

DESARMANDO

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

3

¿Cómo **LOS** ven?

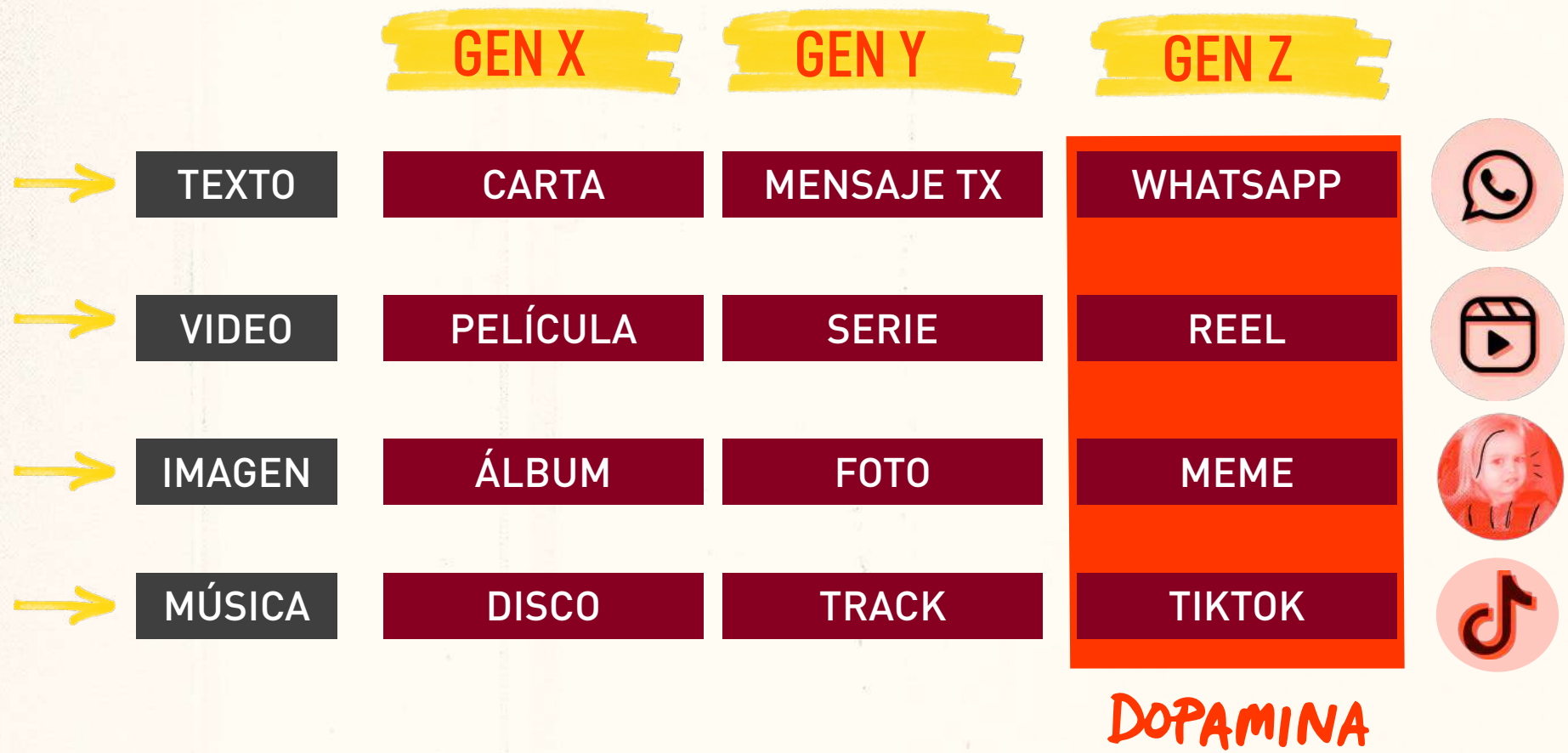
**INESTABLES Y
CORTOPLACISTAS**



¿Cómo **SE** ven?

**PRAGMÁTICOS
Y EFICIENTES**

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



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)

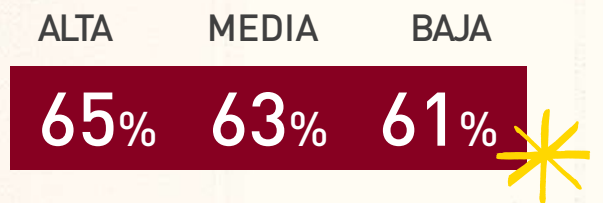


SI BIEN **EMIGRAR** ES UNA POSIBILIDAD, ES MÁS UNA EXPERIENCIA QUE UN PROYECTO DEFINITIVO

15-25 años

63%

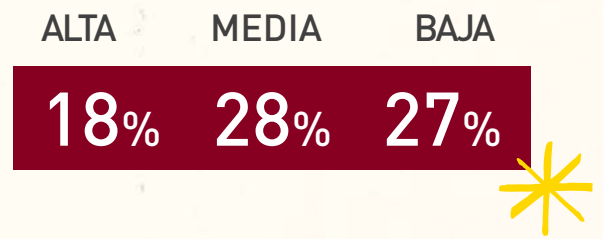
Consideran la posibilidad de emigrar



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%

Fuente: Moiguer Estudio Joven Argentino 2024 | Base: 1165 casos total país- 470 casos Gen Z. Marzo-Abril.2024. ONU - Datosmacro 2020.

¿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

