

La política y la generación millennial

Antoni Gutiérrez-Rubí

Nacidos entre 1981 y 1995, son los hijos del *Baby Boom*. Según diversos informes globales, en 2025 supondrán el 75 % de la fuerza laboral del mundo. Les llaman así debido a que se hicieron adultos con el cambio del milenio (en plena prosperidad económica, antes de la crisis). Algunos la llaman Generación Y, otros los *Echo Boomers*, aunque desde hace ya tiempo son etiquetados como los *Millennials*.

Algunas de las descripciones les retratan como personas malcriadas y mimadas, capaces de alargar la adolescencia hasta el ensimismamiento hedonista. Del «you» al «me». Impacientes y egocéntricas. Han tenido un 110% más poder de compra que sus padres pero ahora empiezan a sentir en sus vidas la dureza del desempleo, a pesar de su gran preparación académica. No les gustan los modelos tradicionales, tienen una alergia espasmódica a las jerarquías impuestas, y viven con una mentalidad abierta a «vivir la vida» más allá de ganar dinero, simplemente. Si tuvieran que elegir entre sus posesiones materiales y las digitales, no lo dudarían: escogerían las segundas. Las marcas no saben qué hacer. No compran coches, no se hipotecan... porque no pueden y, en parte, porque no quieren. Su principal «consumo» es el de los contenidos. Personas preocupadas por su

imagen, su reputación y su proyección. No tienen miedo a los retos. Y la característica central: dominadoras de la tecnología como una prolongación de su propio cuerpo. Sus relaciones básicas han estado intermediadas por una pantalla, desde el principio. La ruptura del tiempo y del espacio como elementos inevitables para cualquier tipo de relación o experiencia es el pasado.

La ubicuidad es la naturaleza de su presente, sin coordenadas. Siempre con sus *smartphones* encima.

Pueden llegar a tener tres o cuatro dispositivos móviles. Multiformato, multipantalla y multicultural, de serie. Sin concesiones. On y off integrados. No ven la diferencia. No la entienden. Tienen otro diccionario: el *Urban Dictionary* les representa mejor.

Esta generación va a establecer una relación muy diferente, también, con la política formal, mucho más contractual, promiscua, exigente y volátil. Pero decisiva en los próximos procesos electorales. Hay que releer a Henry Jenkins si se quiere comprender. Estos podrían ser algunos de los cambios que apuntan:

1 Primero móvil. La concepción de la relación con las organizaciones políticas y su participación debe ser digital y móvil. La tecnología ya no es una elección para la «nueva política», sino una obligación para interactuar con los ciudadanos. Se comunican, se organizan y actúan en red a través de sus dispositivos

Antoni Gutiérrez-Rubí es consultor de comunicación política y pública. Director de Ideograma. Publicado en www.gutierrez-rubi.es

móviles. Son activistas, no militantes. Glociales.

2 Derecho a decidir. Quieren relacionarse, influir, decidir (e incluso enseñar) sobre los gobernantes. No se conformarán con ser meros receptores pasivos de decisiones, querrán participar de ellas. Se sienten preparados para afrontar retos: regeneración democrática. Ellos pueden y deben ser parte de los «nuevos actores», de la «nueva política». No aceptan ni privilegios, ni tutelas, ni dirigismos. ¿Quieren cambiar el mundo? Podrían, pero no lo han decidido, todavía. Aunque no les gusta el que tienen.

3 Mejor sin partidos. No creen en los partidos (en su actual configuración), que consideran parte del problema y no de la solución. Los partidos deberán articular nuevas fórmulas para promover el empoderamiento con esta generación. Relaciones más libres y más esporádicas, como parte de una nueva dinámica más humilde y más co-participada. Prefieren las causas a las casas políticas. Es el triunfo de la petición online antes que de la revolución. Los memes sustituyen a los discursos. La videopolítica a los programas.

4 Sin deudas históricas. Ni con la Transición, ni con las instituciones. Ni casi con la historia. No quieren esperar, son impacientes a un cambio de modelo y de valores. Su constancia está en entredicho. La rapidez de sus vidas les predispone a lo viscoso, resbaladizo y líquido. Pero su creatividad apunta y denuncia.

5 Conocimiento compartido. Su mundo empieza por «co». Son un valor para una nueva concepción de la política: participación y deliberación a través de las TIC. *Crowdpolítica*. Sin compartir no vale. Otra concepción de la autoridad. Su mundo es trans: transmedia, transcultural, transversal. Creen en la economía colaborativa. Compartir es lo natural. Competir no es sano, creen. Viajan de otra manera.

6 Exigentes y vigilantes. Serán muy exigentes e intransigentes con los valores de la «nueva política»: transparencia y rendimiento de cuentas sin negociación. Consideran la ejemplaridad personal y colectiva como la auténtica identidad: eres lo que haces, no lo que dices. De vuelta a Aristóteles.

