



ENCUESTA **EXCLUSIVA DEL DÍA**

DATO NACIONAL

¿CÓMO SOMOS LOS ARGENTINOS?

DICIEMBRE 2025

INFORME CUANTITATIVO



LA IDENTIDAD ARGENTINA NACE DESDE LO MORAL, NO DESDE LO EXITOSO



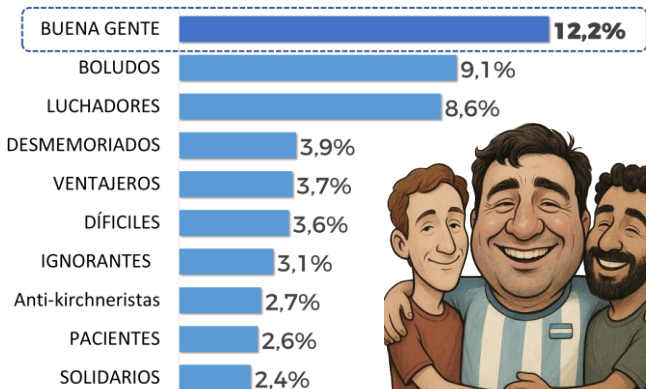
La principal palabra que surge para definirnos es “**Buena gente**” que, junto con calificaciones como luchadores, pacientes y solidarios, da cuenta de una descripción asociada a valores.

Es una autoidentidad amable, defensiva y afectiva que funciona como resistencia en contextos de frustración, una característica política de la historia nacional.

¿CÓMO SOMOS LOS ARGENTINOS?

Las ideas de “Luchadores” (8,6%) y “Boludos” (9,1%) aparecen juntas en el podio. Este contraste revela un patrón identitario en el que se reconocen el esfuerzo, la voluntad y el sacrificio, pero sin las recompensas y las reacciones adecuadas. Más bien expresan una expresión de ingenuidad frente a quienes sacan ventaja.

10 PRINCIPALES RESPUESTAS





En tanto, términos negativos como **“Desmemoriados”, “Ignorantes”, “Difíciles”, “Ventajeros”** también aparecen entre los primeros atributos espontáneos.

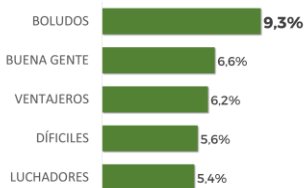
Esto expresa algo que suele reiterarse: la crítica hacia el país como espacio colectivo. Es decir, la sociedad se acusa a sí misma “como conjunto”, pero, individualmente, se sigue considerando “buena gente”.

¿CÓMO SOMOS LOS ARGENTINOS?

CUANTO MAYOR EL NIVEL EDUCATIVO, MÁS CRÍTICA LA IDENTIDAD

5 PRINCIPALES RESPUESTAS

NIVEL ALTO



NIVEL BAJO



En el nivel alto, la primera definición es **“Boludos”** (9,3%), mientras que **“Buena gente”** cae al 6,6%. En cambio, en el nivel bajo la identidad es mucho más positiva y moral, con **“Buena gente”** alcanzando el 19,6% y **“Luchadores”** 12,9%.

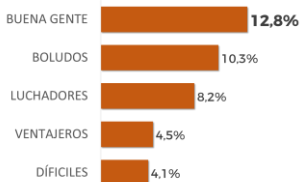
Algo así como que la educación no fortalece la autoestima colectiva, sino que la vuelve más frustrada, y entre los sectores populares se identifican desde la dignidad moral del esfuerzo.

¿CÓMO SOMOS LOS ARGENTINOS?

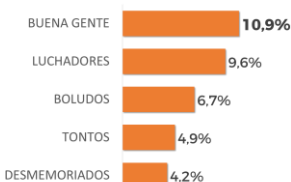
LOS JÓVENES SE SIENTEN MÁS “BOLUDOS” QUE LOS MAYORES

5 PRINCIPALES RESPUESTAS

DE 18 A 49 AÑOS



DE 50 A 65 AÑOS Y MÁS



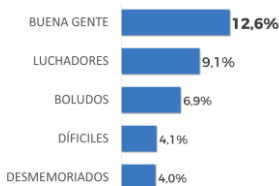
Entre los 18 y 49 años, “Boludos” llega al 10,3%, mientras que entre mayores cae a 6,7%. La palabra “Tontos” aparece solo entre los mayores (4,9%) pero no en los jóvenes. Mientras que en los dos grupos etarios el concepto de Buena Gente, se mantiene a la cabeza.

¿CÓMO SOMOS LOS ARGENTINOS?

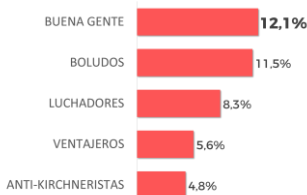
LAS MUJERES SE IDENTIFICAN MÁS CON EL ENOJO MORAL

5 PRINCIPALES RESPUESTAS

HOMBRES



MUJERES



“Boludos” asciende al 11,5% entre mujeres, superando a “Luchadores” (8,3%).

Las mujeres también eligen más “Ventajeros” (5,6%) y “Anti-kirchneristas” (4,8%). Los hombres en tanto, le dan prevalencia a la idea de Luchadores.

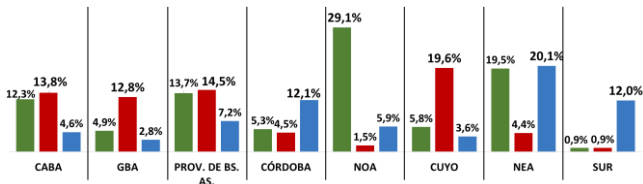
¿CÓMO SOMOS LOS ARGENTINOS?

LA IDENTIDAD VARÍA TERRITORIALMENTE SEGÚN FRUSTRACIÓN O SUPERVIVENCIA

- En el NOA el rasgo dominante es Buena gente: 29,1% (identidad comunitaria fuerte).
- En CUYO y BUENOS AIRES prevalece “Boludos” (sensación de injusticia histórica).
- En el SUR domina “Luchadores” (12%) con baja autocritica, lo que expresa esfuerzo identitario frente al aislamiento.

3 PRINCIPALES RESPUESTAS

■ BUENA GENTE ■ BOLUDOS ■ LUCHADORES





En síntesis, los argentinos somos un país que se define más por valores que por resultados. La identidad argentina se refugia en la bondad y el esfuerzo, no en la eficacia. La autocrítica no funciona como motor de cambio, sino como catarsis frustrada.

El mérito se percibe como injusto: el que se esfuerza no es premiado. Y los sectores populares sostienen la autoestima nacional, mientras que las clases medias y altas la cuestionan.

FICHA TÉCNICA

Objetivo metodológico: investigación sistemática y cuantitativa, sobre indicadores vinculados a la situación política del país.

Unidad de análisis: relevamiento sobre unidades muestrales tomadas del universo constituido por habitantes de la Argentina mayores de 18 años.

Tipo de muestra: encuesta directa, individual y CAWI (online).

Tamaño de la muestra: 1.911 casos.

Instrumentos: planillas individuales con interrogantes abiertos, cerrados y de múltiple opción.

Fecha del campo: el relevamiento se realizó entre los días 13 y 26 de noviembre de 2025.

Nivel de confianza: con una confiabilidad del 0,95 el cálculo arroja un error de muestreo de $\pm 2,2\%$.

Dirección del proyecto: Luis Dall' Aglio.

Coordinación y supervisión de campo: Daniel Petoletti.

Diseño de instrumentos y líder de proyecto: Lic. Norman Berra.

Análisis: Luis Dall' Aglio.

Edición de Informes: Carla Alaniz.