

RESÚMEN EJECUTIVO

Los sentidos de las masculinidades entre jóvenes varones votantes de Milei

Esther Solano - Pablo Romá - Cecilia Feijoo - Guido Bonano¹

Introducción

Este estudio se basa en un trabajo de campo llevado a cabo en octubre de 2025 en siete conglomerados urbanos de Argentina. Los participantes son varones jóvenes de entre 16 y 25 años que votaron a La Libertad Avanza en las elecciones de medio término de 2025 y que, además, comparten la “agenda cultural” que Javier Milei expresó en la conferencia de Davos de 2023, específicamente su oposición a los movimientos feministas y a la lucha por la igualdad de género.

Es crucial destacar que este perfil de entrevistado no representa a la totalidad de los jóvenes varones, ni siquiera a todos los jóvenes varones votantes de Milei, sino a un segmento muy particular influenciado por las ideas centrales de la “batalla cultural” de la nueva derecha argentina. En este sentido, nuestro objetivo en esta investigación no

es analizar el fenómeno electoral, sino identificar los componentes emocionales que sustentan la construcción de una identidad libertaria o de derecha en este grupo específico de jóvenes.

Si bien el apoyo electoral a Milei en las elecciones de medio término de 2025 concentró nuevamente perfiles jóvenes y predominantemente masculinos, es importante recalcar que no todos los jóvenes varones lo votaron. Incluso entre sus votantes jóvenes, no todos priorizan la “batalla cultural” como es el caso de nuestros entrevistados; muchos jerarquizan los discursos de libre mercado y competencia capitalista. Nuestro interés, en este caso, es reflejar la manera en que las nuevas generaciones que se incorporan a la vida política están atravesadas por influencias, ideas y emociones en constante disputa.

¹ Esther Solano: es Doctora en Sociología por la Universidad Complutense de Madrid, docente de la Universidad Federal de San Pablo, Brasil.

Pablo Romá: es licenciado en Sociología de la UNLP, director de Circuitos Consultora.

Cecilia Feijoo: es Magíster en Investigación en Ciencias Sociales de la UBA, Docente de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA.

Guido Bonano: es Licenciado en Sociología, doctorando CONICET en el Instituto Gino Germani de la UBA.

El impacto de la ideología masculinista en la Argentina

La penetración de la **ideología masculinista** y la avanzada de las nuevas derechas globales impacta especialmente en un segmento de jóvenes varones argentinos que apoyan a Javier Milei. Su apoyo a propuestas políticas conservadoras y agresivas se fundamenta en la convergencia de dos frustraciones: **la socioeconómica** y la incertidumbre frente a la **crisis de los órdenes de género**. Estos factores alimentan sentimientos de malestar y los predisponen a la adhesión a discursos que reivindican modelos tradicionales de masculinidad.

Los discursos masculinistas tienden a responsabilizar al feminismo de haber señalado a los varones como los privilegiados del orden patriarcal. Sin embargo, los jóvenes de sectores populares no se (auto)perciben como privilegiados, sino que experimentan una sensación de precarización, tanto por el sistema económico y estatal como por la sensación de sentirse “amenazados” por los feminismos. El colapso del ideal masculino tradicional genera en ellos sentimientos de angustia, resentimiento y frustración, emociones canalizadas en los discursos masculinistas que contraponen una re-biologización de los géneros y una restauración del imaginario del varón hegemónico.

En el ámbito de los **vínculos sexoafectivos**, la preocupación ocupa un lugar central en la conversación. Estos jóvenes transitan la etapa de iniciación en la vida laboral y sexual, y enfrentan dificultades para establecer vínculos reales, dificultades que se agudizan cuando sus experiencias y sentimientos están dominados por la frustración y el miedo. Ante esto el ecosistema discursivo de las derechas les ofrece una respuesta “armada” frente a sus padecimientos: la construcción de una “identidad masculina” victimizada, definida por su subordinación a un sistema social supuestamente dominado por las mujeres.

El miedo se convierte en un recurso fundamental en la construcción de este dispositivo ideológico. Si bien en ocasiones este temor se puede basar

en experiencias negativas en el ámbito de las relaciones personales, en general es un miedo a decir lo que piensan sobre el feminismo o sobre aspectos cuestionables del proceso de emancipación de las mujeres. El masculinismo radicaliza este temor frente al cambio en los órdenes de género a través de ideas como las de ser “acusados falsamente”, ser “escrachados en las redes”, o ser “cancelados” por manifestar estas opiniones.

Como consecuencia estos jóvenes procesan su malestar mediante el **aislamiento** y la percepción constante de ser “blanco de ataques”. Es clave el recurso retórico de la inversión discursiva, ya que transforma la figura masculina de ser identificada como victimaria a ser víctimas, consolidando así una narrativa de agravio y persecución que se amolda a sus emociones y temores.

La ambigüedad es un rasgo persistente: ¿los llamados “discursos del odio” de los que se apropian apuntan a las feministas o a las mujeres en general? Los discursos contra “lo *woke*”, o en la Argentina contra “la justicia social”, de las derechas instrumentalizan y redirigen el resentimiento masculino contra los avances de las mujeres en Latinoamérica y los redirige mediante programas agresivos de los sectores concentrados del capital contra lo que queda del Estado de Bienestar.

A diferencia del norte global, en Argentina la cadena de antagonismos se restringe principalmente a varones versus mujeres, sin adquirir la dimensión del supremacismo blanco característico de otros contextos. No obstante, al ser reciente la transformación de los órdenes de género en Latinoamérica el sentimiento de inseguridad e inestabilidad frente a las nuevas coordenadas es más agudo, lo que se traduce en una predisposición a hacer propia la “rebeldía” reaccionaria.

Una utopía reaccionaria: el retorno a la familia y los roles de géneros tradicionales

El sentimiento de frustración que sienten estos

jóvenes se encuentra fuertemente vinculado a la incapacidad de acceder a bienes materiales considerados fundamentales para el ideal masculino tradicional, como una vivienda propia, un auto, una moto, o determinados consumos de moda. Esta imposibilidad acentúa su sensación de **fragilidad** frente a la expectativa social de ser “varones proveedores”. La nostalgia por un pasado donde sus padres y abuelos lograron alcanzar estabilidad material y conformar una familia a su misma edad se convierte en una referencia idealizada sobre la que se inscribe el malestar actual y se construye la añoranza por un modelo de vida que parece inalcanzable en el presente.

Sobre este sustrato se consolida una idealización nostálgica de la familia tradicional como una **utopía reaccionaria imposible**, que se percibe como refugio frente a la incertidumbre del presente. Este modelo les ofrece la seguridad de roles de género definidos: el hombre como proveedor principal, y la mujer dedicada al cuidado de los hijos, la procreación y el hogar. La imposibilidad de acceder de manera “natural” a este esquema genera una profunda sensación de pérdida y desencanto frente al presente.

La fragilidad económica también contribuye a que estos jóvenes identifiquen a las mujeres como competencia directa en los puestos laborales. Según los testimonios recogidos, consideran que las mujeres poseen una “ventaja” laboral en rubros específicos como la gastronomía, hotelería o atención al público ya que acceden a esos empleos no por mérito, sino por el hecho de ser mujeres “atractivas” o ser “más amables” –algunos de los entrevistados que expresan estas posiciones no han concluido el secundario.

La nostalgia por la estabilidad pasada es especialmente intensa entre los jóvenes del interior norte y oeste del país. Este fenómeno se explica, en parte, por las altas tasas de precariedad laboral en dichas zonas, y por el hecho de que la transformación de los órdenes de género ha ocurrido de manera más reciente que en los núcleos urbanos centrales como Córdoba, Rosario o la región del AMBA. De este modo, el ideal de familia y roles tradicionales conserva mayor vigencia y potencia el sentimiento de

desarraigo frente a los acelerados cambios del presente.

La figura ambigua del macho alfa

Los vínculos socioafectivos de estos jóvenes varones están marcados por esta nostalgia de modelos tradicionales. En sus relatos, las mujeres jóvenes aparecen en un “pedestal” de exigencias estéticas y materiales, lo que genera el interrogante de cómo alcanzarlas. Surge la crítica a la “tinderización” y al “mercado de la carne” donde al fetichismo de la imagen le contraponen la idealización de una mujer “fiel,” “amorosa,” y “compañera” de deseos. Valoran, además, que la mujer no “venda contenidos en las redes” – haciendo referencia a plataformas como OnlyFans – porque consideran que esto atentaría con el modelo de vínculo que quieren alcanzar.

Es aquí donde aparece la imagen del **macho alfa** viralizada en las redes, imagen que les genera sentimientos contradictorios. Por un lado, reconocen que es una imagen irreal que solo existe en el entorno digital. Sin embargo, simultáneamente, les resulta estética y moralmente atractiva: representa al varón musculoso y valiente, libre de poder decir lo que piensa. Algunos de estos jóvenes se involucran en entrenamientos físicos rigurosos para reforzar este imaginario, intentando acercarse al modelo de masculinidad hegemónica que consideran deseable, aunque inalcanzable en muchos casos.

A pesar de la búsqueda por restaurar una masculinidad tradicional, sienten que actualmente no pueden ofrecer lo que perciben que les exigen las mujeres, en un discurso que establece que son ellas quienes los **objetualizan**, al buscar estatus en vez de un vínculo humano genuino. En este sentido, la presión social y digital los lleva a buscar refugio en un mundo interior alejado de las exigencias de éxito y reconocimiento que imponen las redes sociales.

Entre los testimonios de los jóvenes varones de los grandes centros urbanos y de mayor calificación

académica, se detecta la combinación de una sensación de libertad y progreso que brinda el mundo digital –que facilita el acceso a trabajos creativos, remotos y emprendimientos individuales– con la nostalgia de un mundo vincular no contaminado por la mercantilización de las redes. De este modo, **tecnoutopismo** y **conservadurismo** parece convivir como sentimientos convergentes, articulando la identidad de estos jóvenes entre el deseo de innovación y el anhelo de satisfacción emocional.

Vías de escape: aislamiento, doble vida y manósfera

Los sentimientos y emociones que experimentan encuentran vías de escape que lejos de aliviar la tensión, suelen intensificar la radicalización reaccionaria. Uno de los mecanismos más habituales es el **soliloquio**, que emerge como una forma de analizar los problemas de manera individual. La razón de ello reside en la presión ejercida por los grupos de amigos, que imponen la exigencia de mostrar fortaleza y autocontrol, lo que impide el diálogo abierto sobre emociones. Así el soliloquio, “me encierro a pensar solo”, se transforma en refugio ante la imposibilidad de compartir vulnerabilidades en un entorno donde la debilidad es percibida como una amenaza para la identidad masculina.

Otra estrategia frecuente es la **doble vida**. Los jóvenes adoptan un “yo adaptado” al encontrarse en espacios feminizados o progresistas, donde callan su “yo auténtico”, caracterizado por sus opiniones conservadoras y nostálgicas del rol que deben desempeñar las mujeres. Este silenciamiento se produce por temor al rechazo y a la cancelación, lo que, paradójicamente, refuerza en ellos una sensación de persecución y paranoia frente a un supuesto “sistema” dominado por las mujeres. La doble vida se convierte en una herramienta de supervivencia, pero también en un factor que acentúa el malestar y la distancia respecto a la sociedad.

La vía de escape más común es el **mundo virtual** y las redes sociales, donde se agrupan posiciones masculinistas extremas en lo que se conoce como

la “**manósfera**”. Este espacio digital canaliza inquietudes específicas de los varones y ofrece la sensación de no ser juzgados, propiciando una actitud de “valentía” y “rebeldía” frente a los “consensos sociales”. Los *influencers* que expresan sus opiniones sin temores a ser “escrachados” son percibidos como “auténticos” y los “discursos de odio” que promueven contra feministas, progresistas, izquierdas pasan de ser “exageraciones” y “baiteos” a expresiones genuinas de identidad y rebeldía.

Entre los influenciadores más populares se destaca Dannan, quien abordar temas contra el feminismo y el aborto con un tono provocador, el mexicano el **Temach** ofrece coaching sobre vínculos sexoafectivos y autovalorización masculina, aconsejando específicamente “no rogarles a las mujeres”; y **Agustín Laje**, cuya oposición a la idea de violencia de género y el aborto es valorada entre los jóvenes más formados.

Ingresa a la “derechósfera” buscando inicialmente **respuestas** frente al malestar masculino, y posteriormente, este ecosistema de influenciadores digitales los **conduce** a una politización por derecha en otros ámbitos como la política, la geopolítica y la economía. Para los jóvenes que experimentan una mayor radicalización, este entorno facilita un sistema de **formación ideológica y política** mediante conferencias, artículos y libros configurando un paquete cerrado que tiene un punto de inicio y un punto de llegada.

El feminismo como obstáculo

El fenómeno del *mileismo*, y la figura de Milei, amplifica la añoranza de esta utopía masculinista imposible. Esta tendencia sitúa los discursos contrarios al feminismo en el centro de la llamada “batalla cultural”, al proponer preservar la “verdadera” igualdad, que es la igualdad ante la ley, e incorporan la idea de que quienes se esfuerzan encontraran abundancia en el mercado. Así los posicionamientos antifeministas no solo se convierten en bandera política, sino también en motor de una narrativa

sobre el mérito y el progreso individual.

Desde esta perspectiva, el feminismo es considerado como un factor de polarización y generador de odio, al que responsabilizan por haber “desordenado” la sociedad y provocar una inversión de los roles de opresión: “lo mismo, pero al revés”. Se percibe que la propuesta feminista busca “obligar” o “someter al hombre” a los deseos de las mujeres, planteando una lucha por el poder en la que se sienten desplazados o invisibilizados.

Las políticas de género implementadas en Argentina entre 2006 y 2023 son vistas con rechazo por estos jóvenes, quienes las consideran “ineficaces” y de “discriminación hacia los varones”. Argumentan que, a pesar de estas iniciativas, la violencia contra las mujeres no solo no mejoró, sino que incluso “aumentó”. Esta percepción alimenta la crítica a ciertas instituciones, como el Ministerio Nacional de la Mujer, cuya supuesta ineficacia se utiliza como base para justificar su desmantelamiento, tildándolo de gasto público innecesario.

Sin embargo, dentro de este rechazo mayoritario entre estos jóvenes, existen dos políticas que reciben una aceptación parcial, aunque matizada: la Ley de Educación Sexual Integral (ESI), vigente desde 2006, y la ley de aborto legal, seguro y gratuito, sancionada a finales de 2020. En cuanto a la ESI, valoran que aborda **temas pertinentes** al desarrollo del cuerpo, los métodos anticonceptivos y la prevención de enfermedades de transmisión sexual. No obstante, abren salvedades en relación con la supuesta “bajada de línea” o la promoción de la cultura travesti-trans e identitaria, con la cual no coinciden.

En relación con el aborto, se plantean interrogantes sobre las situaciones específicas en que este derecho debería aplicarse. Existe consenso en su aplicación en casos de abuso y violación, y algunos jóvenes amplían su apoyo a casos en el que el embarazo es no deseado. Sin embargo, al igual que en otros contextos conservadores, se cuestiona su supuesto uso “indiscriminado” o su utilización como reemplazo de los métodos anticonceptivos.

Milei: el masculinismo como pilar ideológico de las nuevas derechas

La figura de Javier Milei resulta central en la actual dinámica política de este fenómeno, ya que ofrece la promesa de restaurar un doble orden deseado por muchos de estos jóvenes varones: por un lado la **estabilidad económica**, y por otro, la garantía de un **lugar seguro** para definirse frente a la crisis de los órdenes de género. Milei se convierte así en un referente que otorga sentido y dirección en un contexto marcado por la incertidumbre y el cuestionamiento a los roles de género tradicionales.

Milei, apodado el “**león**”, encarna un modelo de masculinidad dominante y fuerte, capaz de proyectar respeto y autoridad. Esta imagen es valorada entre estos jóvenes seguidores, quienes consideran que Milei “defiende mucho más al hombre” frente a las “mentiras de las feministas”. Su liderazgo articula un discurso donde la defensa de la masculinidad se erige como uno de los ejes fundamentales.

Sin embargo, la identificación con Milei no se basa en su imagen estética ni el ideal de familia tradicional que añoran. Lo que los identifica con Milei es la resignificación del concepto de **libertad** como la capacidad de decir abiertamente lo que opinan, especialmente en relación con las mujeres, las disidencias y las feministas y como la capacidad de progresar mediante el **esfuerzo individual** y el sacrificio, sin la interferencia del Estado.

Nuestro análisis rebela diferencias generacionales en la jerarquización de los motivos que los lleva a identificarse con el libertarismo. Los jóvenes de 20 a 25 años priorizan razones económicas, poniendo énfasis en el ajuste fiscal y la estabilidad macroeconómica. En cambio, los más jóvenes, de 16 a 19 años, otorgan mayor importancia a los posicionamientos anti-feministas y culturales de Milei.

Las inquietudes de los más jóvenes sobre la resolución de sus vínculos socioafectivos y materiales los hacen especialmente susceptibles

a los discursos reaccionarios de las extremas derechas. Estos discursos, una vez interiorizados, se consolidan posteriormente mediante un proceso de **identificación política**. El resultado es que se definen a sí mismos como “más conservador que liberal”, “más liberal que conservador,” o directamente como “libertario” y “de derecha”.

Todos estos procesos forman parte de una estrategia diseñada para dismantelar las lógicas distribucionistas del Estado y favorecer la acumulación privada. En búsqueda de un modelo afectivo miran hacia el pasado, la familia y los roles tradicionales, en búsqueda de un modelo económico miran hacia el **futuro** prometedor de la libertad de mercado. Como resultado los jóvenes varones de sectores populares quedan atrapados en una situación imposible, en la que sus emociones, aspiraciones y necesidades materiales se ven enfrentadas a los límites de un modelo que no va a resolver sus demandas.

La ausencia de un ecosistema de *influencers* varones provenientes de los sectores progresistas que aborden activamente estas problemáticas supone un síntoma importante: la carencia de herramientas con capacidad de enfrentar y combatir la instrumentalización que las derechas llevan a cabo de sentimientos y emociones de estos jóvenes varones para redirigirlos hacia una política de carácter agresivo y reaccionario. ¿Cómo trabajar sobre las contradicciones que abre el lugar imposible en el que se encuentran?

Apuntes metodológicos

El objetivo central de este trabajo es observar y reflexionar sobre las formas en que confluyen los jóvenes varones votantes de Milei y las lógicas y discursos promovidos por las agendas masculinistas. Este proceso se entiende como la retroalimentación entre el líder político y las emociones y sentimientos movilizados por sus seguidores. Para realizar esta investigación se diseñó un estudio basado en la realización de 8 mini grupos focales etnográficos, en los que participaron tres entrevistados por grupo, desarrollando entrevista en profundidad de aproximadamente dos horas de duración.

La propuesta metodológica consiste en observar la estructuración de un modo de pensar y sentir expuesta por los entrevistados, entendiendo, que por debajo de ésta, subyace una línea de razonamiento que muchas veces necesita de un mayor tiempo de escucha para ser entendida. Queremos, con este ejercicio de escucha atenta, capturar aquellos procesos afectivos y biográficos que con frecuencia quedan silenciados o invisibles ante un proceso de escucha rápidas, pero que emergen ante una metodología más artesanal, que son el sustrato del perfil ideológico de los individuos y el fundamento de sus decisiones sociopolíticas.

Los mini grupos focales se realizan sobre una población de varones votantes de Javier Milei de 16 a 25 años en la República Argentina, distribuidos en varones de 16 a 19 años, 20 a 22 años y 23 a 25 años. Dentro de los varones el grupo etario que más apoya a Milei y el mileísmo es el segmento más joven y nuestro interés es registrar matices y evoluciones dentro de este segmento.

Los mini grupos focales se organizan en muestras que contemplan ciudades de 7 conglomerados agrupadas de la siguiente manera: Provincia de Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires; Córdoba y Santa Fé; La Pampa, Mendoza, San Juan, San Luis y La Rioja; Catamarca, Chaco, Tucumán, Jujuy, Salta, Santiago del Estero y Formosa; Misiones Corrientes y Entre Ríos; y Río Negro, Neuquén, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

Los mini grupos focales se realizan tomando en cuenta variables socio- poblacionales y nivel socioeconómico generales, pero priorizando los varones de los sectores populares. Para llegar a estos jóvenes se realizó una selección previa a través de una serie de preguntas para identificar el perfil buscado con la ayuda de una reclutadora: por un lado, ser votantes de Milei en las elecciones de medio término (octubre 2025) y por otro, apoyar las expresiones planteadas por el presidente en la Conferencia de Davos de 2023 y sostener opiniones contrarias a los feminismos.

Publica Fundación Heinrich Böll Buenos Aires

info@boell.org.ar

Febrero 2025

Distribución gratuita

Licence: Creative Commons (CC BY-NC-ND 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>