

DESARMIANDO

MITOS

JOVEN  
ARGENTINO

MOIGUER.

05.2024



LOS JÓVENES

**HOY ESTÁN SIENDO  
ESTIGMATIZADOS  
POR LOS ADULTOS**



Los ubican en un lugar donde ellos no están.



5 MITOS



MOIGUER.

1

¿Cómo **LOS** ven?

**FRÁGILES  
Y VULNERABLES**



¿Cómo **SE** ven?

**EMOCIONALMENTE  
CONSCIENTES**

# TIENEN REGISTRO DE SUS NECESIDADES EMOCIONALES

15-25 años

65%

Experimentó en el último año alguna problemática vinculada con su salud mental (depresión, ansiedad, angustia)

72%

Cuando tiene algún malestar psicológico lo charla con amigos o psicólogo

+30 años

39%

49%

+50 años

25%

43%



EL REGISTRO DE SU SENSIBILIDAD LOS HACE PONDERAR LA REALIDAD DE MANERA DISTINTA.  
LA IDEA DE "ÉXITO" NO ES A CUALQUIER PRECIO.

2

¿Cómo **LOS** ven?

---

**PERDIDOS  
Y SIN PROYECTOS**



¿Cómo **SE** ven?

---

**CON OBJETIVOS  
DE PROGRESO  
Y SACRIFICIO**

# TIENEN **OBJETIVOS DE PROGRESO** CON LA **IDEA DE SACRIFICIO** COMO MEDIO PARA ALCANZARLO

## TOP 3 PROYECTOS A 5 AÑOS

15-25 años

**81%**

Tiene algún proyecto para los próximos 5 años

- 1°
- 2°
- 3°

GEN Z	
15-19	20-25
Alquilar para independizarse	Alquilar para independizarse
Terminar la carrera	Comprarse una casa
Comprarse una casa	Irse a vivir con la pareja

15-25 años

**85%**

Cree que el trabajo y el esfuerzo son las claves para concretar sus proyectos

**EL DESEO DE ABRIRSE AL MUNDO AUTÓNOMAMENTE**

Fuente: Moiguer Estudio Joven Argentino 2024 | Base: 1165 casos total país- 470 casos Gen Z. Marzo-Abril 2024.

3

¿Cómo **LOS** ven?

**INESTABLES Y  
CORTOPLACISTAS**



¿Cómo **SE** ven?

**PRAGMÁTICOS  
Y EFICIENTES**

# SER NATIVOS DIGITALES LOS PONE FRENTE A OTRA CONCEPCIÓN DE TIEMPO, ESPACIO Y RESULTADOS

		GEN X	GEN Y	GEN Z	
→	TEXTO	CARTA	MENSAJE TX	WHATSAPP	
→	VIDEO	PELÍCULA	SERIE	REEL	
→	IMAGEN	ÁLBUM	FOTO	MEME	
→	MÚSICA	DISCO	TRACK	TIKTOK	

**DOPAMINA**

4

¿Cómo **LOS** ven?

**ERRÁTICOS Y  
CONTRADICTORIOS**

¿Cómo **SE** ven?

**FLUIDOS Y  
DESCONTRACTURADOS**





No son **PERMANENTES**

No son **EXCLUYENTES** entre sí

No son **DEFINITORIAS** per se



# ARTICULAN LA DIVERSIDAD CON FORMATOS TRADICIONALES SIN CONFLICTO

7 DE 10

Sueña con casarse  
alguna vez

+40 AÑOS: 1 de 10

61%

Tiene hijos o tiene  
como proyecto  
tenerlos

Clase Baja: 70%

3 DE 10

No descarta tener una  
relación con alguien del  
mismo género

+40 AÑOS: 1 de 10

5

¿Cómo **LOS** ven?

**DESARRAIGADOS  
Y DESCREÍDOS**



¿Cómo **SE** ven?

**ORGULLOSOS Y  
ESPERANZADOS**

# SER ARGENTINO GENERA SENTIDO DE PERTENENCIA



15-25 años

9 DE 10

Se siente orgulloso  
de ser argentino

9 DE 10

No elegiría ser de  
otro país

**LOS RASGOS CULTURALES PROPIOS Y DIFERENCIALES**

(La afectividad, el humor, la pasión,  
la ironía, las costumbres)

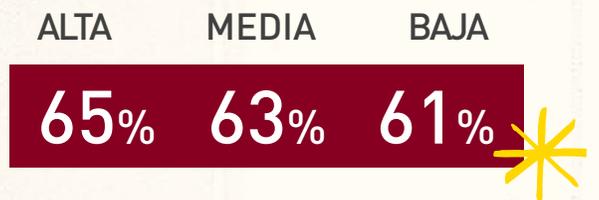


# SI BIEN **EMIGRAR** ES UNA POSIBILIDAD, ES MÁS UNA EXPERIENCIA QUE UN PROYECTO DEFINITIVO

15-25 años

# 63%

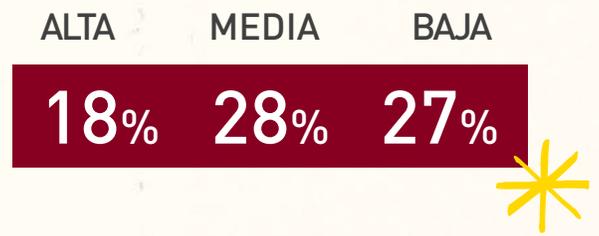
Consideran la posibilidad de emigrar



Del total, sólo

# 26%

Emigraría para quedarse definitivamente



%Total Emigrantes 2020	
Uruguay	10,7%
México	8,7%
Colombia	6%
Perú	4,7%
Argentina	2,3%
Promedio LATAM	9,04%

¿Cómo **LOS** ven?

1

**FRÁGILES  
Y VULNERABLES**



2

**PERDIDOS  
Y SIN PROYECTOS**



3

**INESTABLES  
Y CORTOPLACISTAS**



4

**ERRÁTICOS  
Y CONTRADICTORIOS**



5

**DESARRAIGADOS  
Y DESCREÍDOS**



¿Cómo **SE** ven?

**EMOCIONALMENTE  
CONSCIENTES**

**CON OBJETIVOS  
DE PROGRESO Y SACRIFICIO**

**PRAGMÁTICOS  
Y EFICIENTES**

**FLUIDOS  
Y DESCONTRACTURADOS**

**ORGULLOSOS  
Y ESPERANZADOS**

Entender a  
**LOS JÓVENES**



**ES CLAVE Y ESTRATÉGICO**



Si bien siempre fueron un segmento Leading Edge



Hay un nuevo

**PARADIGMA**

**VIRALIZAN Y HACEN CRECER  
EXPONENCIALMENTE EL  
NEGOCIO**



Antes, el adulto controlaba tiempo y espacio, ya no.

# FICHA TÉCNICA

## MINI FOCUS GROUPS ETNOGRÁFICOS

De 4 participantes en hogares, conformado por grupos de amigos (Total: 6)

## ENTREVISTAS ETNOGRÁFICAS

Entrevista en profundidad en el hogar de la persona, se la acompaña en juntada con amigos/salida con amigos. (Total: 12)

## OBSERVACIONES PARTICIPANTE Y NO PARTICIPANTES

Observación de prácticas, actitudes y lenguaje en la interacción de jóvenes en reunión con sus pares

## ENTREVISTAS ESPONTÁNEAS EN VÍA PÚBLICA

Breves entrevistas a transeúntes en la vía pública de 5 a 10 min de duración (Total: 47)

## ESTUDIO CUANTITATIVO AD HOC

Encuesta online a población general de 15 a 65 años. Total País. 1163 casos

## ESTUDIO CUANTITATIVO MOIGUER SOCIAL MOOD

Módulos ad hoc en Estudio Continuo sindicado. 1300 casos mensuales. Total País.

## DESK RESEARCH

Relevamiento de estudios existentes sobre la temática, información estadística de fuentes secundarios: INDEC, MECON, IPSOS, UCA, OCDE, notas periodísticas, literatura sociológica, psicosocial, consumos culturales, etc...

## SOCIAL LISTENING

Relevamiento de participación de jóvenes y de referencias sobre los jóvenes en RRSS, análisis semiológico

## BIBLIOGRAFÍA

- Baricco, A. (2021). *Lo que estábamos buscando*. Anagrama.
- Dubet, F. (2020). *La época de las pasiones tristes*. Siglo XXI.
- Dubet, F. (2023). *El nuevo régimen de las desigualdades solitarias*. Siglo XXI.
- Gurri, M. (2023). *La rebelión del público: la crisis de la autoridad en el nuevo milenio*. Adriana Hidalgo.
- Han, B. (2018). *La sociedad del cansancio*. Pensamiento Herder.
- Han, B. (2021). *La desaparición de los rituales*. Pensamiento Herder.
- Han, B. (2022). *Infocracia*. Taurus.
- Lipovetsky, G. (2016). *De la ligereza*. Anagrama.
- Sadin, E. (2022). *La era del individuo tirano. El fin de un mundo común*. Caja Negra.
- Semán, P. (2023) *Está entre nosotros. ¿De dónde sale y hasta dónde puede llegar la extrema derecha que no vimos venir?*. Siglo XXI.
- Stefanoni, P. (2023) *¿La rebeldía se volvió de derecha?*. Siglo XXI.



# MOIGUER.

05.2024

