sugiere que le preocupa muy poco o nada que las redes sepan demasiado sobre ellos mismos.

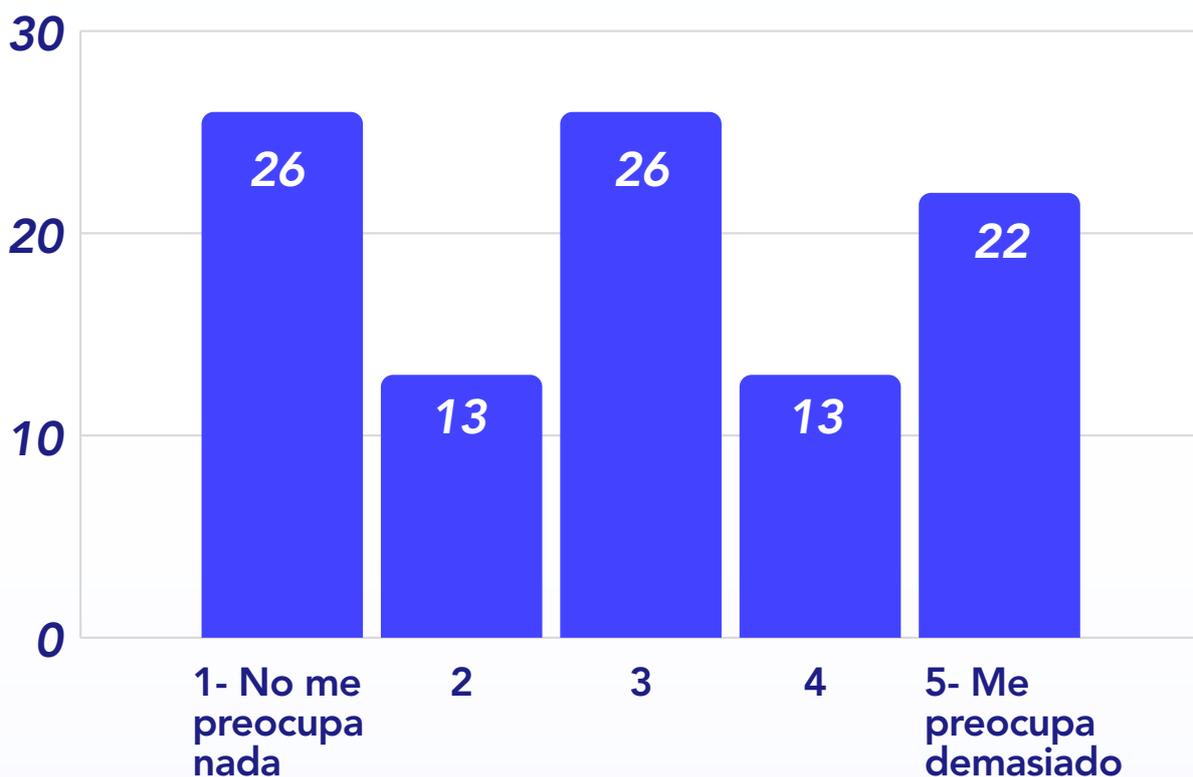




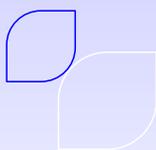
## GRÁFICO 14:

### "Encuesta. Preocupación sobre la privacidad"

— "Pensando en las redes sociales que utilizás, —  
¿te preocupa que las redes sepan demasiado sobre vos?  
Para responder por favor considerá una escala del  
1 al 5, donde 1 es "No me preocupa nada"  
y 5 es "Me preocupa mucho"



**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

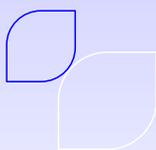


Aunque las redes sociales se transformaron en los últimos años en el principal canal para informarse sobre la actualidad, hay un alto nivel de desconfianza por la veracidad de la información. Los jóvenes son conscientes de que las plataformas utilizan algoritmos para personalizar el contenido, lo que puede llevar a la creación de **"burbujas de información"** y reforzar creencias preexistentes. Los más informados intentan diversificar las fuentes que consultan para no sentirse manipulados por sesgos informativos.

Los participantes de los grupos focales mencionan que los algoritmos pueden manipular el contenido que ven, influyendo en sus opiniones y comportamientos. ***"No me gusta del algoritmo que te estén persiguiendo porque dijiste 'quiero zapatillas' y te aparecen propagandas de zapatillas todo el tiempo"***.

Esta manipulación es percibida como una amenaza a la autonomía y la capacidad de tomar decisiones informadas. El 48% considera que hay libertad de expresión en las redes, comparado con el 44% que cree que hay manipulación.

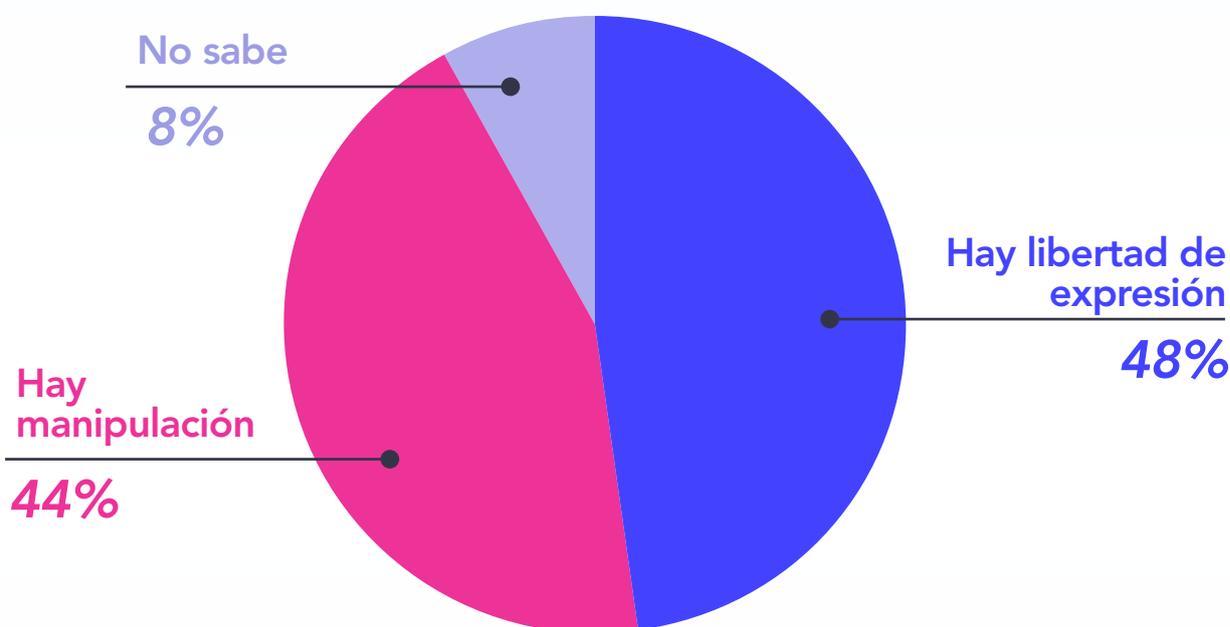




## GRÁFICO 15:

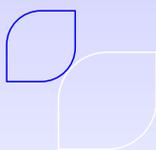
### "Encuesta. Impacto de las redes en la libertad de expresión"

— "¿Creés que hay libertad de expresión en las redes sociales o percibís que hay censura y manipulación?" —



**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

Nuevamente, los hombres se muestran más confiados que las mujeres. Mientras que el 55% de los hombres opina que hay libertad de expresión en las redes, sólo el 41% de las mujeres comparte esa idea.



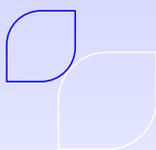
## GRÁFICO 16:

### "Encuesta. Impacto de las redes en la libertad de expresión por género"

— "¿Creés que hay libertad de expresión en las redes sociales o percibís que hay censura y manipulación?" —



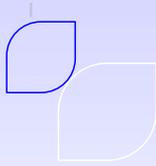
**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.



Aunque las redes sociales se transformaron en los últimos años en el principal canal para Distintos estudios muestran que los hombres tienden a confiar más en la neutralidad de la tecnología, mientras que las mujeres suelen percibirla con más escepticismo, especialmente si han vivido experiencias de exclusión o discriminación en esos espacios. Esto puede influir en cómo interpretan el funcionamiento de los algoritmos y su impacto. Un informe de la UNESCO (<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000367416>) de 2020 señalaba que ***“las mujeres suelen desconfiar más de las tecnologías digitales y sienten que estas no están diseñadas para ellas ni con ellas en mente. Esta desconfianza no es infundada: se basa en experiencias previas de sesgo, exclusión y violencia digital”*** (p. 36).

Como hemos observado en preguntas de este estudio referidas al impacto emocional y a las diferentes formas de violencia que se ejercen en las redes sociales, las mujeres, son más frecuentemente blanco de discursos de odio, acoso, sexualización y hostigamiento online. Esto genera una experiencia cotidiana de las redes más autorregulada y tensa, que puede ser percibida como una restricción indirecta a la libertad de expresión.





## 4.4. Poder político de las plataformas

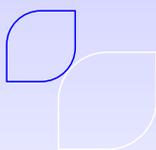
Es importante analizar cómo se percibe el poder de las empresas de tecnología en relación con el poder del Estado porque esta relación redefine quién controla, regula e influye sobre aspectos fundamentales de la vida social, económica y política en las sociedades contemporáneas.

Empresas como Google, Meta, Amazon o X tienen capacidad para establecer sus propias reglas de moderación del discurso público, almacenar y procesar grandes volúmenes de datos personales y condicionar flujos de información y consumo.

Aunque algunos de los jóvenes que participaron de los grupos focales expresaron preocupación por la manipulación de sus datos personales y por el creciente poder que tienen las empresas líderes en tecnología, en general no se observa una demanda de que estos temas sean abordados desde la política.

El 60% de los jóvenes consultados considera que empresas como Google, Facebook y TikTok tienen demasiado poder sobre lo que ellos sienten o piensan, mientras que el 20% indicó que no tienen demasiado poder y el 20% restante no puede opinar al respecto. tradicional, cuentas anónimas en Telegram/WhatsApp que burlan la censura con noticias más “crudas”.

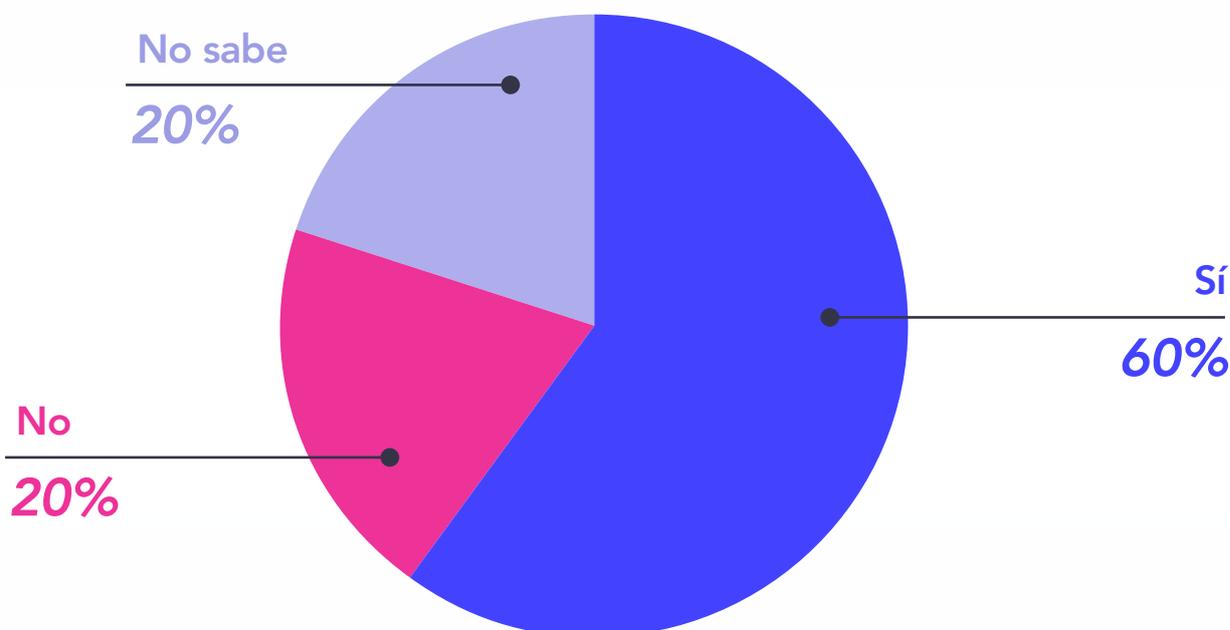




## GRÁFICO 17:

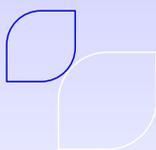
### "Encuesta. Influencia de empresas tecnológicas"

— "¿Creés que empresas como Facebook, Google o TikTok tienen demasiado poder sobre lo que las personas ven o piensan?" —



**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

Las redes sociales son vistas como poderosas formadoras de opinión, especialmente entre los más jóvenes. Las plataformas influyen en la percepción política y en la difusión de información, lo que puede tener implicaciones significativas en el ámbito político.



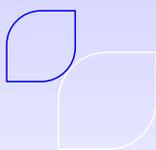
El poder de las plataformas digitales no emana de elecciones ni está sujeto a mecanismos institucionales de rendición de cuentas. Sin embargo, sus decisiones afectan derechos fundamentales al establecer sus propias reglas de moderación del discurso público y manipular libremente grandes volúmenes de datos personales condicionando flujos de información y consumo.

Las asimetrías de poder no sólo se observan en la relación entre los usuarios y las plataformas tecnológicas, sino que también empieza a notarse un desequilibrio de poder entre los Estados y los dueños de las plataformas. En muchos casos, los Estados dependen de las infraestructuras y servicios que brindan estas empresas (nubes, sistemas educativos, plataformas de comunicación).

Analizar cómo se percibe el poder de estas empresas es clave porque tiene un impacto directo en la calidad del sistema democrático. Si las empresas son vistas como más eficientes y confiables que el Estado, se debilita la legitimidad estatal. Si el Estado es visto como lento, ineficaz o corrupto, se justifica el poder de las plataformas como **“necesario”** o **“inevitable”**.

Empresarios como Elon Musk o Mark Zuckerberg gozan de un alto nivel de conocimiento a nivel global. Según la encuesta, la imagen positiva de estos empresarios norteamericanos entre los jóvenes en Argentina supera el 50%.





**TABLA 15:**

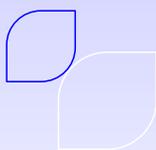
**“Encuesta. Imágenes de empresarios tecnológicos”**

— **“¿Qué opinión tenés de [NOMBRE], en términos de muy buena, buena, mala o muy mala?”** —

<b>EMPRESARIO TECNOLÓGICO</b>	<b>% MUY BUENA + BUENA</b>	<b>% MALA + MUY MALA</b>	<b>% NO SABE + NO LO CONOCE</b>
<b>Mark Zuckerberg</b>	56	25	19
<b>Elon Musk</b>	53	34	13

*FUENTE:* Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

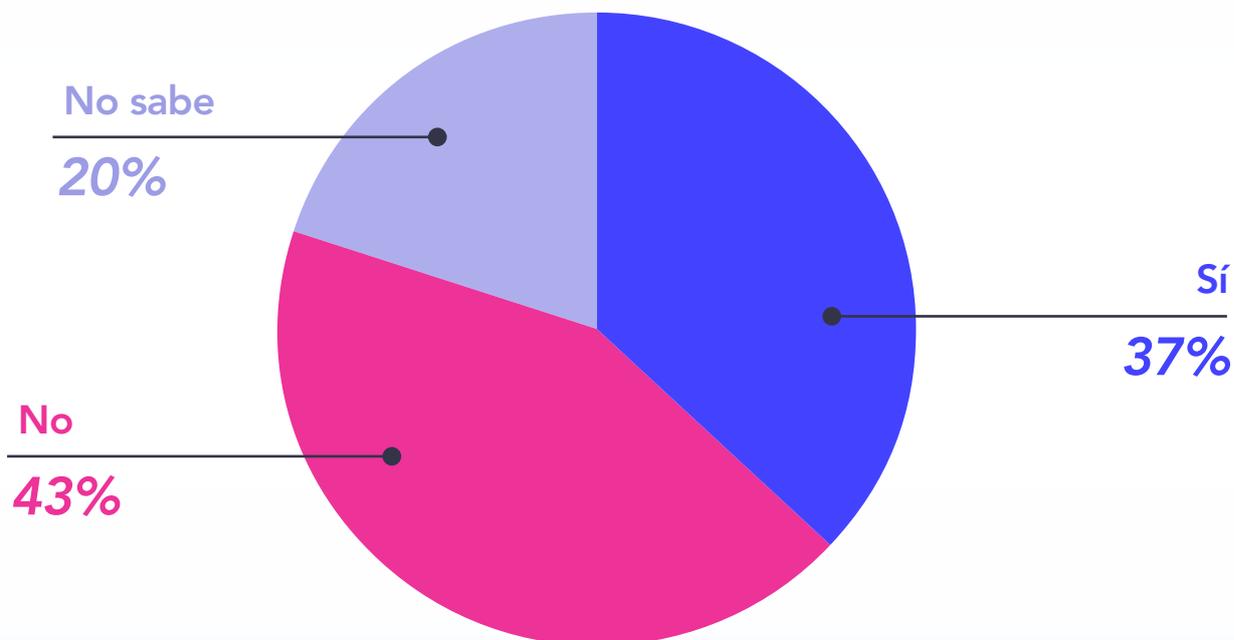
Aunque hay una percepción compartida ampliamente acerca del creciente poder de influencia de las empresas tecnológicas, no hay un consenso sobre la necesidad de regularlas. Algunos jóvenes apoyan la intervención estatal para proteger la privacidad y limitar la manipulación, mientras que otros temen que la regulación pueda restringir la libertad de expresión. De acuerdo a nuestra encuesta, el 37% opina que deben ser reguladas mientras que el 43% opina que no y el 20% no sabe.



## GRÁFICO 18:

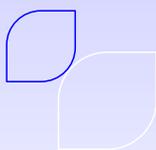
### "Encuesta. Intervención estatal"

— **"¿Pensás que el Estado debería intervenir para regular el poder de las empresas tecnológicas? (por ejemplo: protegiendo la privacidad de los usuarios, limitando la manipulación de algoritmos, controlando la desinformación, etc.)"** —



**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

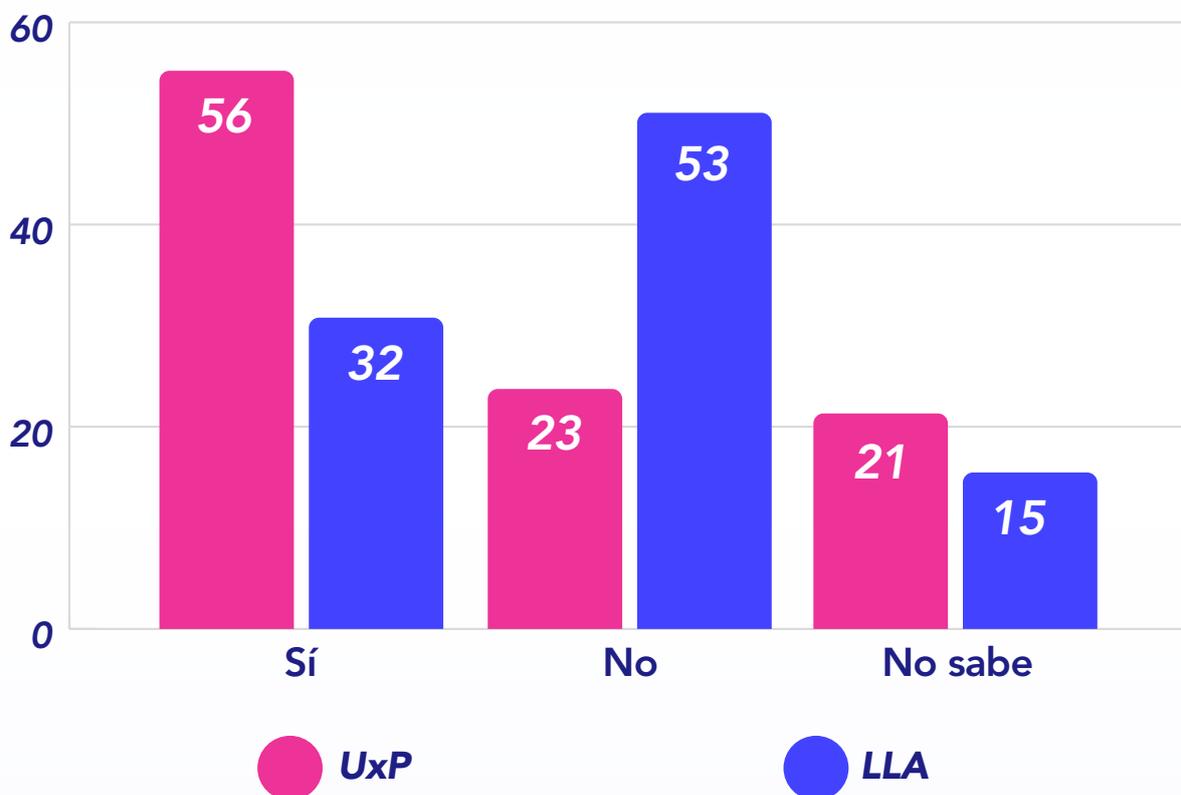
Los jóvenes que votaron a Unión por la Patria en las elecciones presidenciales de 2023 son más propensos a apoyar medidas regulatorias. El 56% de esos votantes está a favor de la intervención del Estado contra el 32% de los votantes de La Libertad Avanza.



## GRÁFICO 19:

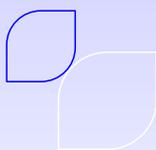
### "Encuesta. Intervención estatal por voto presidencial 2023"

— **"¿Pensás que el Estado debería intervenir para regular el poder de las empresas tecnológicas? (por ejemplo: protegiendo la privacidad de los usuarios, limitando la manipulación de algoritmos, controlando la desinformación, etc.)"** —



**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

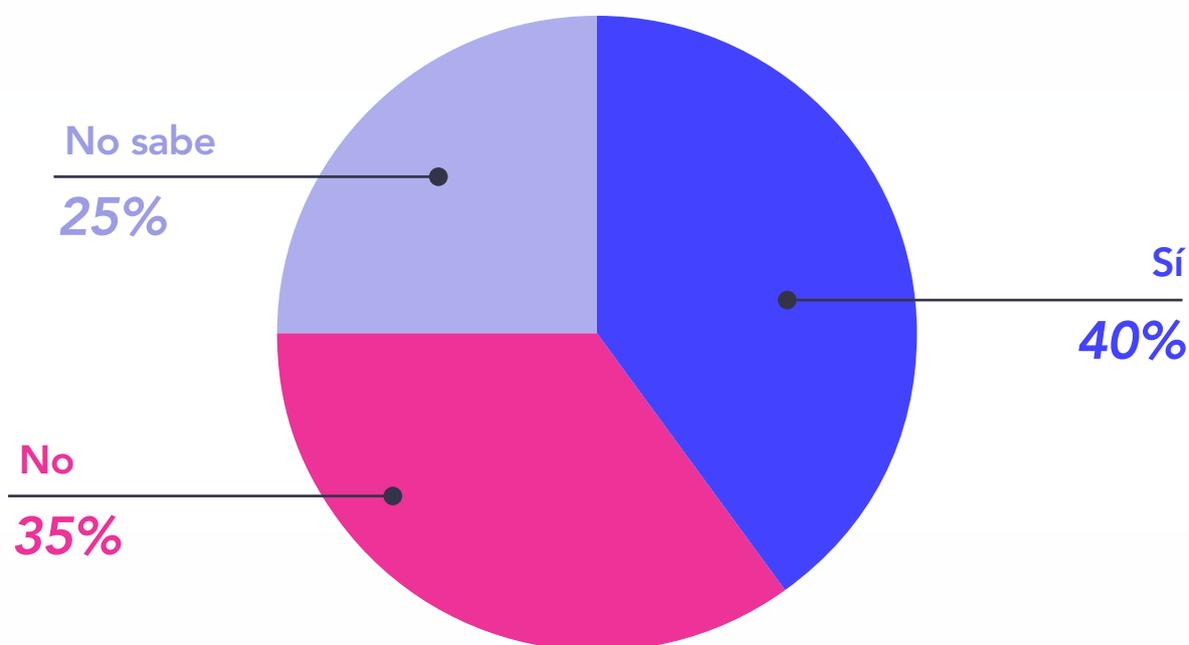
La desconfianza en la capacidad del Estado para intervenir eficazmente en favor de los ciudadanos, devenidos usuarios, es ampliamente compartida. Muchos jóvenes dudan de que las instituciones del Estado tengan la capacidad política o el conocimiento técnico para implementar medidas regulatorias efectivas. Tal lo demuestra el siguiente cuadro, los más jóvenes son los más escépticos.



## GRÁFICO 20:

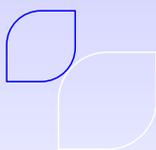
### "Encuesta. Poder del Estado para intervenir"

— **"¿Pensás que el Estado tiene suficiente poder para regular a las empresas tecnológicas?"** —



**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

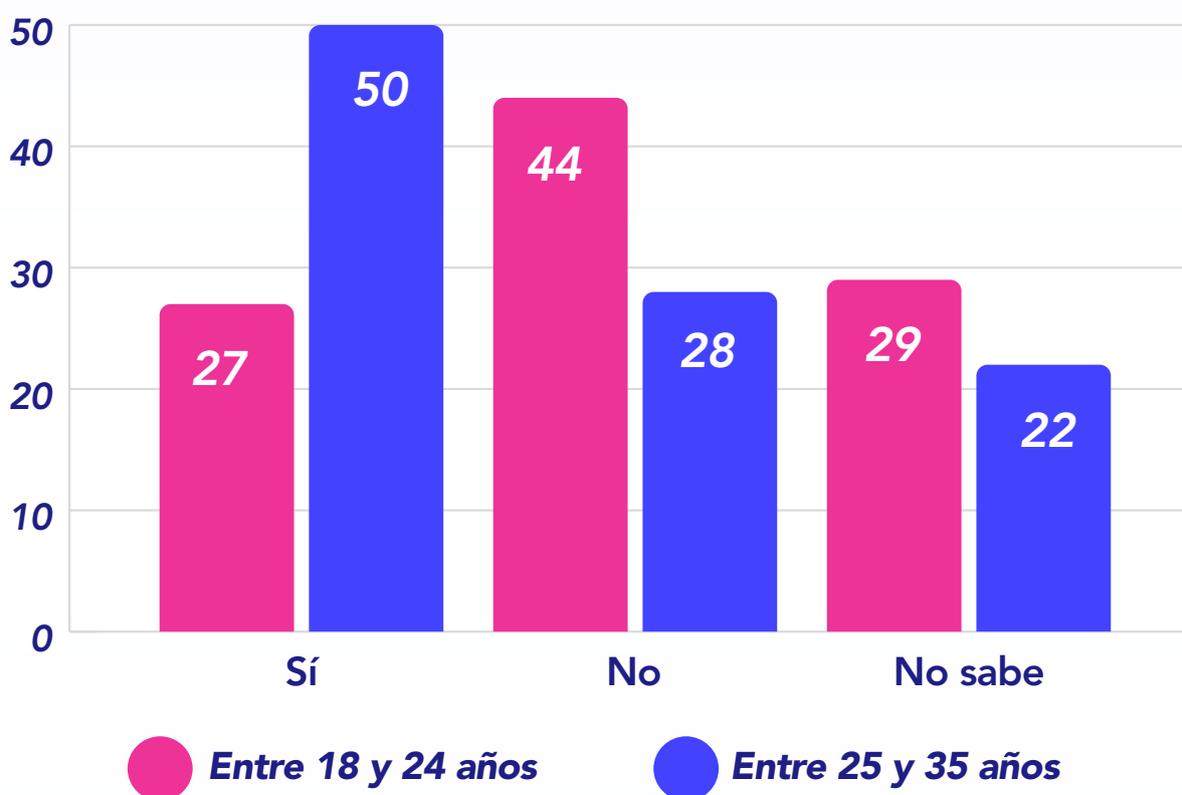
Si analizamos las opiniones en función de la edad de quienes responden, sólo el 27% de los jóvenes entre 18 y 24 años opina que el Estado tiene suficiente poder para controlar a las empresas mientras que el 50% de los jóvenes entre 25 y 35 comparte esa opinión



## GRÁFICO 21:

### “Encuesta. Poder del Estado para intervenir por edad”

— “¿Pensás que el Estado tiene suficiente poder para regular a las empresas tecnológicas?” —

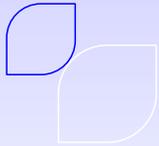


**FUENTE:** Reyes Filadoro/ Enter Comunicación. 730 jóvenes de entre 18 y 35 años, del 15 al 26 de mayo de 2025 en todo el país, a través de encuestas online.

Esta dinámica —en la que las grandes empresas tecnológicas concentran poder y el Estado pierde capacidad de regularlas o hacerlas rendir cuentas— puede derivar en abusos de poder sistémicos, con consecuencias profundas para la democracia, los derechos humanos y la cohesión social.

Las nuevas tecnologías de la comunicación aportan herramientas poderosas para ampliar las redes intersubjetivas de sentido que hacen posible vivir en sociedades cada vez más grandes. Sin embargo, los algoritmos premian el conflicto y refuerzan burbujas ideológicas que aumentan la polarización y desalientan la participación de los ciudadanos en el debate público.

---



## 5. CONCLUSIÓN

El análisis del uso de redes sociales entre los jóvenes adultos argentinos de 18 a 35 años revela un panorama complejo y multifacético donde estas plataformas actúan como un arma de doble filo en sus vidas cotidianas.

Por un lado, las redes sociales ofrecen oportunidades significativas para la conexión social, el acceso a información y la expresión personal, consolidándose como herramientas esenciales para la socialización y el entretenimiento en la era digital.

Plataformas como Instagram y TikTok han redefinido la manera en que los jóvenes interactúan, consumen contenido y se informan, especialmente en un contexto donde la inmediatez y el contenido visual son altamente valorados. También ha redefinido el límite entre la esfera pública y la privada así como ha ampliado el significado de conceptos como “comunidad” o “amistad”.

Por otro lado, el uso intensivo de las redes sociales conlleva desafíos importantes, particularmente en el ámbito de la salud mental. La personalización algorítmica del contenido, aunque atractiva, contribuye a la creación de burbujas de información y fomenta comportamientos adictivos, generando ansiedad, dependencia y una percepción negativa del impacto de las redes en el bienestar emocional.

Las redes sociales transformaron a “la atención” en un bien mercantilizable. El estudio revela que los jóvenes comparten una preocupación por el tiempo que invierten *scrolleando* en detrimento de otras actividades que consideran más valiosas para su desarrollo personal como estudiar, hacer un deporte o utilizar el tiempo de manera creativa. Para ello implementan estrategias como dejar el celular lejos de su alcance, suspender el uso por un tiempo (“detox digital”) o eliminar las aplicaciones del celular. Sin embargo, estas estrategias tienen un efecto efímero mientras que el impacto en la salud mental se agrava, particularmente en los más jóvenes.

Las mujeres aparecen como el segmento más vulnerable. Son quienes más sufren síntomas de agotamiento, baja autoestima y ansiedad, pero también son quienes más padecen prácticas de hostigamiento y acoso. Esto explica, en parte, porque sospechan que hay más censura y manipulación que libertad de expresión en las redes sociales.

Por otro lado, el estudio también destaca la influencia de las redes sociales en la subjetividad política de los jóvenes, actuando como un espacio clave para la difusión de información y el debate. Aunque estas plataformas ofrecen una vía para la participación ciudadana y el intercambio de ideas, también son testigos de una creciente polarización y desconfianza en la veracidad de la información compartida.

La interacción política en línea, a menudo marcada por la tensión y la polarización, refleja una realidad donde las redes sociales, si bien poderosas, no siempre fomentan un diálogo constructivo.

En este contexto, los jóvenes se encuentran en una encrucijada, navegando entre los beneficios y los riesgos que las redes sociales presentan, y buscando un equilibrio que les permita aprovechar su potencial sin comprometer su salud mental y su capacidad para participar activamente en la sociedad.

Aunque la mayoría de los jóvenes opina que las empresas de tecnología como Meta, Google o TikTok, tienen demasiado poder sobre lo que piensan y sienten los usuarios, no confían en que el Estado cuente con las herramientas ni la capacidad necesarias para protegerlos.

Entender a las plataformas tecnológicas como nuevos estados digitales no es una exageración, sino una realidad emergente que debe ser abordada con urgencia. Estas empresas no solo dominan la circulación de información, sino que también definen qué se dice, quién puede participar y cómo se organiza la vida social en el entorno digital.

Para los jóvenes adultos argentinos, que viven gran parte de su vida en estas plataformas, el desafío es doble. Por un lado, deben aprender a navegar estos espacios con autonomía, crítica y consciencia. Por otro lado, es necesario

que el Estado recupere protagonismo garantizando derechos sobre la gestión y privacidad de los datos personales, transparencia sobre el diseño de los algoritmos y participación ciudadana.

Solo desde un enfoque democrático, plural y tecnológicamente informado será posible construir un entorno digital libre, pero seguro y humanista.



**REYES | FILADORO**  
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

[www.reyesfiladoro.com](http://www.reyesfiladoro.com)

**Enter**  
COMUNICACIÓN

[www.entercomunicacion.com.ar](http://www.entercomunicacion.com.ar)