

De la abundancia a la sostenibilidad relacional: radiografía de la soledad en 2026

Constanza Cilley

Directora Ejecutiva de Voices! Consulting

A partir de los últimos hallazgos globales y nacionales de Voices!, la autora desarma los mitos del aislamiento y expone un cambio de paradigma histórico: cómo las pantallas, las mascotas, las plantas y la Inteligencia Artificial están reconfigurando la forma de gestionar nuestros afectos.

Es un verdadero placer formar parte de este conversatorio y compartir la evidencia empírica que hemos construido. Sin datos locales y rigurosos es imposible diseñar políticas públicas eficaces. Por eso, quiero sintetizar nuestras investigaciones en cinco aprendizajes urgentes.

El primero es conceptual: la soledad dejó de ser un problema individual privado para convertirse en un fenómeno social. La Organización Mundial de la Salud ya la declaró un problema de salud pública global. A nivel internacional, un estudio de Gallup en 140 países reveló que uno de cada cuatro adultos se sintió solo en el último mes, y diversos estudios estiman que sus efectos físicos y emocionales equivale a fumar 15 cigarrillos por día.

Los datos del estudio WIN Voices muestran que Argentina presenta un 23% de personas que afirman haberse sentido solas con frecuencia en los últimos 30 días, una cifra muy alineada con el promedio global del 20%.

A nivel internacional, los picos más altos de aislamiento se registran en Pakistán (42%), Marruecos (40%) e India (30%), mientras que en el otro extremo aparecen Vietnam (4%), Tailandia (3%) e Indonesia (3%).

En nuestro país, la autopercepción de la soledad es notablemente transversal por género y nivel socioeconómico, a diferencia de otros estados de ánimo negativos como el estrés o la ansiedad. **Sin embargo, al poner la lupa en quienes la padecen "siempre o con mucha frecuencia", surge una marcada brecha etaria: mientras afecta solo al 3% de los mayores de 64 años, la cifra se dispara al 12% entre los más jóvenes.**

Como segundo aprendizaje, la evidencia demuestra que la soledad forma parte de un contexto emocional cada vez más exigente y rara vez aparece aislada.

En nuestra investigación en 40 países, el 62% de las personas declaró haber experimentado con frecuencia algún estado emocional negativo en el último mes (63% en Argentina). Los síntomas más frecuentes fueron el cansancio (37%), la preocupación (33%), el estrés (32%) y las dificultades para dormir (28%), registrándose los niveles más altos de malestar entre las mujeres y los jóvenes.

Esto demuestra que la soledad debe analizarse dentro de un escenario más amplio de profunda sobrecarga emocional.

"No estamos asistiendo simplemente a una crisis de las relaciones humanas, sino a una reconfiguración de la vida vincular. Estamos transitando de una lógica de abundancia relacional a una de sostenibilidad, donde las personas complementan los lazos humanos con nuevas fuentes de conexión."

El tercer hallazgo refiere a las estrategias de afrontamiento: frente a la soledad, las personas recurren cada vez menos a otras personas.

En Argentina, cuando preguntamos qué hace la población al sentirse sola, encontramos que el 64% de las respuestas corresponde a estrategias mediadas por la tecnología, como el uso de redes sociales, contenidos digitales, videojuegos o Inteligencia Artificial. En cambio, las formas tradicionales de interacción, como llamar por teléfono o encontrarse presencialmente, aparecen con menor frecuencia.

Al indagar sobre las barreras para socializar, surgen obstáculos esperables como temas económicos (35%) y falta de tiempo (37%), pero aparece con fuerza un freno invisible: la falta de motivación. Este desinterés alcanza al 33% de la población general y trepa al 40% entre los jóvenes. A esto se suman la fatiga o cansancio (31%), las responsabilidades de cuidado (13%, con mayor prevalencia en mujeres), los problemas de salud (8%, creciendo marcadamente entre los adultos mayores) y el trabajo remoto o en línea (7%).

Este escenario sugiere que el desafío ya no es únicamente disponer de tiempo, dinero o espacios para vincularse, sino contar con la energía emocional necesaria para salir al encuentro del otro.

Como cuarto punto, no estamos dejando de buscar conexión; estamos cambiando drásticamente dónde la buscamos.

Entre 2019 y 2025, el porcentaje de argentinos que considera "muy importantes" sus relaciones con otras personas se desplomó del 62% al 47%. En paralelo, creció la relevancia de formas alternativas de conexión. Si bien el 81% valora sus vínculos humanos, un impactante 78% considera importantes sus relaciones con animales y un 69% con las plantas.

De hecho, uno de cada cuatro argentinos afirma que su vínculo con las mascotas o las plantas es más importante para él que el sostenido con otras personas, proporción que asciende al 31% entre los jóvenes.

A este panorama se suma la irrupción de la Inteligencia Artificial como soporte emocional: el 31% de los argentinos declara haber utilizado IA para conversar, ordenar pensamientos o procesar emociones, cifra que se eleva al 61% entre los jóvenes y al 40% entre quienes no están satisfechos con la calidad de sus relaciones humanas.

Finalmente, el quinto aprendizaje es que estamos entrando en una nueva forma de vivir los vínculos.

Las funciones afectivas antes ocupadas de forma exclusiva por personas se están diversificando hacia los animales, la naturaleza y los algoritmos como una manera de administrar el desgaste emocional. Esta transición plantea un interrogante central y filosófico para el futuro de Latitud Silver y de toda la sociedad: ¿qué significa para la vida en común que cada vez más funciones emocionales dejen de resolverse entre personas?

***Nota de la redacción:** El presente artículo constituye una nota de divulgación general destinada a resumir la ponencia y los datos estadísticos presentados por Constanza Cilley en el marco del conversatorio sobre Soledades y Vida en Común (Junio 2026, Legislatura de la CABA). Para consultar las planillas estadísticas completas y los informes comparativos de Voices! Consulting, puede acceder mediante el siguiente enlace: <https://www.voicesconsultancy.com/>*