

# **ELECCIONES Y PROCESOS ELECTORALES. FACTORES DE COMUNICACIÓN POLÍTICA FOCALIZADA A LOS *MILLENNIALS*: EL CASO PUEBLA, MÉXICO**

**Elections and electoral process: Factor of Political Communication focused to the millennial generation: the case of Puebla, Mexico.**

## **Autores:**

Dr. Jorge David Cortés Moreno (Profesor Investigador ICGDE, BUAP).

jd cortesm@yahoo.com.mx

Dra. Melva G. Navarro Sequeira (Profesora Investigador ICGDE, BUAP).

melva.navarro@correo.buap.mx

José Antonio Cisneros Tirado (Profesor Investigador ICGDE, BUAP).

joseantonio.cisneros@correo.buap.mx

Colaboradora Alumna: Cintia Janet Herrera Castañeda (FCC, BUAP)

## **RESUMEN**

La agenda política y electoral, tradicionalmente, ha intentado comunicar a la población en general, sin embargo, las nuevas formas de comunicación y creación de contenidos sociales con posibilidad de ser ampliamente difundidos (o como se dice en el mundo del *social media*: viralizados), transforma las dinámicas y necesidades conversacionales entre la clase política y la ciudadanía.

Uno de los más grandes retos de las democracias latinoamericanas es la comunicación hacia la generación “millennial”, quienes implican en diversos casos, un conglomerado heterogeneo que ronda un tercio de las poblaciones, y por tanto, de ser partícipes de las decisiones de lo público, son un segmento de la mayor relevancia.

La presente investigación radicó en indagar entre el segmento de la generación “millennial” que radica en el Estado de Puebla, México, la percepción política y social de los temas que más les interesan de la agenda pública, particularmente de aquellos que les afectan de manera directa en su vida personal y profesional.

Mediante el uso de metodología cualitativa, grupos de enfoque, se realizó la investigación que se centró en hombres y mujeres en edad universitaria y postuniversitaria, residentes en la Ciudad de Puebla, en la que se conversó sobre una temática específica: elecciones, seguridad personal, empleo y emprendimiento, vida universitaria y gestión de redes sociales.

El resultado generado está compuesto por un catálogo de áreas de oportunidad comunicativa en lo público, focalizadas al segmento poblacional estudiado.

## **Palabras clave**

Millennial. Comunicación. Política. Juventud. Redes sociales.

## **Introducción**

La comunicación política (Reyes, D'Quinn, Morales y Rodríguez, 2011: 85-101)<sup>1</sup> tiene en los jóvenes, a uno de sus componentes más relevantes, no solamente por la cantidad que representan en términos de la población del país y en el estado de Puebla, sino por su notable capacidad de influencia en la opinión pública. Con una potestad demostrada para el activismo por las más diversas causas que se dan cita en la vida pública del estado de Puebla, los jóvenes son una fuerza real que requiere ser atendida en sus diversas necesidades, bajo un enfoque basado en los resultados verdaderos y no en las pretensiones ideológicas o en la obediencia a ultranza.

El mundo de los jóvenes se mueve entre la realidad física y la digital (Bauman, 2005: 24)<sup>2</sup>; entre la movilización social vía redes sociales y la participación directa en los procesos comunitarios; entre su innegable capacidad para mover al mundo y la forma en que pueden ser afectados por los procesos políticos y económicos que operan en lo análogo. Los jóvenes resumen buena parte de los contrastes de la globalización. En este documento, se atienden los principales elementos objetivos identificados en un ejercicio riguroso y metodológicamente sustentado, sobre el parecer de los jóvenes en el estado de Puebla, una de las cinco entidades más relevantes de México. Se dejan los hechos y los datos, para abundar en la comprensión de la juventud y los desafíos que representan para la comunicación política.

---

<sup>1</sup> Asumida la comunicación política como una disciplina que: “[...] estudia las dimensiones contradictorias y complementarias que se presentan en la política, información y comunicación en sistemas democráticos. Así, el desarrollo de la política que cada vez se hace más compleja y problemática con la participación de nuevos actores sociales, la generación de nuevas y mayores demandas, el aumento de la participación ciudadana y la exigencia de acceso a la información política requiere de mayores estudios e investigación en este campo específico”.

<sup>2</sup> Zygmunt Bauman considera que, en este momento hemos llegado al “fin de la geografía” como signo distintivo de la generación actual. Según el experto, la gran diferencia entre empresas y empleados de la actualidad, radica en que las primeras solo requieren existir por el cumplimiento de una ley, pero no requieren vivir en un punto específico, mientras que los empleados sí se ven en la necesidad de radicar en un lugar, siendo obligados a cumplir con las reglas de dicha localidad.

## La investigación

Partiendo de los postulados cualitativos, se realizaron una serie de páneles con la técnica de investigación grupos focales. Los grupos de enfoque tienen el propósito de recoger la percepción, de los jóvenes Millennials o generación “Y”, sobre sus principales problemas, así como la valoración de las autoridades estatales. De esta manera, se realizaron 4 grupos con más de 10 personas, pero menos de 15 cada uno, jóvenes que radican en la ciudad de Puebla y su zona conurbada con participantes de ambos sexos y rangos de edad de 17-30 años, de diferentes ocupaciones y niveles socioeconómicos, de acuerdo a la siguiente programación.

3 de diciembre del 2017

- 10: 00 hrs. 14 Mujeres y Hombres Jóvenes /17-23 años / perfil estudiantil
- 16:00 hrs. 14 Hombres y Mujeres Jóvenes / 24-30 años/ perfil empleado o estudiante

4 de diciembre del 2017

- 10:00 hrs. 12 Hombres y Mujeres Jóvenes / 17-23 años / perfil no estudiantil
- 13:00 hrs. 12 Hombres y Mujeres/ 24-30 años / perfil desempleado, empleado parcial o no estudiante

## Segmentos

De la categoría general Millennials, se crearon subcategorías que permiten profundizar y delinear perfiles, según las características de un micro segmento (micro target) social que a continuación se muestran:

- **Micropadres.** Son Millennials con hijos pequeños. Por lo regular son jóvenes por debajo de los 20 años, con deseos de superación, asumiendo su nueva responsabilidad de forma parcial, ya que tienen que trabajar, estudiar y son multitareas. Al mismo tiempo, encuentran en las redes sociales nuevas formas de integración social, de trabajo, de formación y de autovaloración. Asumiendo un papel de mayor participación.

- **Periféricos.** Carecen de oportunidades, sin acceso a los recursos y apoyos públicos o privados. Se caracterizan por vivir en la periferia, de un núcleo urbano o rural socioeconómicamente bajo que los limita o restringe para trabajar o estudiar. Contribuyen a los gastos del espacio familiar en ocasiones. Con bajo consumo de redes sociales y Tics, utilizadas principalmente para la comunicación básica. Fácilmente manipulables debido al bajo criterio político.
- **Millennials Conservadores (Cuasi-Millennials).** Son todos aquellos jóvenes (hombres/mujeres) que son socialmente participativos, inconformes, propositivos, dentro de un nivel socioeconómico medio, con criterio político en desarrollo. Influenciados por sus padres o por la ideología que se profesa en el hogar, en caso de que eso suceda. Son renuentes a aceptar, en su día a día, la participación amplia y profunda de la tecnológica (“casi no me conecto”), pero vivieron la transición tecnológica tratando de adaptarse a la actual tendencia de las TIC’s.

Tienen acceso a redes, pero no participan en varias de estas. Corroboran la información de las redes con los medios tradicionales y con su familia. Forman su imaginario social con la influencia de la familia y las redes sociales.

- **Millennials Pro.** Están definidos por todos aquellos jóvenes súper conectados, de diversos estratos sociales, aunque principalmente con alta capacidad de consumo, son independientes, por lo general estudian. Aceptan su mundo y el que les rodea, asumiendo retos.

Manejan un lenguaje tecnificado derivado de su hiperconectividad, tratando de estar siempre a la vanguardia tecnológica. Manejan las TIC’s para sus necesidades de información, estudio, consumo, entretenimiento, diversión, etc.

- **Millennials Activistas.** Son personas jóvenes que consumen información muy específica en las redes sociales. Tienden a organizarse y crear colectivos. Al mismo

tiempo de que estudian y trabajan, se apoyan en las TIC's como sus herramientas de trabajo; cuentan con posturas críticas a la política, conciben que el cambio radica en sí mismo, en la sociedad y viene ese cambio de abajo.

Son jóvenes, ya sea hombres o mujeres, que creen en las redes como un medio de expresión y de protesta. Estos mismos jóvenes son emprendedores, cuentan con posturas serias y comprometidas, tienen consumos más racionales de las propias redes sociales, al mismo tiempo, se perfilan como líderes dentro de posturas políticas alternas o más radicales.

- **Millennials cien por ciento.** Son jóvenes estudiantes de corta edad (mujeres y hombres), entre los 14 y 18 años de edad, disponen de un consumo de redes sociales muy alto, están integrados con sus aparatos tecnológicos en su vida cotidiana.

Mantienen una dependencia tecnológica muy alta, prefieren cantidad que calidad; es decir, consumen un abanico muy amplio de contenidos digitales (medios, portales especializados, información, videos, memes, cápsulas, chats, youtubers, blogs, gamers, influencers).

Al mismo tiempo, solo se desconectan cuando se bañan y se duermen. Son críticos, socialmente participativos, en su imaginario no hay órdenes jerárquicos, dado que han configurado una concepción horizontal de las cosas proveniente del mundo digital; siendo en algunos momentos irreverentes.

- **Millennials radicales.** Estos jóvenes son personas que muestran apatía, muestran un carácter rebelde, manifiestan sus inconformes políticas y sociales en las redes sociales. Al mismo tiempo, desarrollan posturas radicales en la vida cotidiana.

Con posturas antisistema, hacen notar en sus expresiones, como en las redes sociales sus grados de insatisfacción social. Son amables, educados y se encuentran en todos los estratos sociales. Con mucha actividad en las redes sociales y en las TIC's,

muestran posturas críticas y de izquierda. En ocasiones se asoma su intolerancia en sus diversas expresiones.

- **Millennials NINI.** Son jóvenes que no estudian ni trabajan, que tienen mucho tiempo disponible para mostrar su vida en redes, y consumen diversos contenidos en las redes sociales. Generan actividades que puedan mostrar en sus redes para ser populares.

Son políticamente poco participativos. Son presuntuosos como parte del show-off de las redes. Teniendo alguien que los apoya económicamente, buscan ser el centro de atención de diversas actividades, dado que tienen tiempo disponible para llevar a cabo alguna actividad de ocio como diversión, reuniones sociales, deportes, etc.

### Hallazgos principales

Los hallazgos que se presentan a continuación, son parte de los hechos y datos que fueron identificados y que permitieron producir la ponencia para este evento.

| Conocimiento de problemas   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| Micropadres   | Periféricos   | M. Conservador  | M. Pro  |
| Falta de empleo<br>Secuestro de menores, "me preocupa que mi hijo corra peligro"<br>Corrupción Narcotráfico | Feminicidios<br>Inseguridad como el principal problema<br>Corrupción e inseguridad<br>"Pues por la colonia luego hay broncas, siempre hay otros que se quieren aprovechar"  | La falta de oportunidades<br>"Los feminicidios están subiendo en Puebla, antes eso no sucedía aquí"<br>"Falta de oportunidades económicas para continuar con estudios"<br>"No hay apoyo para los estudios" "No hay apoyo para el sustento"  | Inseguridad<br>"Ya tienes que estar preparado por si te asaltan" "sobre todo cuando salgo de la escuela, yo llevo dos carteras, una la dejo en mi casa con mis tarjetas de crédito y otra la llevo por si acaso"<br>"Falta de educación, más escuelas" "El formato de educación es antiguo" |
| "Las calles están luego muy solas y oscuras y sí me da miedo como mujer"                                    | "Para mí la Ruta siempre es un problema, porque viene llena o la gente no tienen orden o no respeta para subirse"<br>"Pues un poco las drogas"<br>"una vez me arrepentí de quitarle las cosas a unos y me regresé a pagar 800 pesos"<br>"una vez vi como a una muchacha en la Ruta le quitaron su <del>cel</del> y nadie hizo nada" | Delincuencia. "A causa de la falta de estudio por resolver problemas económicos, la gente delinque, roba"<br>"La Inseguridad en las calles, y al subir al transporte público"<br>"nosotros como mujeres debemos sentirnos seguras de caminar en la calle sin temor de ser secuestradas"<br>Mala educación en la mayoría de los niveles escolares.<br>Falta de igualdad, "intentan separar la clase alta de la clase baja".<br>Mucha contaminación | Falta de apoyo a emprendedores y estudiantes en general.<br>Indiferencia entre comunidades y la sociedad. "hay lugares donde no hay pavimentación" "hay preferencia a estudiantes ricos que los de clase baja"<br>Corrupción "El que no tranza no avanza"<br>Corrupción e inseguridad       |

Fig. 1. Conocimiento de problemas por tipología de Millenial, "Micropadre", "Periférico", "Conservador" y "Pro". Fuente: elaboración propia con base en el estudio realizado.

| Conocimiento de problemas  |   |  |   |
|--|---|--|---|
| M. Activista   | M. 100%   | M. Radical   | M. Nini   |
| <p>"Yo creo que los problemas tienen un origen, y pienso que el problema viene desde abajo, desde la sociedad. Si la sociedad no cambia, el gobierno tampoco lo hará"</p> <p>"La contaminación"</p> <p>"La enorme cantidad de vehículos y su contaminación, la educación también está mal"</p> | <p>"La Inseguridad en definitivo"</p> <p>"La situación laboral es muy preocupante, cada día hay menos trabajo y yo me preocupo porque pienso qué voy a hacer en el futuro"</p> <p>"La corrupción es un problema" "Suelen darle prioridad a los que tienen más dinero"</p> <p>"Inseguridad" "El ser mujer provoca intimidación porque corres más riesgos."</p> | <p>"La inseguridad, la violencia y la delincuencia. Voy con mis equipos en la mochila, y me da miedo pasar en calles oscuras, mejor me resguardo con otras personas para ponerme a salvo...en el centro. en el Boulevard 5 de mayo"</p> <p>"No hay trabajo igual en el estado y los problemas son diferentes, según la zona, depende la de zona donde lo veas, en una parte construye un puente, pero son zonas donde hay mucho tráfico, lo único que hacen es pasar el tráfico de la calle al puente, y ahora hay tráfico en ambos lugares"</p> | <p>"La mala educación. Te enseñan a ser empleado y no te apoyan para emprender"</p> <p>"La Ignorancia. No tener cultura de leer y exigir mucho"</p> |
|  | <p>"No hay cultura vial de nada, de que te sirven tantos puentes o carreteras si no hay cultura vial" "Falta de trabajo" "me afecta si mis papás no tienen oportunidades de trabajo"</p> <p>"Falta de apoyo a jóvenes con talentos en áreas deportivas y culturales"</p>  | <p>"Esas construcciones no siempre nos están ayudando y nos generan nuevos problemas como más tráfico"</p>   |   |

Fig. 2. Conocimiento de problemas por tipología de Millennial, "Activista", "100", "Radical" y "NINI". Fuente: elaboración propia con base en el estudio realizado

### Los factores identificados

A continuación, se presentan los factores que se identificaron a partir de la investigación cualitativa. Se exhiben tales elementos, exponiendo a profundidad las expectativas y consideraciones que los entrevistados vertieron sobre la agenda pública. Es de entenderse que las conversaciones con los jóvenes, permitieron identificar los temas torales para ellos y, en consecuencia, lo que esperan de los políticos y de la acción pública por parte de los distintos niveles de gobierno.

Por la diversidad de perfiles que se encontraron en las conversaciones sostenidas, fue que se dio un conjunto de preocupaciones variopintas y con distintos niveles de profundidad respecto a los temas públicos. Este contraste es sumamente importante porque da una idea del reto comunicativo que tienen los tres órdenes de gobierno para interactuar con un universo de chicos y chicas que, al verse como un todo, es disruptivo.

De acuerdo a lo que se ha identificado a lo largo de las conversaciones de referencia, el reto comunicativo tiene por lo menos, tres dimensiones:

- La digitalidad (Chanona, 2017)<sup>3</sup>, en el sentido de lograr traducir en las redes sociales, con mensajes sumamente breves y llenos de imágenes y sonidos, aquello que se pretende transmitir, ya sea una iniciativa de ley, un reglamento, el anuncio de una medida o, simplemente, el mero saludo de los gobernantes hacia los jóvenes.
- La inmediatez (Bolter y Grusin, 2010: 32-33)<sup>4</sup>, que debe ser considerada a partir de la ansiedad de los jóvenes por tener la información de manera instantánea. Es indispensable que los gobernantes entiendan que los jóvenes nacieron en una época en que, literalmente, la noticia de hace unas horas es historia, por lo que se requiere de una capacidad profesional para comunicarse en tiempo real.
- Y, la sencillez (Jiménez, 2015: 273-287)<sup>5</sup>, que es una condición indispensable. Los jóvenes no quieren ni aceptan contenidos complejos, cargados de mensajes plurívocos y densos; harto fascinados por la prevalencia de la imagen sobre el contenido, los muchachos de hoy desdeñan la pesadez en la oratoria y prefieren la redacción lisa, casi transparente.

Estos son los retos que se han podido identificar en las conversaciones sostenidas con jóvenes que bien pueden llegar a representar fielmente, a sus pares en otras entidades de la República Mexicana. Literalmente, son los elementos que los jóvenes demandan y demandarán, para la clase política y el régimen que viene.

Por otra parte, la expresión de estos jóvenes se da bajo condiciones de sincronización (Universidad de Valencia, S.f.)<sup>6</sup> sumamente interesantes, que afianzan la racional de que, cualquier gobierno, deberá estar atento a las demandas de este núcleo poblacional, urgido de ser escuchado en medio del barullo de la conflictividad social.

---

<sup>3</sup> La digitalidad es un mundo alterno al real, que muta y se re-significa constantemente, lo que supone revalorar nuestra comprensión de lo electrónico y lo análogo, a efecto de no ser rebasados por alguno de estos planos.

<sup>4</sup> La inmediatez es, la conciliación de nuestra mirada física con la de la representación mediática de aquello que pretendemos tener frente a nosotros. Es, por emplear un término de Bolter, “el derrumbe” de la prospectiva lineal y la sumisión de ésta en la representación instantánea de la realidad, por lejos que pudiera encontrarse de nuestra condición presente.

<sup>5</sup> La sencillez, en términos comunicativos, es una condición indispensable para hacerse entender por parte de la comunidad objetivo a la que se dirige el mensaje. A su vez, la sencillez está integrada por la modestia, el sentido del humor y la naturalidad, categorías que, al combinarse, ofrecen una mayor capacidad comunicativa al hablante.

<sup>6</sup> La sincronización es “el cumplimiento de las dependencias temporales entre diferentes procesos”. Lo anterior supone que tal dependencia temporal, requiere de la capacidad para poder establecer acuerdos, tanto lexicales como cognitivos, por parte de los involucrados.



Las condiciones de sincronización que fueron ubicadas a partir del análisis de los contenidos emitidos por los jóvenes entrevistados, son las siguientes:

### *Indiferencia ante la ideología*

Con una notable indiferencia hacia la ideología política (INEP, S.f.)<sup>7</sup>, los jóvenes quieren soluciones a sus problemas, sin importar gran cosa si tales remedios provienen de la derecha, el centro o la izquierda. Desprovistos de dogmas (Vallet de Goytisolo, 2004: 267-286)<sup>8</sup>, los jóvenes se muestran hoscos ante el abuso de la propaganda y el discurso verborrágico; diríase que están vacunados contra los posicionamientos terminantes y la aceptación incondicional hacia un partido político.

Las soluciones que demandan, son fácilmente encuadradas en cualquier plan de gobierno, independientemente de la geometría política (Rodas, 2011)<sup>9</sup> de la que provengan: sus problemas se inscriben en la cotidianeidad, en el aquí y en el ahora, no en la retórica ni en la identificación de predicados complejos. Así, es de concluirse que hay un alejamiento puntual de los jóvenes hacia la oferta de los partidos políticos; puede pensarse que votan porque lo consideran relevantes en términos de responsabilidad cívica (Kath, 2010)<sup>10</sup>, pero es indudable que no asumen un compromiso militante con un instituto político, acaso con algún personaje notable.

### *El futuro incierto*

Uno de los factores que se dieron prácticamente por unanimidad por los jóvenes consultados, es la incertidumbre ante el futuro, que avizoran como nebuloso, con pocas posibilidades de ser pronosticado y menos aún, de ser controlado.

---

<sup>7</sup> La definición de ideología política, considerada para este documento es: “una ideología política es el conjunto de valores primarios de los cuales las personas derivan sus actitudes hacia los hechos y problemas políticos y que les sirven de guía para conducirse políticamente”.

<sup>8</sup> El académico Vallet de Goytisolo considera que, vigentes, hay unos cuantos dogmas políticos, entendidos éstos como “Fundamento o puntos capitales de todo sistema, ciencia, doctrina o religión”: la soberanía; el monopolio de la creación de las leyes; la nacionalidad y, el que los partidos políticos son expresión de pluralismo político.

<sup>9</sup> En el contexto de que la geometría política “continúa trazando los ejes de izquierda-derecha, aun cuando su carácter anacrónico, confuso e inoperante resulta cada vez más evidente”, como señala Rodas.

<sup>10</sup> Kath se refiere al libro de Tony Jundt, “Pensar el siglo XX”. El punto al que hace mención es al de la responsabilidad cívica en el sentido que “puedo tener una responsabilidad como ciudadano, pero no siento responsabilidad alguna en lo moral, respecto a aquello que puedo cambiar”. En otras palabras, la responsabilidad civil se diferencia de la moral, en que la primera corre por la lógica del derecho positivo, en tanto que la segunda se inscribe en la obligación personalísima de cada ciudadano, sin que medie pena legal alguna por su incumplimiento, en el marco de las leyes vigentes.

Los jóvenes saben que es indispensable que cuenten con el mayor nivel de estudios profesionales que puedan conseguir. Entienden que las reglas del mercado laboral y del emprendedurismo exigen profesionistas con notables capacidades para las diversas áreas del conocimiento que se atienden en las universidades.

Sin embargo, pese a los estudios universitarios que persiguen, pese a los idiomas que arduamente pretenden dominar y pese a las capacidades informáticas y comunicativas que se esfuerzan por desarrollar, entienden que hay componentes en la vida laboral y de los negocios que no pueden controlar.

Elementos tales como el amiguismo y el tráfico de influencias, influyen notablemente en su desaliento para hacerse de un buen trabajo o de poder establecer un proyecto emprendedor. Se saben potencialmente inmersos en un mundo que se mueve por las relaciones que se tienen, independientemente de las capacidades demostradas.

Por lo anterior, los jóvenes suponen que no tienen todas consigo para recibir una buena oferta laboral o, que sus ideas de negocio logren prosperar. Anhelan un “piso parejo” para que puedan competir en la vida que les espera, pero entienden que hay componentes invisibles que les son ajenos y, por lo tanto, difíciles de gerenciar.

Así, el futuro es complicado en su idealización y en ello estriba buena parte de la idea que priva en los jóvenes, en el sentido de vivir la vida con la intensidad que solo ofrece el presente y esperar que el futuro sea hasta cierto punto, benigno en sus demandas.

### *La omnipresencia de la Red*

Ninguno de los jóvenes se imagina siquiera por accidente, la vida sin Internet, sin la Web, sin los teléfonos celulares ni las redes sociales. El mundo se les presenta como próximo a través de una pantalla, que en ocasiones les juega malas pasadas porque están convencidos de que el mundo es justamente lo que ven a través de la misma. Lo que no necesariamente implica que exista una carencia de crítica y cuestionamiento a lo encontrado en la red de redes.

## **Los temas y la visión de futuro**

Durante las conversaciones atendidas con los jóvenes en los grupos de enfoque, se encontraron cuatro factores de preocupación que se manifiestan en su vida cotidiana, pero también en su visión del futuro.

En forma sucinta, se mencionan los elementos más relevantes de dichos factores, en el entendido que los autores de esta ponencia se limitaron al ordenamiento de la información, así como su posterior análisis de contenido e interpretación de los resultados obtenidos.

### *Seguridad personal*

Los jóvenes, junto a los ancianos, constituyen el nodo social más sensible a las agresiones de la violencia y la delincuencia en las calles de Puebla. El robo del celular, de la computadora y del dinero en efectivo, cuando no de los tenis y la chamarra, son la constante que agrede a los jóvenes, en la mayoría de los atracos.

En las conversaciones, se identificó que los jóvenes son violentados en tres puntos concretos de su trajín cotidiano: en los trayectos de su domicilio a la institución educativa y viceversa; en el transporte público y, en las inmediaciones de los cajeros automáticos bancarios.

Es notable que se sientan particularmente vulnerados en estas tres condiciones, por lo que la autoridad y la clase política en general, debe considerar estos escenarios tan precisos para establecer las contramedidas correspondientes, sabiéndolas transmitir a los jóvenes, que demandan atención y no acciones cosméticas e intrascendentes.

### *Desempleo y emprendimiento*

Habida cuenta que la totalidad de los jóvenes que fueron entrevistados, refieren que una formación académica sólida es indispensable para poder desempeñarse en cualquier actividad productiva, existen áreas de preocupación al respecto.

La primera área se inscribe en la combinación de una enorme oferta de graduados universitarios, bajo una modesta demanda por parte del mercado laboral. En el sector privado, la exigencia de tener años de experiencia en una actividad productiva, suele ser el principal elemento para no ser contemplado en un puesto de trabajo.

La segunda área se refiere a lo nebuloso del proceso para emprender un negocio; si bien es cierto que existen programas de la iniciativa privada y de los tres órdenes de gobierno para incubar una empresa, hay numerosos obstáculos en el camino: desde la identificación de las áreas de oportunidad comercial, pasando por la elección del financiamiento apropiado, hasta la capacidad para poder administrar el proyecto.

Es importante citar que, los jóvenes demandan formación para emprender un proyecto productivo, independientemente de la licenciatura o carrera técnica que estén cursando; lo anterior es un reto para las instituciones de educación superior del estado de Puebla, ya que deberán generar cursos transversales sobre emprendimiento, sin importar el área de conocimiento que se atienda en los programas educativos.

#### *Gestión de redes sociales y gadgets*

Es prácticamente inviable el mundo para los jóvenes, sin teléfono celular inteligente. Sin acceso a la Red, no hay forma de comunicarse entre ellos, como si existiera un muro invisible. Ante semejante necesidad, de la que se puede estar de acuerdo o no si es indispensable para vivir, los jóvenes requieren de ciertos elementos para su cotidianeidad:

- El primer elemento es la demanda de información útil para su toma de decisiones, por medio de las redes sociales. Ciertamente, en la perspectiva adulta, puede cuestionarse el que la información más objetiva y dura no se puede conseguir por ese medio, pero la posición de los jóvenes va por ese camino de la digitalidad.

- El segundo elemento es tener un ambiente urbano que ofrezca las condiciones necesarias para tener acceso a la Red. El teléfono celular que es indispensable para los jóvenes, suele presentar problemas de conexión en ciertas zonas de la ciudad, por lo que exigen que haya acceso a sus redes sociales, en las mejores condiciones posibles.
- El tercer elemento es la creciente exigencia de contenidos académicos que puedan atenderse por medios electrónicos. Instrumentos didácticos como el Blackboard son aceptados por los jóvenes, porque les permite estudiar y realizar sus deberes académicos en cualquier parte, sin importar la hora.

Así, las redes sociales y los gadgets se vinculan con el correo electrónico y con los contenidos académicos vía digitalidad, formando una especie de ecosistema que es particularmente apreciado por los jóvenes, quienes ven en él, su hábitat natural, en el que estudian, se informan y más lejos, establecen relaciones afectivas.

### *Educación profesional*

La formación profesional, según los jóvenes, tiene diversos componentes que son cruciales para el éxito laboral o de negocios, dependiendo de la vocación que se tenga y del área de conocimiento de que se trate.

Los componentes que se consideran como relevantes por parte de los jóvenes entrevistados, se inscriben en los términos siguientes:

- En primer lugar, la elección correcta del programa académico, que requiere de una orientación vocacional apropiada, en la que se muestren las distintas posibilidades de estudios profesionales y no restringirse a las carreras más conocidas.
- En segundo lugar, la actualización y pertinencia de cada programa académico, a efecto de que los estudiantes no se la pasen aprendiendo un conocimiento que ha sido rebasado o, que lo será en un lapso breve.

- En tercer lugar, el manejo de idiomas es imprescindible para comunicarse en un mundo interconectado, en donde la vinculación de diferentes culturas es común, sin importar el ramo del conocimiento en el que se desenvuelva el estudiante.
- En cuarto lugar, se citó con insistencia la posibilidad de tener intercambios en otros estados de la República y aún del extranjero; los jóvenes no se contentan con cursar un programa académico en Puebla: anhelan tomar algunos cuatrimestres o semestres en una universidad distinta.

Así, la educación profesional es vista por los jóvenes, como un territorio que requiere de decisiones profundamente razonadas, porque saben en un escenario de alta competitividad, se requiere de un saber robusto, actualizado y pertinente.

### **Conclusión**

Las conversaciones sostenidas con un conjunto de jóvenes radicados en Puebla, tienen diversas lecciones que en el mundo adulto debemos aprender:

- Primero: asumir que los jóvenes tienen mucho que decir y que aportar en un mundo que, se esfuerza en hacer oídos sordos para escuchar a una generación que sabe en pormenor, cómo coexistir en un mundo análogo y digital a la vez.
- Segundo: entender que la generación de pequeños emprendimientos no solamente es la solución en parte, a los problemas de desempleo en el país, sino una meta legítima de numerosas personas.
- Tercero: considerar que la formación académica ya no es más una mera necesidad para posteriormente hacerse de un trabajo remunerado; en muchos sentidos representa la convivencia entre personas con intereses comunes.
- Y, cuarto: asimilar que la seguridad de las personas y sus bienes constituye la principal preocupación de una generación que ha hecho de sus teléfonos celulares y

sus computadoras, no solamente los más preciados de sus bienes, sino la conexión de la vida con ellos, hacia ellos.

Pensar en los jóvenes no solamente es un ejercicio de responsabilidad ciudadana; es lo menos que se puede hacer por una generación que reclama por derecho propio su condición protagonista en el cambio social que el país exige.

## **Bibliografía**

Bauman, Zygmunt. 2005. "La globalización: consecuencias humanas". Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Bolter, David y Richard Grusin. 2010. "Inmediatez, hipermediación, remediación". CIC, Cuadernos de Información y Comunicación. Año11, Vol.16, 07octubre, Norteamérica. Consulta: 11 de agosto de 2018 en: [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_CIYC.2011.v16.2](http://dx.doi.org/10.5209/rev_CIYC.2011.v16.2)

Chanona, Omar. 2017. "Digitalidad: cambios y mutaciones en la cotidianidad", Revista Digital Universitaria, Vol.18, Núm. 4, 1abril.

Consulta: 12 de agosto de 2018 en: <http://www.revista.unam.mx/vol.18/num4/art32/index.html>

INEP. S.f. "Definición de ideología política". Consulta: 18 de agosto de 2018 en: <http://diccionario.inep.org/I/IDEOLOGIA-POLITICA.html>

Kath, SF. 2010. "Pensar el Siglo XX de Tony Judt" [Publicada en español por Taurus en 2012]. 5 de julio. Consulta: 16 de agosto de 2018 en: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:NDcNrQDIjOQJ:https://www.calameo.com/books/0045513065fb3edb63e83+&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=mx>

Jiménez, María Elena. 2015. "La sencillez como cualidad moral en las exposiciones científicas orales". MEDISAN, año15, Vol.19, núm.2, febrero, 2015: 273-287.

Consulta: 16 de agosto de 2018 en: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1029-30192015000200018&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30192015000200018&lng=es&tlng=es).



Reyes Montes, María Cristina; José Antonio O' Quínn; Juan Miguel Morales; Eduardo Rodríguez. 2011. "Reflexiones sobre la comunicación política", Espacios Públicos, Vol. 14, núm. 30, enero-abril, México, Universidad Autónoma del Estado de México, pp. 85-101. Consulta: 15 de agosto de 2018 en: <http://www.redalyc.org/pdf/676/67618934007.pdf>.

Rodas, Mauricio. 2011. "La nueva geometría política". Letras Libres. 1 de agosto. Consulta: 11 de agosto de 2018 en: <https://www.letraslibres.com/mexico/la-nueva-geometria-politica>

Universidad de Valencia. S.f. "Programación 2". Consulta: 16 de agosto de 2018 en: [https://www.uv.es/gomis/Apuntes\\_SITR/Trasparencias/Programacion\\_2.pdf](https://www.uv.es/gomis/Apuntes_SITR/Trasparencias/Programacion_2.pdf)

Vallet de Goytisoló, Juan. 2004. "Los dogmas políticos vigentes". Sesión del 10 de febrero. Real Academia de Ciencias Morales y Políticas. Consulta: 12 de agosto de 2018 en: <http://www.racmyp.es/R/racmyp/docs/anales/A81/A81-32>