

La Generación del “YO”

Edmundo Berumen
Junio, 2010

Apenas unos meses leímos desplegados calzados con ilustres firmas de intelectuales y otros actores y líderes públicos de renombre apuntando un “yo acuso” a la “Generación del NO”. En tiempo real recibieron a la par aplausos, adherentes, reconocimientos y su contraparte: reclamos, críticas y desmentidos que pedían su nombre fuese removido.

En buena medida el segmento criticado se concentraba en políticos en activo, en “la banca”, dentro o fuera de partidos políticos y similares, por no dejar fuera otros inculpados.

Mucha tinta, imágenes y saliva se gastó en denostar (defender) a la “Generación del NO”, etiqueta con la que Federico Reyes Heróles bautizó en febrero de este año a los políticos que al menos desde 1994 para acá se han encargado de que nada suceda en materia de reformas, refiriéndose de manera particular a la inacción del Congreso en sus dos Cámaras, la de Diputados y Senadores, que legislatura tras legislatura consistentemente archivan, postergan, modifican hasta hacerlas inoperantes, distintas reformas a distintas Leyes y Artículos Constitucionales que sentarían las bases para una mejor gestión y funcionamiento del quehacer público en sus distintos niveles, Ejecutivo, Legislativo y Judicial.

El panorama desolador que dibujó el intercambio de mentes privilegiadas con virtuosas plumas o lúcido y lucido verbo, mezcladas con otras de pobreza lastimera, duró varias semanas, y movió a algunos lectores y audiencias, a explorar veredas afines que sólo lograron acrecentar el entorno de tristeza y desesperanza en que se encuentran inmersos quienes nos preocupamos, pero poco ocupamos para aportar remedios, a nuestro querido y herido país, “Este País”. Los complementos a la vista no ayudaron, mayor inseguridad, más impunidad, menos transparencia, mayor distancia en la brecha de quienes tienen y quienes no.

Desde barandilla muchos nos sentimos a salvo, espectadores de una puesta en escena con pocas expectativas de llegar a ver concretado resultado alguno (cenizas de múltiples pactos y acuerdos que cayeron en el olvido después de que pasó el gran susto de julio de 2006). Luego, la resaca, ¿en verdad quedamos distantes?, ¿somos ajenos al debate y su futilidad?, ¿nada nos alcanzará para afectar tan cómoda posición?

¿Y qué con la “generación del YO”? La mía, y la de muchos mexicanos que al considerar nuestros haberes y estilo de vida nos juzgamos bien, bien a secas o de plano privilegiados, o muy privilegiados, y por tanto el que se mantenga el “estatus quo” nos viene bien. No nos preocupa ni ocupa lo que les pase a otros, el remediarlo, si ello es posible, es tarea y

responsabilidad de terceros, nosotros estamos en lo nuestro, atareados con afán en actividades lícitas y productivas, que generan trabajos directos e indirectos, y nos sentimos y la pasamos bien.

Los que quedan, mayoría en todos los sentidos, mayoría que se mide en cuarentenas de millones de mexicanos que la pasan muy mal, milagrosamente sobreviviendo, están aletargados, shshshshshssssss, no hagamos ruido, no sea que salgan de su letargo.

Atisbemos un poco a la “Generación del YO”, con la selección de algunos resultados de una encuesta nacional recién levantada a fines de mayo de 2010 en una muestra nacional de **mil** ciudadanos entrevistados en sus hogares. Un segmento de ellos por ejemplo, aquellos que tienen ingresos familiares mensuales de al menos cinco salarios mínimos (y más, algunos mucho más).

Uno de cada **cinco** de ellos (el doble del promedio nacional) están dispuestos a gastar en ellos mismos para hacer algo que los haga resaltar, ser notados, entre sus amigos(as), compañeros(as) de trabajo o simplemente en lugares públicos.

Casi **uno** de cada **tres** (casi el triple del promedio nacional), aún cuando su tarjeta de crédito esté al límite y tengan dificultades para pagar el saldo mensual completo, siguen saliendo a lugares públicos con amigos y ofrecen pagar la cuenta en lugar de aportar sólo lo necesario para cubrir su consumo, ¡faltaba más!

La **mitad** declara que algunas veces ha dejado de consumir algo deseado desde hace tiempo para mejor destinar ese dinero a la ayuda de algún conocido, la otra **mitad** decide mejor comprar lo deseado. Eso si, **seis** de cada **diez** declara que alguna vez ha destinado dinero para la ayuda de un desconocido.

Uno de cada **cinco** juzga básico para su vida diaria el pertenecer a una red social de Internet como Facebook, Twitter, MySpace, Hi5, etc. (Entre la mayoría aletargada **cuatro** de cada **diez** no entiende la pregunta, **no sabe** lo que son estas redes sociales en Internet o teléfonos móviles; shshshshshssssss).

En proporción similar (uno de cada cinco) nunca dan limosna a la gente que se los pide. (En contraparte, entre la mayoría aletargada **uno** de cada **cuatro** siempre o casi siempre sí les da.). Pero al tratarse de la Cruz Roja, el “Teletón”, el “Juguetón” y similares, **cuatro** de cada **diez** declara contribuir.

La letanía sigue y tiene variantes en otros segmentos (como los que tienen estudios de al menos preparatoria), pero para terminar las citas del segmento con ingresos de al menos cinco salarios mínimos, **siete** de cada **diez** declara que **no** participan o han participado de manera voluntaria en actividades o reuniones de alguna organización social o comité de vecinos en beneficio de la comunidad, ni una ajena, ni la suya propia.



Berumen y Asociados, S.A. de C.V.
Altadena No. 15 Col. Nápoles,
Del. Benito Juárez Méx. D.F. CP 03810
Tel: 5093-8600 Fax: 5093-8615

Si de esta “Generación del **YO**” sale la mayoría de los que pasan a la “Generación del **NO**”, ¿hay razón para sorprendernos?

Epílogo. Aahhh, pero ha llegado y debemos dar la bienvenida y desearle los mejores augurios la “Iniciativa México”, presentada en sociedad el pasado 7 de junio. Si el arreglo del podio no impresionó al reconocer vecinos distantes, si los numerosos comentarios en tiempo real tampoco, ni los cinco mil fans a un par de horas de su presentación en sociedad (creciendo de manera exponencial), ni el primer centenar de iniciativas ya presentadas en las primeras dos horas tampoco nos mueve de nuestra cómoda poltrona. No queda sino esperar que a otros sí los entusiasme, desearles el mejor de los éxitos y que triunfen sobre nosotros, la “Generación del **YO**”.