
*“Brecha de género y polarización ideológica:
Una mirada global desde la opinión pública”*

Opinión Lab

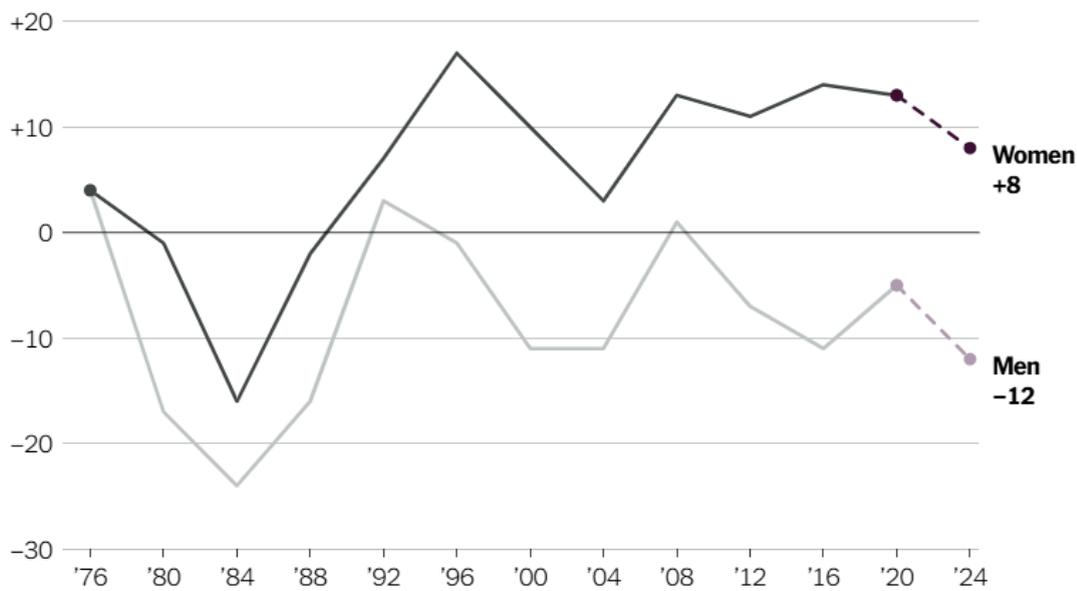
Estados Unidos suele funcionar como una brújula para observar la evolución de la brecha de género en la opinión pública y el comportamiento electoral. No solo los resultados de las últimas elecciones, sino también el seguimiento histórico de la intención de voto por género, permiten trazar un panorama claro del fenómeno.

Tal como señalan diversos especialistas, la brecha de género ha estado presente en la política estadounidense desde hace décadas. En el año 2000, Al Gore (Partido Demócrata) superó a George Bush (Partido Republicano) por 11 puntos entre las mujeres. En 2012, Barack Obama amplió esa ventaja, obteniendo 13 puntos más que su contrincante republicano entre las votantes mujeres.

En las elecciones presidenciales de 2024, Kamala Harris, candidata del Partido Demócrata, afirmaba que serían las mujeres quienes definirían los comicios. Apoyada en datos que sustentaban su postura, construyó una agenda centrada en los derechos de las mujeres, el aborto y la lucha contra el techo de cristal como ejes centrales de su campaña.

Incluso antes de su postulación definitiva, las encuestas mostraban que Joe Biden mantenía una ventaja de 8 puntos sobre Donald Trump entre las mujeres, mientras que el republicano lo superaba por dos dígitos entre los hombres. Según un promedio de encuestas del *New York Times*, Kamala Harris alcanzaba el 56% del apoyo femenino frente al 40% de Trump, una diferencia de 16 puntos. En el caso del voto masculino, Trump obtenía el 53% frente al 42% de la candidata demócrata.

Democratic margin among women and men in the last 12 presidential elections



Source: 1976-2012: National Election Poll exit polling data; 2016-20: an average of N.E.P. exit polling data and Pew Research validated voter data; 2024: an average of 30 national polls. • By The New York Times

(Combined presidential ballot, includes leaners to major-party candidates) If the 2024 presidential election were held today, who would you vote for if the candidates were:	LIKELY ELECTORATE	GENDER	
		MEN	WOMEN
Kamala [COMMA-luh] Harris, the Democrat	49%	42%	56%
Donald Trump, the Republican	46%	53%	40%
[VOL] Don't know/Refused	5%	5%	5%

Esta tendencia no es exclusiva de Estados Unidos. Estudios recientes en Alemania, el Reino Unido y Corea del Sur también reflejan que la brecha ideológica entre hombres y mujeres se está ampliando. Todo indica que los hombres tienden a adoptar posiciones más conservadoras, mientras que las mujeres se acercan más al progresismo liberal.

A wide ideology gap is opening up between young men and women in countries across the world

Political ideology of 18-29s (% liberal minus % conservative), by sex



Entre las explicaciones esbozadas por especialistas, se destacan dos factores centrales. Por un lado, el aumento de personas solteras reduce el tiempo compartido entre hombres y mujeres, limitando los espacios de socialización cruzada. Por otro, el fenómeno de las “cámaras de eco” en redes sociales, donde los algoritmos refuerzan creencias preexistentes, favorece la construcción de entornos ideológicos cerrados. Tanto hombres como mujeres tienden a consumir contenido que reafirma sus convicciones, profundizando así la distancia política entre los géneros.

Esta segmentación se ve reflejada también en otros países. En España, por ejemplo, más del 64% de los votantes del partido conservador Vox son hombres, frente a un 35% de mujeres. En China y Túnez la disparidad es aún mayor. Según el *Financial Times*, esta divergencia es particularmente fuerte entre jóvenes, quienes tienden a interactuar dentro de silos ideológicos más marcados y homogéneos, con escasa exposición a opiniones disidentes.

Argentina no escapa a estas dinámicas globales. Los últimos estudios de opinión pública, de la encuestadora OpinionLab, a nivel nacional evidencian una brecha de aproximadamente 16 puntos en la aprobación del gobierno nacional entre hombres y mujeres. Este patrón se replica en la imagen del presidente: en abril de 2025, el 56% de los hombres declaró tener una imagen positiva del mandatario, frente al 40% de las mujeres.

Aprueban la gestión de Milei

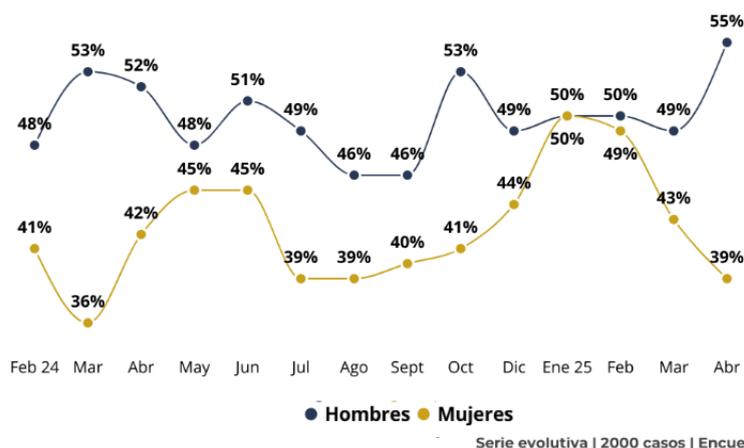
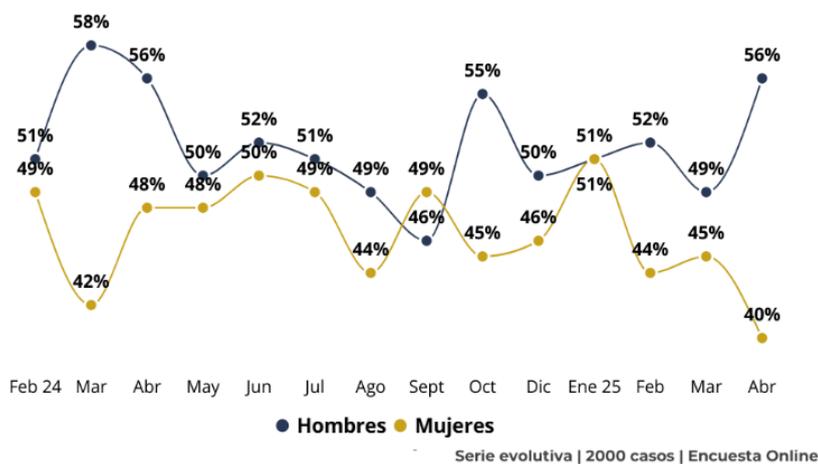
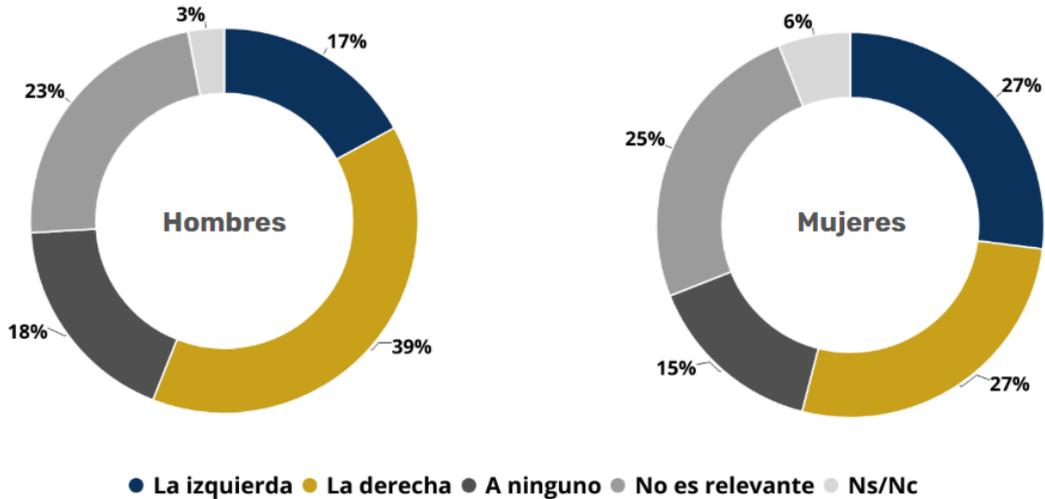


Imagen positiva de Milei

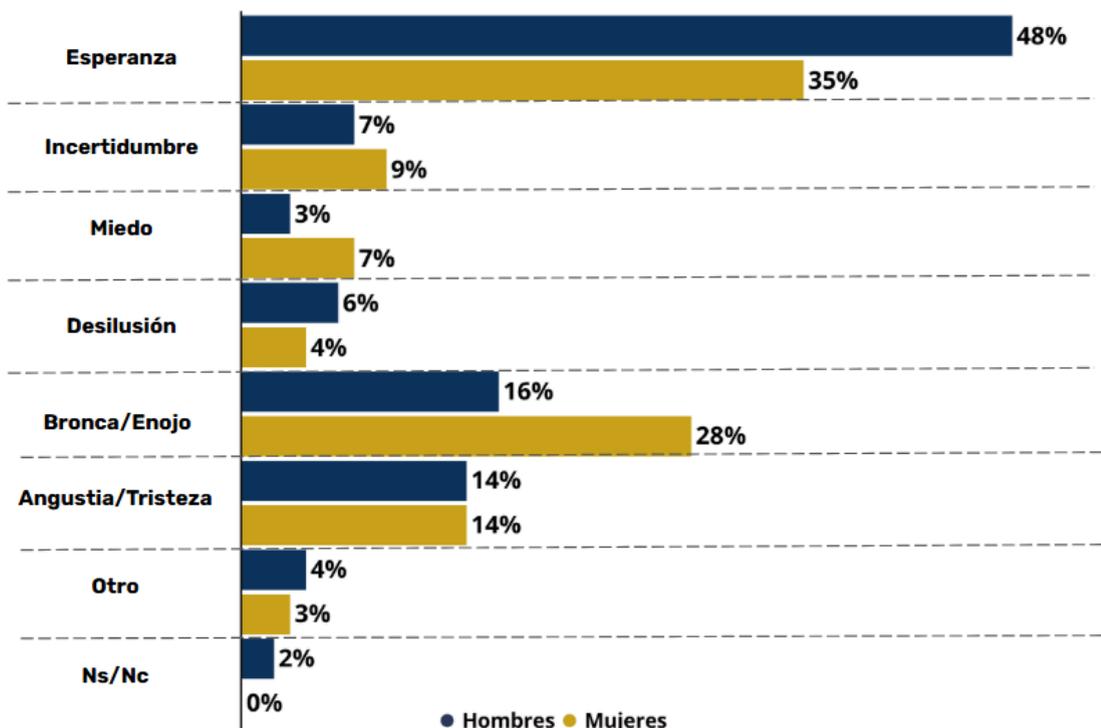


Las diferencias también aparecen en el autopoicionamiento ideológico. La identificación con la derecha crece con fuerza entre los varones, alcanzando al 39%, mientras que entre las mujeres ese número baja al 27%, igualando a quienes se identifican con la izquierda.



Abril 2025 | 2000 casos | Encuesta online

Incluso los sentimientos respecto a la situación del país reflejan esta división. Si bien la “esperanza” es el sentimiento más mencionado por ambos géneros, hay una diferencia de 13 puntos a favor de los hombres. Las mujeres, en cambio, expresan con más frecuencia emociones negativas como enojo, miedo e incertidumbre frente al contexto nacional.



Estas diferencias ideológicas y emocionales entre varones y mujeres no solo se manifiestan en el plano político, sino también en el plano económico, particularmente en los hábitos y decisiones de consumo. A nivel global, diversas investigaciones han evidenciado que, si bien

existe una tendencia hacia la convergencia en ciertos rubros, principalmente en las nuevas generaciones, persisten desigualdades vinculadas al poder adquisitivo, los roles familiares y la autonomía económica.

En general, los varones tienden a concentrar sus consumos en bienes de uso personal, entretenimiento, transporte y tecnología, mientras que las mujeres priorizan el gasto en salud, educación, alimentación y cuidado del hogar, muchas veces a costa de necesidades personales. Este patrón no es casual, sino que responde a una distribución desigual de responsabilidades, así como a una histórica brecha de ingresos que limita la capacidad de consumo autónomo femenino.

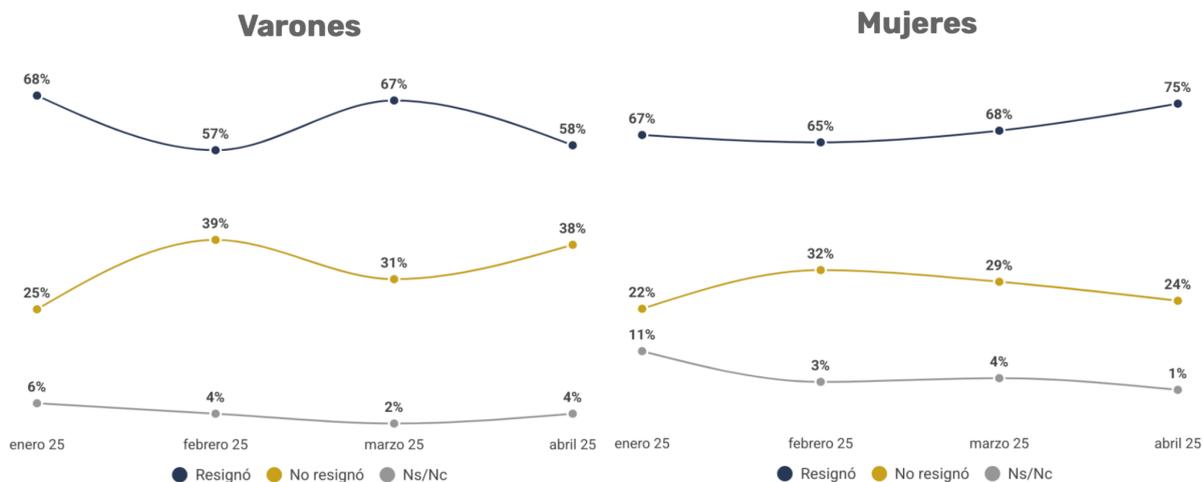
En Argentina, esta tendencia se verifica con claridad. Según la última encuesta de OpinionLab, el 75% de las mujeres resignó consumos en los últimos meses, frente al 58% de los hombres. Además, la recuperación se dio más rápido entre estos últimos: un 31% declaró no haber resignado consumos en abril de 2025, contra apenas un 24% de las mujeres. Esta diferencia sostenida en el tiempo revela una brecha persistente en términos de exposición económica.

Ahora bien, al observar qué tipos de consumo se resignan, emergen diferencias más específicas por género. Aunque tanto varones como mujeres recortan en “ocio en general” y “compra de indumentaria”, las mujeres declaran en mayor proporción haber dejado de consumir primeras marcas (53% vs. 47%) y haber suspendido actividades vinculadas al bienestar y al cuidado personal.

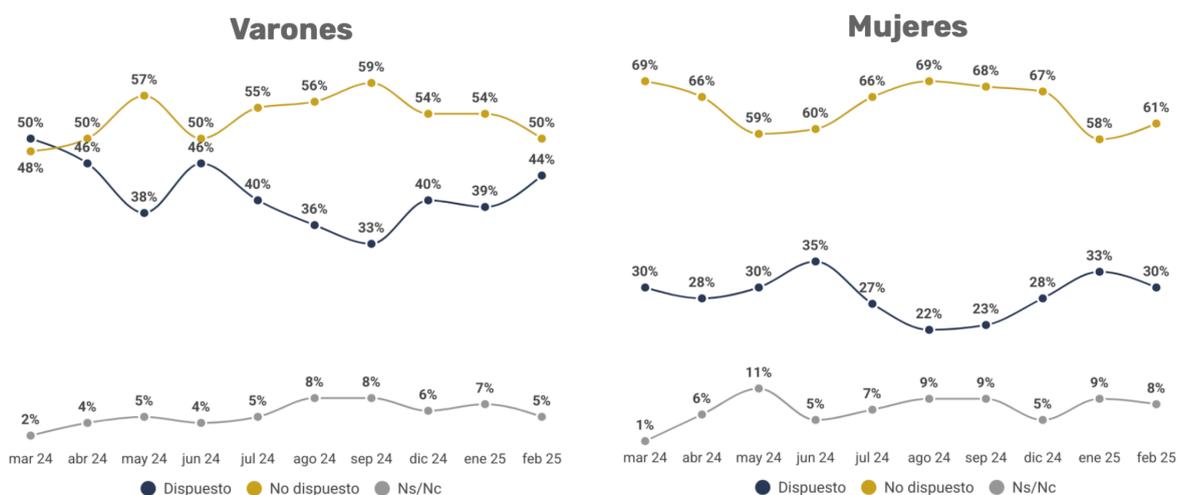
Finalmente, frente a la pregunta sobre la disposición a pagar tarifas más altas de luz, gas o transporte, se evidencia una menor aceptación entre las mujeres. En febrero de 2025, el 44% de los varones se mostró dispuesto a hacerlo, frente a solo un 30% de las mujeres. La brecha se profundiza si se considera el rechazo sostenido de las mujeres a lo largo del año: entre el 58% y el 69% se manifestó en contra del aumento de tarifas en los últimos doce meses.

En conjunto, estos indicadores reflejan una triple desigualdad: las mujeres tienden a resignar más consumos, ajustan en bienes más sensibles y vinculados al cuidado, y rechazan con más fuerza las medidas de ajuste. Este comportamiento diferencial permite afirmar que la brecha de género en el consumo no es solo una cuestión de ingresos, sino de prioridades, estructuras familiares, responsabilidades asumidas y lugar social.

Resignó o no consumos



Disposición a pagar tarifas más caras



Conclusión

La brecha de género en la opinión pública y el comportamiento electoral no solo persiste, sino que tiende a profundizarse. En distintas democracias del mundo, desde Estados Unidos hasta Argentina, se observa una creciente divergencia entre hombres y mujeres en términos de identidad ideológica, percepción de los liderazgos y respuesta emocional frente a la realidad política.

En el plano del consumo, si bien se registra una cierta convergencia generacional en algunos rubros, las desigualdades estructurales siguen marcando diferencias significativas. Las mujeres no solo resignan más consumos, sino que ajustan en bienes sensibles y vinculados al cuidado, revelando una exposición desigual frente a las crisis.

Se trata, en definitiva, de una transformación profunda en las formas de mirar, sentir y participar de la vida pública. Una brecha que atraviesa la política, la economía y el día a día, y que desafía a las sociedades a repensar sus estructuras con perspectiva de género.