

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES

**ESPACIO VANGUARDIA 2003
(EVALUACIÓN)**

**PRIMER BORRADOR
06 de mayo de 2003**

Héctor Castillo Berthier

INDICE

INTRODUCCIÓN.	p. 3
1.) ¿QUÉ ES SER JOVEN?	p. 5
2.) LISTA DE EQUIPOS Y TEMAS.	p. 14
3.) LA VISIÓN DE LAS EMPRESAS.	p. 14
3.1) La era de los sueños.	
3.2) Autoestima y asertividad.	
3.3) El equilibrio de los valores.	
3.4) La demanda del consumidor.	
3.5) El cambio de paradigmas.	
3.6) Enfrentando el empleo.	
3.7) Los retos y los riesgos.	
3.8) Las características de los productos.	
3.9) La cultura empresarial.	
3.10) Los sueños hechos realidad.	
3.11) Los apellidos y la Meritocracia.	
4.) LA VISIÓN DE LA POLITICA.	p. 21
4.1) La transición a la democracia.	
4.2) Inseguridad y violencia.	
4.3) Ser político con futuro.	
4.4) Las lecciones de Samper.	
4.5) Los otros “cambios”.	
5.) LA VISIÓN DE LOS JOVENES.	p. 26
5.1) Sobre las empresas.	
5.2) Sobre la política.	
5.3) Sobre las universidades.	
5.4) Sobre el evento.	
5.5) Sobre los proyectos.	
5.6) Sobre las críticas y opiniones personales.	
5.7) Sobre las propuestas finales por Áreas.	
6.) CONCLUSIONES	p. 35
6.1) Debilidades.	
6.2) Fortalezas.	
7.) BIBLIOGRAFÍA	p. 42

EVALUACION ESPACIO VANGUARDIA 2003

(primer borrador)

Héctor Castillo Berthier

INTRODUCCIÓN.

El objetivo central de esta evaluación es buscar una retroalimentación del proyecto Espacio Vanguardia 2003 y la creación de una herramienta más de trabajo, con miras a su posible seguimiento y planeación para el año siguiente.

Hoy en día cuando los problemas de México parecen repetirse una y otra vez, cuando los cambios esperados, anunciados y nunca terminados, parecen envejecer al verse envueltos en la vorágine de la vida cotidiana, repitiendo hasta el cansancio las viejas tradiciones y costumbres a las que por desgracia nos hemos acostumbrado, surge la necesidad imperiosa de abrir nuevos espacios de comunicación entre la gente, crear nuevos mecanismos que fortalezcan la participación responsable y activa de los ciudadanos, espacios que empiecen a abrir poco a poco un nuevo horizonte para la realidad nacional que, de una vez por todas, incluya dentro de los orgullos locales y regionales, el sello inevitable de la globalidad a la que estamos siendo sometidos, muchas veces sin quererlo o sin siquiera darnos cuenta, y que será uno de los símbolos definitivos del futuro.

En este contexto dos instituciones, una experta en el manejo de medios masivos de comunicación y en la producción de eventos con un alto impacto social (Televisa) vuelve la mirada sobre la sociedad, sobre sus propias huellas, sobre la enajenación acumulada, sobre la crítica que la identifica como “la caja idiota” y empieza a reflexionar sobre el tipo de país en donde se encuentra, actualmente conformado por una pedacería social muy difícil de cohesionar, con añejas diferencias, prejuicios y la escasez de propuestas de mayor alcance social que tengan que ver con la realidad y con un futuro que también es suyo.

En contraparte está la UNAM, con su prestigio, con su atención masiva y gratuita a estudiantes, con sus proyectos de investigación, con sus sofisticados equipos de cómputo y especialistas que son orgullo nacional, pero que, sin habérselo propuesto, ha quedado muchas veces rebasada o no siempre bien aprovechada, para retomar ese papel de liderazgo en la conformación de nuevos ciudadanos, responsables y activos, que encuentren en las preguntas del presente los retos con que habrá de solucionarse ese futuro que empieza hoy y en donde los jóvenes no son más el porvenir sino el presente, donde no pueden seguir siendo vistos como un riesgo o como un peligro, sino como actores estratégicos que habrán de llevar a cabo, de cualquier forma, la siguiente etapa de construcción y reconstrucción de un México inmerso en un mundo global que reclama su presencia, su participación y su compromiso.

Televisa diseñó el proyecto “Espacio Vanguardia 2003” para reunir a “los sectores más importantes de la sociedad, el gobierno, las empresas, la industria y la universidad, con el fin de impulsar y desarrollar las iniciativas emprendedoras de los mexicanos” (Presentación, p.3).

Los objetivos parecían pretenciosos pero comprometidos: transformar al país; establecer un programa de seguimiento de todo el año para retroalimentar el proyecto; crear una Red de Liderazgo; diseñar una plataforma distinta de cómo se percibe socialmente a la empresa; acercar a la academia con el sector productivo; lograr un lenguaje más directo; cambiar las formas en que interactuamos; descubrir las nuevas moléculas virtuosas del ADN social que permitan clonar los proyectos exitosos; descubrir nuevas fórmulas y nuevos esquemas por donde pueda avanzar el país; crear un foro libre para proponer iniciativas; o sea, recuperar el tiempo que el país ha perdido por no encontrar formas de vinculación más directa y demostrar que el proyecto de Vanguardia 2003 puede cambiar la relación de la industria con la academia si se encuentran las interrogantes adecuadas para el diseño del futuro.

El proyecto tiene ya una historia acumulada durante seis versiones previas que estuvieron entonces enfocadas más hacia los jóvenes estudiantes que quisieran acercarse al complejo mundo de los medios masivos de comunicación: la televisión, la radio, la actuación, la comercialización, la imagen corporativa, la producción, la publicidad, los servicios a la producción, la ingeniería o la realización de guiones (Espacio 2002, p.7), quizá por ello en esta séptima ocasión en que se creó el espacio paralelo de Vanguardia -con la participación de representantes de las 13 empresas asociadas, 35 instituciones de educación superior, que convocaron a su vez a 229 estudiantes y 50 profesores- la visión de algunos comunicadores profesionales no reflejó esta nueva orientación del evento y se quedaron con la visión anterior: *“...me presenté en Espacio 2003 con la firme intención de desalentar a todos los jóvenes que quieren dedicarse a la comunicación y que, por lo mismo, representan una grave amenaza potencial”*, escribió en tono jocoso Germán Dehesa en su columna “Gaceta del Ángel” del 9 de Abril (Reforma, p.1B).

Esta vez el Espacio 2003, que incluía la tradicional oferta abierta para los jóvenes que quisieran acercarse al “mundo del espectáculo”, siguió los mismos patrones de los años anteriores, pero la inclusión de la sección de Vanguardia (que es la que nos ocupa por el momento) representó una innovación que puede ser muy positiva si se logran hacer coincidir los talentos, las ofertas institucionales, el alto nivel de la producción del evento, los saberes y conocimientos de los participantes, pero sobre todo si se puede capturar la atención de los jóvenes estudiantes para establecer un compromiso personal y colectivo en su propio beneficio y, más allá, en bien del país. Quizá ese sea el principal reto pendiente.

Un asunto que me llamó la atención es que tanto el Espacio como su parte de Vanguardia, estuviera dirigido totalmente hacia los jóvenes,

principalmente estudiantes, sin embargo no pude evitar pensar que los jóvenes en el país tienen características muy diferentes entre sí, sin embargo, muchos de sus pensamientos y sentimientos aparecen frecuentemente expresados de manera colectiva, por lo cual no sería desdeñable tener presentes a esos otros millones de jóvenes que no son estudiantes pero que sin duda pueden ser parte de un movimiento mayor si se logra saber cómo, en dónde y cuándo poder integrarlos y aunque en las Conferencias Magistrales se tocó el tema “Juventud, tiempo del Espíritu Mexicano” durante el cuarto día, su tratamiento podía haber dado para más.

Un dato relevante aparece en la primera Encuesta Nacional de Juventud del año 2000 y publicada en octubre del 2002, donde se menciona que poco más del 90 por ciento de los jóvenes en el país desconfían de los políticos, de la política y de cualquier cosa que, en general, pueda “oler a institucional”. Sin embargo, también es significativo que más del 80 por ciento expresara que estaría dispuesto a participar en proyectos colectivos a favor de la paz, la lucha de los pueblos indígenas, el medio ambiente o acciones encaminadas al desarrollo social de los grupos más desfavorecidos, ¿no es acaso ese un enorme potencial para generar el desarrollo?

Por ello, antes de entrar a detalle sobre las características particulares del evento, me parece oportuno presentar en la primera parte de este trabajo una breve reseña de lo que podemos entender por el concepto “Juventud”, ya que muchas veces se considera a los jóvenes como un grupo estructurado y uniforme cuando, en realidad, encierra una compleja pluralidad de muy distintas formas de agrupación que son fundamentales para comprender, en un sentido amplio, la identidad, o las identidades que pueden converger y desarrollarse en un proyecto tan amplio como lo es el de Vanguardia.

En la segunda parte se enumera la conformación de las mesas y grupos de trabajo. En la tercera y cuarta parte se presentan una serie de punteos sobre las visiones externadas durante el evento y que me parecieron de mayor significación respecto a la industria y la política. En el quinto capítulo se reseñan las principales opiniones vertidas por los jóvenes y maestros participantes y, por último, se presentan algunas breves conclusiones y comentarios en base a las debilidades y fortalezas generales del evento.

1.) ¿QUÉ ES SER JOVEN?

Las diferentes actitudes, actividades, manifestaciones culturales, expectativas de vida, las variedades de roles (el estudiante, el obrero, el hijo de familia, el miembro de una banda, etc.), ritmos de vida, intereses, formas de expresión e identidad, (modas, formas de vestir, etc.), usos y costumbres, etc. son elementos determinados histórica y socialmente, pero todos los jóvenes los viven siempre con diferente intensidad desde una perspectiva siempre individual y las

más de las veces colectiva.

Por ello el concepto “juventud” no puede tener un significado unívoco, pues de esta forma sólo se engloban en el interior de un concepto realidades que en muchos casos son diferentes en extremo. Pensar la juventud significa asumir que no existe una sola realidad sino una infinidad de realidades. Significa pensar incluso que a lo largo de los tipos ideales (“sociedad integrada”-“sociedad marginada”; “jóvenes integrados”-“jóvenes excluidos”) existen una variedad de términos intermedios.

Pero, ¿existe la juventud?, ¿existen los jóvenes?, ¿cómo podríamos identificar a los jóvenes mexicanos?, ¿es acaso posible la integración de los diferentes extremos de la realidad juvenil a través de puentes y carreteras o caminos de comunicación social?

A pesar de la aparente obviedad de estas preguntas, su formulación es pertinente, ya que aunque la juventud puede ser definida como una acotación existencial, una etapa biográfica hoy definida en muchos países como la franja entre los 15 y 29 años (hasta hace no mucho se hablaba de que era entre los 14 y 21 años), decir que la edad es suficiente para definir la juventud resulta insuficiente.

Ya no es tan claro admitir que la juventud es una mera situación existencial: con quién se vive, qué se espera de la vida, qué se acepta, qué se permite, qué se prohíbe, cómo se vive, cuáles son las condiciones sociales y económicas de los otros con los que se convive, y otras relaciones más servirían para establecer una definición simbólica del devenir de la vida.

Como categoría simbólica, la juventud es fácilmente acotable a lo que sea. De hecho, en cada cultura se pueden encontrar diferencias entre las edades en que se permiten las relaciones heterosexuales, el pago de impuestos, el matrimonio (sin permiso de los padres), el derecho a firmar contratos, el consumo de bebidas alcohólicas, los apoyos financieros, el subsidio al empleo, las becas, el voto, etcétera. Por ejemplo, llama la atención que en Inglaterra la licencia para conducir vehículos se da a los 18 años mientras que la de piloto de aviones se otorga desde los 16.

Como categoría socio-política su definición es más compleja ya que, en este terreno, la juventud no es algo que dependa sólo de los jóvenes sino de las relaciones societales en su conjunto, o sea de su relación institucional.

Habría una tercera categoría ligada directamente a los aspectos psico-sociales, en la cual la construcción o formación de la juventud se estudia vía la infancia, ya que está demostrado que muchos de los rasgos de los individuos conformados en la niñez y la adolescencia perduran muchas veces hasta la tercera edad.

En los amplios estudios desarrollados por más de 30 años por el doctor

Manuel Martín Serrano sobre la “Historia de los cambios de mentalidad de los jóvenes entre 1960-1990” (1994) se pueden encontrar datos importantes sobre el comportamiento de los jóvenes, como sería saber que los comportamientos de racismo y xenofobia se conforman en el individuo entre los 11 y los 14 años y que persisten cuando el joven deja de serlo. O sea, la experiencia española ha demostrado que se puede predecir el comportamiento de los hombres de 45 años (por mencionar una edad adulta) si se sabe qué pensaban a los 16 años.

Es por esto que la relación juventud-sociedad debe ser revalorada y repensada sistemáticamente para lograr que tanto el trabajo académico como el institucional público y privado, ligado al desarrollo de las políticas para su atención, sean eficaces en verdad. Hay políticas públicas que se deben instrumentar antes de que los jóvenes lleguen a serlo, pero sobre todo, hay que dejar constancia de los cambios de vida de los individuos para que sus imaginarios simbólicos y las políticas sociales se transformen en herramientas útiles para interpretar su entorno y los apoyen a integrarse a él en forma positiva.

Actualmente en México se encuentran dos visiones contrapuestas en el ámbito sociopolítico de la juventud: por un lado, en la retórica pública, es frecuente encontrar alusiones a la juventud que la califican como “el divino tesoro”, el futuro, el compromiso de las nuevas generaciones, y bien podrían afirmarse que en parte es cierto, aunque inevitablemente se asocia a él a los jóvenes con mejores y mayores oportunidades (escuela, familia, empleo, salud, educación, etc.). Como muestra de esta visión, se presenta la definición de juventud de uno de los principales intelectuales del sistema político mexicano, Jesús Reyes Heróles:

Jóvenes

Se es joven cuando se ve la vida como un deber y no como un placer; cuando nunca se admite la obra acabada, cumplida, cuando nunca se cree estar ante algo perfecto.

Se es joven si se está lejos de la docilidad y el servilismo, si se cree en la solidaridad y en la fraternidad.

Se es joven cuando se quiere transformar y no conservar,

cuando se tiene la voluntad de hacer y no de poseer; cuando se sabe vivir al día, para el mañana; cuando se ve siempre hacia adelante,

cuando la rebeldía frente a lo

indeseable no ha terminado,

cuando se mantiene el anhelo por el futuro y se cree todo posible.

Cuando todo esto se posee, se pueden tener mil años y ser joven.

Pese a esto, otra parte del discurso público sobre juventud está dirigido a lo que podríamos calificar como “la sociedad de riesgo”, “la juventud peligrosa” ligada a fenómenos de drogadicción o alcoholismo, hedonismo, miseria, o bien de incertidumbre, exclusión social, desempleo, es decir, una juventud en peligro.

Para ilustrar esta situación tomamos un ejemplo reseñado por el Dr. Andrew López Blasco durante una conferencia sobre juventud, en la que hablaba de una hipotética “estación fantasma de trenes”, muy parecida a la relación educación-empleo en los jóvenes, que semeja la interrelación que se daría en una ficticia estación de ferrocarril en donde no se sabe nunca cuándo van a llegar o cuándo van a salir los “trenes” (empleos), mientras que en las ventanillas de la estación hay miles de burócratas que venden “boletos” (certificados escolares) para viajar en uno de los “trenes”, y el riesgo de los jóvenes es que saben de antemano que si no tienen algún “boleto”, no podrán salir en un “tren”, que algún día (no se sabe cuando) tendrá que salir para algún lugar no especificado.

La metáfora es clara y se podría ampliar con muchos casos directos de la vida real, sin embargo, por el momento, solo se presenta para ejemplificar lo complejo que puede resultar un análisis detallado de una (en apariencia) simple relación social como lo es la educación y el empleo.

Entre el “divino tesoro” y la “sociedad de riesgo” se encuentran entrelazadas las distintas percepciones que se tienen hoy en día sobre la juventud; no obstante, por su amplia y diversa pertenencia social se puede afirmar que la juventud debe entenderse como una “categoría social para el desarrollo de lo individual” (Sven Morch, entrevista, 1995) por medio de distintas estructuras de actividad. Es decir, la sociedad en su conjunto tiene una serie de estructuras (escuelas, clubes, servicio militar y social, bares, cines, etcétera) y es en estos lugares donde los jóvenes desarrollan su individualidad e intercambian valores, por ello es que con frecuencia se habla de que la juventud es un fenómeno individual y subjetivo.

Para el sociólogo alemán Richard Munchmayer, (entrevista, 1995) la labor de los jóvenes es apropiarse de la juventud y utilizar las instituciones que tengan a su alcance. Desde luego que esto no nos proporciona un perfil homogéneo de la juventud, ya que hay jóvenes que tienen una mayor posibilidad de apropiación que otros.

Cada cultura define de una manera distinta lo que es su niñez, la adolescencia, la vejez y cada una los trata en forma diferente: Por ejemplo, en

algunos países de África, la circuncisión a los 13 años señala el fin de la etapa infantil; en México, los 15 años anuncian el preparativo para ser novia, esposa y madre; entre los gitanos de Rumania el paso entre la niñez y la edad adulta puede ser inmediato (sin adolescencia y juventud de por medio) si existe un acuerdo económico entre dos familias para casar a dos niños de doce o trece años que iniciarán una nueva vida familiar con base en una relación económica. Pero no sólo las relaciones sociales y culturales tienen un peso importante para definir el papel de los jóvenes, ya que los aspectos científicos y tecnológicos tienen también un peso y efecto directo sobre la juventud. Por ejemplo, el desarrollo de las ciencias médicas y de la salud nos han llevado a aumentar las expectativas vitales de edad: 72 años para mujeres y 69 para hombres en México.

Frente a esto, el rol clásico de la mujer: escuela, trabajo, hogar y (al menos) 15 años cuidando de los niños, cambia. ¿Qué hará después de este período una mujer si se amplió ya su horizonte de vida?

Hay cambios significativos en los patrones convencionales de comportamiento social, en todas las edades, y sin duda una de las áreas importantes de investigación social tendrá que ver hacia el futuro apostando a los diseños de vida de estos grupos.

El estudio de la juventud ha pasado por el tamiz de diferentes paradigmas teóricos. Entre los primeros se encuentran los aparecidos desde principios de siglo en la corriente psicoanalista del tipo de Ana Freud (1937). Posteriormente, esta tendencia avanzó hacia una perspectiva más de tipo psicosocial con los trabajos de Erikson (1952) en los que se empezaba a hablar de la “construcción de la identidad”. Después se empezaron a profundizar trabajos sobre la situación marginal de ciertos grupos de jóvenes y, finalmente, hoy se habla de la juventud en el contexto de la modernización social.

Pese a todo, existe una discusión profunda y fundada sobre la importancia de analizar el concepto juventud dentro de una construcción histórica que vendría a refutar la investigación transcultural y la atención psicológica que “se han mezclado para crear la idea de juventud como un fenómeno universal de los individuos, que se puede encontrar en todos los tiempos y en todo el mundo” (Morch, entrevista, 1996) y aduce, como ejemplo, el hecho de que la falta de un equivalente lingüístico de la palabra moderna “juventud” en los idiomas medievales europeos, parece indicar que no se desarrolló un reconocimiento de la juventud como categoría social específica en esas sociedades.

El surgimiento de la juventud está ligado al desarrollo de las condiciones sociales, que imponen nuevas demandas al desarrollo de los jóvenes de ciertas clases sociales. En la primera instancia, la juventud se forma como una categoría de la burguesía, estrechamente relacionada con los cambios que tienen lugar en la familia y en la escuela[...] los cambios sufridos por la familia, la infancia y la escuela parecen ser las determinaciones históricas dominantes en el surgimiento de la juventud

(Morch, 1996).

Podemos afirmar que tanto las manifestaciones concretas en las demandas de calificación (relación escolaridad-empleo), como en la familia (relación infancia-adolescencia y transición de la esfera familiar a la vida de adulto), influyen decisivamente en el período de la juventud y definen las particularidades específicas que este período de la vida asume en las distintas clases y grupos sociales.

La juventud en la sociedad moderna no puede ser entendida como un simple período de transición, sino como uno propio del ciclo vital, de capacitación, de formación, de decisión, ya que las determinaciones que se tomen durante este lapso serán importantes y definitivas para lo que ocurra después.

No se puede dejar de lado la influencia directa que tienen las condiciones estructurales que rodean a cada individuo y que en forma directa o indirecta acercan las posibilidades de éxito o fracaso en la vida, por lo que la fase juvenil de formación es aún más importante.

Los jóvenes de sectores rurales se integran en la misma forma que lo hacen los jóvenes urbanos. Los jóvenes de sectores populares, muchas veces hijos de familias migrantes, van caminando lentamente hacia la integración de una forma determinada de juventud, y a pesar del tiempo y de los obstáculos, tienen (igual que todos los jóvenes) un período de preparación que en su caso se da más bien en la calle, con los amigos y en la contracultura que en la familia, es decir, en lo que Foote Whitte, (1971) denominó “la sociedad de las esquinas”.

Los jóvenes se socializan en el interior de los grupos de jóvenes y, paradójicamente, la mayoría de los adultos con los que se relacionan son agentes externos, a veces más que sus propios padres y esto es debido a que las instituciones tradicionales (la familia en este caso) ya no son iguales que antaño.

Los jóvenes siguen presentando entre sí rasgos comunes (gustos, modas, preferencias) que facilitan el desarrollo de formas alternativas de convivencia y que se dan casi por ósmosis con base en sus grupos de pares. Un dato curioso es que dichos rasgos comunes y estas formas alternativas en ocasiones logran permear los núcleos familiares y propicien (por decirlo de alguna forma) la “juvenización” de los padres que deciden usar jeans, camisetas, aretes, tenis, o bien asisten igualmente a los conciertos de rock.

En un caso como México no puede hablarse de la juventud, sino de distintos grupos de jóvenes que están acotados entre un polo moderno y un polo premoderno que crea juventudes distintas y con condiciones muy particulares. La juventud urbana en general, asume condiciones de juventud moderna, aunque las condiciones de pobreza o riqueza dentro de los distintos grupos que conforman este concepto determinan las oportunidades, las perspectivas y las visiones de lo que es el mundo.

Una forma útil de acercamiento para conocer de cerca estas visiones se puede obtener a través del estudio de sus valores, sin embargo, a pesar de que la discusión valorativa puede volverse sumamente subjetiva y compleja, hay perfiles y patrones más o menos comunes entre los diversos grupos juveniles que nos permiten identificar tipos precisos de valores.

Por ejemplo, llama la atención el hecho de que entre los sectores populares mexicanos se hable el mismo lenguaje de los movimientos sociales anti nucleares, ecologistas, pacifistas, democráticos, feministas o de protección a los animales que el de los jóvenes de los países industrializados. Para poder explicar esto, se necesita incorporar la variable determinante del peso que tienen los medios de comunicación; es palpable cómo su influencia en la sociedad nos remite a uno de los espacios más oscuros de la globalidad.

Estamos en un sistema dominado por los medios de comunicación dedicados a la producción de bienes culturales, es decir, no de los medios (de reproducción) sino de los fines, donde la producción de comunicaciones produce 'patterns' (patrones) modelos, normas, valores, fuera de personalidad, representaciones del mundo, imágenes, lenguajes (Touraine, 1987).

Y como resultado de la influencia de los medios de comunicación, estos nuevos "movimientos sociales" tienden a arraigarse entre los individuos y las comunidades, propician cambios y son, en sentido estricto, más modernos que los movimientos sociales originados en las grandes fuerzas políticas y sindicales que, a pesar de su alto grado de racionalidad, representan el conjunto organizativo de una sociedad que está en declive y que parece ir desapareciendo lentamente.

Dicha tendencia a conformar nuevos enfoques valorativos se ve retroalimentada por el importante papel que desempeña la tecnología y que modifica sustancialmente el desarrollo de la cultura. Como lo definió Carlos Monsiváis en una conferencia, "el ciberespacio y la realidad virtual marcan las utopías de fin de siglo", y agrega, "los videos y las computadores reordenan el uso del tiempo libre; el CD ROM marca los nuevos caminos de la enseñanza"; y estos procesos, que son casi adictivos, refuerzan previsiblemente el aislamiento y la desigualdad de las comunidades más pobres. La iconósfera, con su infinito caudal de imágenes, resulta la base de un nuevo proceso civilizatorio. Si la lectura nunca alcanzó niveles altos entre la población en general, parece ser que cuantitativamente será cada vez una actividad más reducida, mientras que el internet conoce apenas su auge inicial.

Por ello es pertinente preguntarnos si el cambio, la transformación o el nacimiento de los valores se debe fundamentalmente a la ruptura de un tipo específico de sistema jerárquico que viene a reordenar la concepción individual del mundo y la concepción individual de la sociedad, en su sentido más amplio, y si los países requieren periódicamente de redefinir su propia identidad para tratar de

delimitar sus fronteras futuras.

La identidad local y cultural es importante aun cuando los procesos económicos globalizadores que aparecen en la vida pública son determinantes, como es el caso del neoliberalismo. La sociedad occidental contemporánea pretende basarse en una integralidad diferenciada, lo cual significa que las diferentes comunidades y grupos sociales deben ser reconocidos como diferentes, lo mismo que los Estados nacionales, pero unidos por proyectos y estrategias de largo plazo.

Es por ello que afirmamos que no puede hablarse de una juventud sino de distintos grupos juveniles, y por lo mismo debemos cambiar los enfoques tradicionales de la investigación para entender las diferencias que se presentan en los grupos de jóvenes. Hoy las diferencias (los comportamientos diferentes) pueden ser considerados como valores, pero hacia dónde van, cómo se dirigen, cuándo se conforman, quién los acepta, qué significan y qué futuro tienen nos llevaría a una larga reflexión que no es un objetivo específico para este trabajo.

Hoy en día la vida moderna difiere en muchos sentidos de lo que fue en los llamados “viejos tiempos”, sin embargo, el futuro y el pasado conviven simultáneamente con lenguajes propios, distintos y a veces contradictorios. Actualmente las sociedades modernas están urbanizadas, industrializadas, racionalizadas, diferenciadas, profesionalizadas, burocratizadas, globalizadas y demás, mientras que las agrupaciones que les precedieron se caracterizaban por su estratificación, su origen rural o agrario, en donde las instituciones predominantes eran fundamentalmente la familia y la iglesia.

Un cambio importante ha ocurrido casi sin darnos cuenta. “Piensa localmente pero actúa globalmente” parece ser la consigna, y en este proceso los valores tradicionales parecen cimbrarse y requerir de una nueva refundamentación y legitimación.

Según diversos autores, en las sociedades “premodernas” las orientaciones básicas que cohesionan a los grupos sociales están arraigados en las tradiciones, en la religión, mientras que en las sociedades “post modernas” los valores están cada vez más fundamentados en la autonomía, los intereses individuales y las preferencias personales, y aquí podríamos preguntarnos en el caso de los jóvenes populares: ¿cómo podrían llegar a ser posmodernos cuando nunca han sido ni siquiera mínimamente modernos?

La libertad individual ha ganado importancia, y en este proceso de individualización se recrean las nuevas formas del ser y el estar a través del consumismo, el nihilismo, la atomización, el narcisismo, el hedonismo y finalmente el egoísmo. Puede decirse que en la actualidad no vivimos solamente un cambio de sociedad sino un auténtico cambio de civilización.

El largo proceso de conformación de los valores en la sociedad occidental

es un tema que no pretendemos profundizar en este trabajo, pero algunas pistas generales pueden resultarnos útiles. En la Europa del siglo XII se definieron muchos de los valores actuales, por ejemplo: la conciencia del ser del individuo, la moral, la honra y el honor, entre otros, y puede verse con el paso de cientos de años cómo la idea de “el honor” poco a poco fue cambiando, desde finales del siglo pasado, hacia la idea de dignidad, esa dignidad que sólo es compatible con la democracia y el diálogo.

La meta de las escuelas sociológicas de principios de siglo se centraba en entender la civilización y sus significados. Hoy es preciso ver a la sociedad en sí misma como un mosaico de opciones diferenciadas, porque el cambio de civilización implica una necesaria forma distinta de percibir la realidad.

Con estos argumentos no se pretende minimizar ni hacer a un lado los efectos directos que tienen en la población los proyectos macroeconómicos de la globalidad, ya que éstos son palpables. En América Latina, por ejemplo, las políticas económicas neoliberales han forzado una reducción considerable del gasto social ejercido por los Estados, propiciando un empeoramiento y deterioro general de las condiciones de vida de la población. La lucha por la precariedad del empleo y el crecimiento incontrolado de la informalidad son fenómenos cada vez más acentuados.

Los jóvenes de América Latina sufren en carne propia esta situación y la enfrentan desde un binomio paralelo: a mayor formación, mayores oportunidades; a menor formación, mayor riesgo. Es en este terreno donde aparece la importancia de reforzar ciertas competencias estratégicas (idiomas, manejo cibernético, multiculturalidad) con el objeto de que a partir de sus recursos y su entorno, logren apropiarse de mayores oportunidades. Es decir, que aumenten su capital social y su capital cultural, ya que es un hecho que en una perspectiva de corto y largo plazo se va a aumentar la competitividad por los pocos puestos de trabajo que van quedando, y podemos hacernos algunas preguntas importantes.

¿Cuál es el futuro de los jóvenes en esta perspectiva? Sabemos que hay un serio deterioro en el sistema educacional, que la calidad de la educación pública es baja en general, entonces ¿cómo podrán competir dentro de un proceso de globalización de la economía? Sabiendo que la gran mayoría de los jóvenes no tendrán acceso a los empleos tradicionales, ¿en qué medida se puede calificar la fuerza de trabajo de los jóvenes? Faltan respuestas, pero es precisamente en esta lógica de pensamiento donde surge la necesidad de un proyecto de investigación aplicada fundamentado en tres conceptos centrales de trabajo: Conocer-Entender-Actuar con los jóvenes. A nivel de las Instituciones bien podemos decir que la política social o es con la juventud o no es política.

El mundo no es igual a como nos fue transmitido ni significado por nuestros padres. Hoy recibimos a México como un país por construir, hay que saldar deudas pendientes y anticipar la pérdida, cambio y readaptación de valores. En la propuesta de la investigación social aplicada en el Espacio Vanguardia ése

debería ser uno de los retos principales.

2.) LISTA DE EQUIPOS Y TEMAS:

1. DESARROLLO ECONÓMICO

EQUIPO A: ESTADO, INDUSTRIA Y EDUCACIÓN SUPERIOR.

EQUIPO B: EL CAMPO

EQUIPO C: CULTURA CIENTÍFICA.

EQUIPO D: SEGURIDAD PÚBLICA.

2. DESARROLLO ACADÉMICO Y CIENTÍFICO

EQUIPO E: EXCEPCIÓN CULTURAL.

EQUIPO F: ÉTICA EN LO PÚBLICO Y LO PRIVADO.

EQUIPO G: REFORMAS DEL ESTADO.

EQUIPO H: QUÉ PROYECTO CULTURAL PARA MÉXICO.

3. DESARROLLO POLÍTICO Y SOCIAL

EQUIPO I: BRECHA DIGITAL.

EQUIPO J: MEXICANIDAD A DEBATE.

EQUIPO K: RELACIONES ESTADO – INDUSTRIA.

EQUIPO L: EDUCACIÓN CONTINUA.

4. DESARROLLO CULTURAL Y ARTÍSTICO

EQUIPO M: CONVIVENCIA CON LAS ETNIAS.

EQUIPO N: AGENDA BILATERAL MÉXICO – ESTADOS UNIDOS.

EQUIPO O: CULTURA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

EQUIPO P: DESARROLLO SUSTENTABLE.

3.) LA VISIÓN DE LAS EMPRESAS (vocación y misión)

3.1.) La Era de los Sueños. (Marcos Achar Levy)

Hoy estamos entrenados para ejecutar órdenes y reprimir emociones. Hay que empezar a soñar, porque hacia atrás pinta muy mal (es como querer ver pasar la vida por el retrovisor). El futuro no está hecho de certezas. No hay ya un

mundo físico sino lo que se va a hacer. El futuro será construido por los soñadores.

Soñadores que nunca se dan por vencidos, que se vuelven emprendedores. Cambian la historia, crean riqueza y en el futuro triunfarán aquellos que sueñan las empresas que puedan soñar.

Hay que imaginar qué productos se van a adquirir, cómo serán los empaques. Hay que empezar por el fin de la historia para saber a donde queremos llegar. Por ejemplo, los relojes miden el tiempo, pero también son un reflejo de la personalidad de las personas (hoy podemos adquirir uno de cinco dólares o uno de 15 mil). Con los relojes (y muchos otros productos) se compran historias y los futuros consumidores dirán “eso es lo que quiero”, “eso es lo que yo necesito”... este producto es parte de mi historia.

Por ello los que cuenten las mejores historias serán los triunfadores del futuro. Nadie imaginó nunca hace 20 años que compraríamos agua embotellada más cara que ningún refresco, el agua EVIAN vende una historia de salud, pureza y sofisticación.

Las empresas líderes serán las que entiendan el valor de los Sueños y hay tres pasos para lograrlo:

- Diferenciar productos.
- Inspirar Innovaciones
- Para incrementar el valor de las compañías.

Los sueños diferencian a los productos e impulsan a los hombres a trascender. Y... **¿Cuál es tu sueño?...**

COMEX, es líder hace 30 años con tres mil puntos de venta. De ser una fábrica productora de pintura pasó a “Mejorar la vida de los hogares”. Apuesta a vivir mejor. Te ayuda a expresar tu estilo y a expresar tus sueños. Nos comunicamos mediante emociones. Mientras más avanza la tecnología a los líderes los diferencia la creatividad y la emoción. Debemos motivar a nuestra gente a soñar, ser facilitadores para que la gente sueñe y se desarrolle. Las empresas líderes las agrupan los mejores soñadores.

Sir Winston Churchill dijo: “Los siguientes Imperios serán los imperios de la mente”. Y los países se medirán por su capacidad de soñar.

En México en 1998 se tuvieron 10'531 patentes, de las que sólo 154 fueron hechas por mexicanos. En Japón se tiene un promedio de 1 patente por cada 3'914 personas.

México necesita urgentemente de soñadores, hasta que se haga realidad el cambio. Los productos no se deben vender más baratos sino con mejores

historias. **Te tengo una buena noticia: “Hoy nuevamente tienes permiso de soñar”. Debe dársele forma al futuro y no ser un simple espectador.**

México: Un país con mayores oportunidades, regresemos y retomemos los valores con los que crecimos: honestidad, respeto, familia. Hay una correlación directa entre vender un país mejor y fomentar una mejor familia, mejores valores y **hay que imaginar los escenarios a donde se quiere llegar.**

3.2.) Autoestima y Asertividad: (Alicia Argüelles)

La palabra “resilente” implica nacer en una situación de alto riesgo y a pesar de ello lograr ser exitoso, de ahí que cualquier persona pueda lograr el éxito. Los valores no son iguales en todos. Cada individuo los ubica de distinta forma. sin embargo **los principales valores que aún siguen permaneciendo en la sociedad son el Poder el Prestigio y el Dinero.**

3.3.) El equilibrio de los valores: (Claudio X.González y Lorenzo Zambrano)

Lo más importante para ser exitoso es guardar siempre un equilibrio entre lo: social, lo físico, lo económico, lo espiritual, lo familiar, lo cultural y lo profesional.

Antes ser empresario era negativo, pero hoy, como siempre lo ha sido, los retos son la persistencia y la constancia. Se decía en la familia que el que menos hacía era el indicado para ir al gobierno.

Por parte del Estado ha habido una desregulación positiva que ha impactado en las empresas produciendo una mayor competitividad.

Debe quedar claro que ser empresario tiene una muy amplia gama de posibilidades y que pueden ser desde el que vende refrescos y tortas hasta las grandes corporaciones. **Ser empresario implica toda aquella actividad que genera dinero**, pero para que una sociedad progrese es absolutamente indispensable contar con un Estado de Derecho, es crucial.

Hay sin duda Valores Universales, que van cambiando con nuestra cultura y se van adaptando al mercado. La cultura y ética se ven afectados muchas veces por prejuicios y tabúes.

3.4.) La demanda del consumidor: (Nestlé)

Le damos al consumidor lo que quiera, por ejemplo los alimentos transgénicos se le dan porque los piden, pero cuando lo exigen se les quitan a los productos y cuando no lo detectan podemos usarlos libremente de ahí que **la legislación es un reflejo de lo que el consumidor demanda.**

Utilizamos los ingredientes que sentimos que tienen un mejor efecto en nuestros productos y los productos que están en el mercado es exactamente lo que están demandando los consumidores.

Nestlé América tiene 13 marcas infantiles y con la llegada del NAFTA (Tratado de Libre Comercio) con tres fábricas se podía cubrir la demanda, entonces debes pensar ¿cuáles se cierran?. Hoy una de nuestras fábricas principales está en Ocotlán Jalisco y en total hay 16 fábricas de Chiapas a Mexicali.

En la era de la globalización la cercanía ya no se mide por distancia sino por tiempo y hoy el tiempo es un valor determinante en los negocios.

3.5.) El Cambio de Paradigmas: (Bancomext)

Hay 12 Sectores financieros para ser apoyados por Bancomext:

- Electrónica.
- Software.
- Automotriz.
- Textil y Confección.
- Cuero y Calzado.
- Maquiladoras.
- . Química.
- . Aeronáutica.
- . Turismo.
- . Agricultura.
- . Construcción.
- . Alimentos.

Y las reformas estratégicas indispensables de la Agenda nacional son:

- **LABORAL.**
- **ENERGÉTICA.**
- **EDUCATIVA**
- **FINANCIERA.**

3.6.) Enfrentando el empleo: (Tony Rayo)

Hay que enfrentarse a la chamba porque en la universidad sólo aprendes a aprender y el concepto de *entrepreneurship* es el de una incubadora.

Hay que pensar siempre en lo que es el *Smart Money* y que implica:

- Definir Reglas.
- Defender un *business Plan*.
- Capacidad de adaptación.
- No enloquecer.
- Cuentas claras entre los socios.
- Comunicación en las juntas de Consejo.
- No casarse con los conceptos.
- Utilizar las redes (*Networks*).
- Pensar siempre entre más - más.
- En 1955 el FAX valía millones de dólares hoy vale centavos.
- Tener un capital disponible con socios adecuados
- Honestidad.

En una época de cambio radical **el futuro pertenece a los que siguen emprendiendo y los que ya están preparados o creen estarlo (porque son estudiados o que creen conocer muy bien su ramo) están listos para vivir en un mundo que ya no existe.**

Hay un Modelo de liderazgo transformador que implica:

- A) Desafiar y mejorar el proceso (reingeniería).
- B) Inspirar una visión común (*benching*).
- C) Potenciar a otros para que actúen (*coaching*).
- D) Animar y motivar a los demás (*empowerment*)
- E) Modelar el cambio (ética).

El verdadero cambio del país está en las preguntas, no en las respuestas.

3.7.) Los retos y los riesgos: (Carlos Fernández Grupo Modelo)

Hay que tener compromiso, entusiasmo, ilusión por hacer las cosas. Hay que aprender a moverse del “Punto de Confort” y arriesgar. Hay que ser retadores de los esquemas actuales, pero recordar que antes que cualquier toma de decisión para arriesgar es muy importante practicar los lobings o cabildeos.

México tiene 30 tratados comerciales con todo el mundo que hay que aprovechar.

Si yo aprendo a exigirle más a los políticos, a los académicos y a los empresarios, tendré y crearé mejores oportunidades de salir adelante. **Hoy se necesita un mayor involucramiento de los jóvenes y la misión debe ser generar riqueza y empleos**, pero dentro de esto estimular una visión necesaria para generar valores

Por ejemplo, en PEMEX su meta es crecer y no lo ha hecho, pero si fuera privado sería 2 ó 3 veces más grande.

3.8.) Las características de los productos: (Arianna Azcárraga)

Para que los productos sean aceptados por la gente deben ser:

- Buen producto.
- Con una buena mercadotecnia.
- Ético: Que permita la superación del individuo.
Que promueva la unión familia.
Que esté dentro de un Estado de Derecho (orden institucional, formador de civismo y el respeto de ser mexicano) en lo local y lo global.
- Estético: Que se sientan a gusto de hacerlo y consumirlo.

3.9.) La cultura empresarial (Andrés Roemer)

Hoy en día se tiene un culto a la eficiencia que debería ser enfrentado a la eficiencia de la cultura. ¿Quién define qué es arte y cual es o debe ser su rol social? Estamos todavía en una sociedad acostumbrada al paternalismo por ello debe involucrarse cada vez más a la sociedad civil apoyadas en el tercer sector que son las organizaciones filantrópicas (¿?), motivar a las empresas y darle un seguimiento a esta experiencia, hay que abrir la Vanguardia 2003.

Hay industrias culturales como son las telenovelas (¿?) y se deben fortalecer los convenios de las universidades con el sector privado incluyendo ideas jóvenes que enriquezcan la propuesta.

3.10.) Los sueños hechos realidad: (Jorge Vergara)

Una tercera parte de los *insights* (pensamientos, creencias, actitudes, valores, deseos, cultura) pueden ser investigados por estudios de mercado, pero las otras dos terceras partes son producto siempre de la intuición. No uso análisis financieros.

Mi concepto de empresa es “gente que cuida a la gente” y hay que saber hacer dinero haciendo lo que te gusta.

Empecé con un producto, con 6 distribuidores y tres empleados; hoy somos un millón de distribuidores en doce países.

En 1982 me despidieron y pensé soy uno de los 15 mil corridos, pero ¿porqué no soy uno de los tres mil que se quedaron?. Empecé varios negocios que no funcionaron. Me han acusado de lavar dinero pero llevo 622 auditorías y todas esas revisiones no sirven sino apenas para lavar los pisos de la empresa

Pesaba más de 200 libras y tomé productos naturales porque no estaba conforme con lo que comía. Hoy mi negocio se dedica a vender productos naturales *Omnilife* (tabletas) *Omnipius* (líquidos), en donde el objetivo es motivar para que te interese lo que tengo que decir

En general salimos educados de la familia y la escuela con miedo a ser diferentes. Son escuelas que enseñan a saber pero no a prender.

Yo no enseño a vender, enseño a contagiar. **el éxito viene por la actitud que tengas, no sólo por estar bien preparado** y la Educación debe cambiar a partir de la mujer. Si estamos en un lugar es porque queremos ahí queremos estar.

En Guadalajara fundé “la escuela del éxito”, que es un lugar “a donde quiero ir”, sin listas de asistencia para nadie. Si quieres un cambio debe empezar por ti, **si tu no cambias nada cambiará a tu alrededor.**

Tenemos que aprender a vivir una libertad responsable, libertad de lograrlo, no importa que te equivoques, lo que importa es que no cometas dos veces el mismo error con una propia responsabilidad que cumplir.

Todo lo que genero en la empresa no me preocupa en cuanto a lo que me va a dar ya que se reinvierte el 100%. Creemos en el mercado interno más que en el externo, y el liderazgo y el éxito viene cuando piensas en la gente. **En la vida hay que perseguir resultados y el dinero te va a perseguir.**

He ganado porque no tenía miedo. **¿Cómo te ayudo para que me ayudes?: aportando y exigiendo.** Hay que aprender a no pedir favores, hay que saber exigir con la razón y con el derecho. El gobierno se debe a nosotros y cambiará en 20 años cuando cambie el proyecto educativo. La parte humana de México es más rica que la de otros países.

Toda empresa debe generar utilidades, aunque sea social.

En 10 años, espero 4 millones de distribuidores con más de dos millones de puntos de venta. Es una asociación que permite que se expandan los pequeños y medianos empresarios.

Estamos equivocados, hoy pagamos por el nombre del puesto pero no por lo que es la persona y lo que puede hacer. Solo hay un camino, la Honestidad: es Blanco o Negro, no hay de otra, que permita Aprender, Cambiar y Contagiar y lo único que pido es responsabilidad y resultados.

3.11.) Los apellidos y la Meritocracia: (Kaleil Isaza)

Ser empresario en México es más difícil que en los Estados Unidos, por los procesos de apertura de los negocios y por la facilidad de obtener créditos.

Hay que cambiar una actitud socio – cultural, como la que hay en México y en muchos países de América Latina:

- Aspectos clasistas.
- Elitistas.
- Cultura de negocios donde el apellido vale demasiado.
- **El antídoto para terminar esto es la educación.**
- Suele ocurrir en estos países que el *Brain Power* (o sea ustedes, los más inteligentes) tienden a frustrarse y se radicalizan y destruyen las normas que nos dejan llegar a un sistema verdaderamente meritocrático.
- **El sistema capitalista es competitivo, esa es su ventaja.**

4.) LA VISIÓN DE LA POLÍTICA (vocación y retos)

4.1.) La transición a la democracia: (José Woldenberg)

Las elecciones se convirtieron en un ritual sin ningún sentido político, pero hoy ya existe un enorme cambio del mapa de la representación política en la república. El cambio ha sido institucional y pacífico.

La Reforma Política se ha dado en 6 campos principales:

- 1.) Reformar Órganos y Procedimientos electorales para inyectarle **Imparcialidad**. En 1992 se construyó de cero hoy hay 65 millones de votantes de los que 64 millones tienen credencial que se ha convertido en una auténtica cédula de identificación. Aquí se ven el Padrón, los comicios y los resultados y se remodelaron todas las formas tradicionales para

instaurar un Servicio Profesional de Carrera con capacitación y evaluación de los participantes.

- 2.) Se reformaron las condiciones equitativas para favorecer la Competencia que permitiera un **Equilibrio**. En esto se incluye el financiamiento de los partidos, el acceso a los medios de comunicación y desde 1997 el acceso a Radio y Televisión. Los financiamientos son del 70% DE ACUERDO A LOS VOTOS Y UN 30% igualitario, para que no puedan ser rehenes de empresas o delincuentes. En las elecciones de 1997 que han sido las más equilibradas todos pudieron comprar spots en Radio y TV.
- 3.) Se reformó la justicia electoral que se traduce en **Certeza** en 1996 los diputados aprobaron el Tribunal federal Electoral en donde ya no participa el Poder Ejecutivo. Las elecciones de 1988 y 1994 fueron calificadas por los “Colegios Electorales” que eran serviles a los intereses del PRI.
- 4.) Se reformó la posibilidad de registro de Partidos Políticos y Coaliciones para tener una participación abierta, lo que se traduce en **Apertura**. Cada tres años se abren espacios para que los que no se crean representados por ninguna de las opciones existentes puedan pedir su registro. Es una puerta de entrada a nuevas ofertas, pero también de salida para aquellos que no alcancen a tener al menos el 2% de la votación.
- 5.) Se reformaron las fórmulas de integración de la Cámara de Diputados y Senadores con lo que se ganó **Proporcionalidad**. Mayorías relativas al voto y mayorías relativas de escaño.
- 6.) **En el D.F. se logró la primera elección** de Jefe de Gobierno, Delegados y la Asamblea.

Toda la idea es **competir, convivir y participar** de manera pacífica, por una vía electoral abierta.

Construido el escenario electoral de inicio del siglo XXI no hay ninguna fuerza política que no pueda acceder a gobernar el país.

El proceso **se dice que es caro pero esto es resultado del nivel de desconfianza**.

El presupuesto, se canaliza de la siguiente manera:

- 1.) 48% para el financiamiento de partidos (transparencia, equilibrio).
- 2.) 40% para pagar el Padrón (que incluye entregar las credenciales).
- 3.) 12% funcionarios de casilla (122 mil casillas, 21 mil capacitados, 800 mil funcionarios de casilla, papel para boletos con sello de agua).

La desconfianza propició que se generaran mecanismos muy barrocos y la esperanza es que después de 3 ó 4 elecciones los diputados puedan ir quitando algunos de estos candados.

La ideología no es más que las ideas compartidas. **Vender tus propuestas y vender tus ideas también es competitividad.** Ustedes tienen la palabra, ayúdenos a renovar la política, en estas sociedades enfermas de vacío. **(Beatriz Paredes).**

José Saramago dijo: Hay un mundo dividido a la mitad entre la ilusión (la magia) y la esperanza (que es otro tipo de ilusión, no ilusionismo). Pero en la realidad **hoy los partidos políticos son Bueyes Cansados que ya no aran y que les pesa la yunta.** Los partidos deben ser generadores de ideas no protectores de intereses personales como lo son, por ello debemos pensar en cambiar el régimen presidencialista a uno Semiparlamentario. **(Ernesto Samper).**

4.2.) Inseguridad y violencia: (Marcelo Ebrard)

Hoy en Guadalajara, 65% de los hogares sufren violencia intra familiar. Sesenta por ciento de los delincuentes tienen menos de 25 años. Y la responsabilidad de los jóvenes recae 50% en la familia, 25% en la autoridad y 25% en los maestros, las escuelas y los programas educativos. **(Alcalde de Guadalajara).**

Hay cinco elementos indispensables para empezar a corregir la problemática que enfrenta la seguridad pública:

- 1.) Separación de la policía judicial y la preventiva.
- 2.) Labor de los ministerios públicos.
- 3.) Legislación local y Federal.
- 4.) Reclusión eficaz.
- 5.) Información (evaluación de conjunto).

Actualmente estamos desarrollando cuatro Módulos con la policía preventiva después de haber realizado un diagnóstico:

- 1.) Código Penal (que lo conozcan).
- 2.) Código de procedimientos (que lo conozcan).
- 3.) Uso de la Fuerza (que la conozcan).
- 4.) Ética e integridad (que la confunden con la religión).

Tenemos que aprender a hablar de todos los temas de la política pública en una forma realmente abierta.

Hay muchos problemas de la “Agenda Nacional” que tienen diferentes niveles de incidencia en las comunidades y que no siempre se consideran en esos niveles que son esenciales.

- Familia.
- Escuela.
- Barrio, colonia.
- Amigos.
- Género.

4.3.) Ser político con futuro: (Miguel Alemán)

Para ser político y tener futuro se necesitan tres elementos:

- La Conciencia.
- La Constancia.
- La Circunstancia... y cuando se tienen las dos primeras hay que estar a la caza de la tercera.

4.4.) Las lecciones de Samper: (Ernesto Samper)

No podemos olvidarnos que hay, por lo menos, 220 millones de excluidos económicos en América Latina, por lo que hay que voltear los ojos al Modelo Chino y a las Redes de Protección Social. “Small is beautiful” para América Latina. En la India se tuvo una exportación de 5 mil millones de dólares en software por cambiar su perspectiva del problema con las pequeñas industrias.

El principal valor político es la Conciencia y debemos de fomentarla para establecer un pacto con las siguientes generaciones.

Hay tres áreas de trabajo que estarán ligados directamente al trabajo de los jóvenes:

- La defensa de los derechos Humanos.
- Protección a los Derechos de la Mujer.
- Desarrollo Sustentable

Algunas de las recomendaciones de un ex presidente para los futuros líderes juveniles serían las siguientes:

- Nunca usen un puesto para llegar a otro.
- Ser el mejor de su área.
- Ver virtudes y no defectos.
- Para llegar lejos vuelen alto y miren hacia delante. (valores y principios)
- Hay que negociar siempre a partir del otro.
- Un negocio bueno es buen negocio sólo si los dos sienten que ganaron.
- Valen más 10 minutos de reflexión que 10 horas de acción.
- Siempre se negocia por crisis (flexibilidad).
- Las soluciones deben ser en base a escenarios.
- El pesimista es un optimista bien informado.
- Si repartes riesgos no repartes responsabilidades.
- Los pequeños problemas pueden ser las grandes tragedias del otro.
- La verdad es lógica y la mentira ilógica.
- No peleen nunca con los subalternos. (te empequeñecen).
- Debe dinero pero nunca debas obras.
- Organiza tu tiempo o desorganizas el tiempo de los demás.
- Ser ex presidente es mejor que ser presidente.
- Volví al sector privado (privado de chofer, de secretaria, etc.)
- No odien porque se amargan.
- Nunca sacrifiquen a los amigos.
- Cuando parece todo cerrado siempre hay una puerta que es uno mismo.

4.5.) Los otros “cambios”: (Carmen Aristegui)

Hoy vivimos un “cambio a flor de piel”, pero no habrá cambio si no cambia la forma de comunicarnos. Vivimos un momento único e irrenunciable, en donde no sólo los jóvenes son importantes sino todos.

“Los jóvenes son protagonistas centrales del cambio y tienen entusiasmo por lograr un México más próspero y humano...Este es el tiempo de los jóvenes... México está en transformación por y para los jóvenes...y llegarán a donde los lleven sus aspiraciones” (Vicente Fox).

“Nos vendiste un cambio, porqué no se ha dado? (Jennifer)

Luego sabríamos que las preguntas fueron escritas desde antes para que las conocieran en presidencia y pudiera dar sus respuestas al viejo estilo de los informes de gobierno, llenos de cifras que nadie escucha.

Sobre las preguntas prefabricadas a Fox: “la empresa está abierta, el gobierno no”.

El Derecho es el equilibrio de poderes y en la sociedad la justicia debe ser “Discretamente Ineficaz”. **(Juez Baltasar Garzón)**

5.) LA VISIÓN DE LOS JÓVENES (entre la utopía y las preguntas anheladas).

5.1.) Sobre las empresas:

-¿Cómo Decir algo nuevo sobre lo ya dicho tantas veces?.

-“México Creo en ti”....somos los estudiantes más valiosos.

-¿Cómo se podrá conciliar la capacitación con el amiguismo?.

-Desde hace muchos años se instauró la política de tener más empleados que empleadores, con lo cual muchas carreras han quedado rebasadas”.

-Los temas que tratamos y los conceptos de la empresa y la industria: ¿deben de estar forzosamente ligados?

-Si Italia se distingue por su diseño, Alemania por su maquinaria e inventos y los Estados Unidos por sus armas, ¿porqué conocerán a México?, ¿ por su mole?.

-En la globalización (de lo general a lo particular) no desaparecen las culturas y cada uno afirmará sus pluralidades y personalidades, ¿cómo lograr esto?

-Siempre desde lo público y lo privado, lo ideológico y lo valorativo, se debe tener una búsqueda de la Excelencia.

-Se pidieron proyectos pero no hay una verdadera oportunidad de discutirlos como lo habíamos imaginado.

-Vine a buscar contactos o contratos si se puede.

-Mi empresa es para fabricar muebles de cartón desechables para estudiantes, ¿a quien se la presento?

-En la planeación estratégica del país lo que ha sucedido con los energéticos es una vergüenza.

-Nos dicen hasta el cansancio que “sí se puede” y que hay que valorar el trabajo de las empresas, pero esto le vemos lejos o al menos no lo suficientemente cerca de nuestras realidades particulares.

-¿La filantropía ayuda al desarrollo económico de verdad?, ¿cómo y en dónde específicamente?

-Es muy difícil el trabajo en equipo, sobre todo porque no nos conocemos. Un joven que dice ser empresario exitoso y millonario preparó una propuesta alterna al grupo que quería imponer a toda costa y eso propició varias rupturas en el grupo.

-El lenguaje empresarial es difícil y con una semana no puedes tener los conocimientos suficientes para poner un negocio.

-Sé que no voy a ser experto en negocios pero ya entendí que puedo contratar a alguien que lo haga si tengo una buena idea.

-El medio es sorteable, pero es incómodo, por un doble manejo de valores: "vamos por un México mejor", pero a cada paso aparecen y ahí están los otros intereses visibles que buscan sólo su propio beneficio.

-¿Porqué no se invita a editoriales grandes que se interesen por las nuevas propuestas literarias?...

-Me he sentido fuera de lugar. A mí si me impresiona que esté PEMEX y los grandes empresarios. Muchas de las pláticas me ayudaron a desmitificar parte de la realidad.

- Es un evento muy largo en el cual sólo somos receptivos. Un emprendedor genera ideas, no solo es receptivo.

-Los ponentes y los facilitadores debería ponernos a trabajar con lo que somos, no con lo creen que somos.

5.2.) Sobre la política:

-Me quedó claro que hay 30 millones de mexicanos fuera de la economía en un grave contexto de pobreza: ¿qué podemos hacer por ellos?

-Hay pueblitos en donde no hay urgencias porque no hay movimiento de la gente... parece un tiempo detenido en muchas comunidades".

-Los jóvenes empezaron a cambiar en los sesentas con la píldora y las luchas de emancipación de la mujer; Con el desarrollo de los medios masivos de comunicación que en 1967 cantaron *All You Need is Love* y con el desarrollo de la cultura urbana que aglutinó a las personas en las ciudades, hoy tenemos que ver en dónde estamos parados para saber en dónde y con quiénes queremos trabajar.

-Hay evidentemente una ruptura gubernamental que no alcanzamos a entender por completo.

-El gobierno significa bajos rendimientos. Antes el gobierno gastaba dinero sin resultados, por eso hoy es muy importante aprender a racionalizar la inversión.

-Creo que es un inicio para la valoración de los cambios que estamos viviendo.

-Hay un renacimiento de los valores de la libertad, la diversidad, la tolerancia que deben encontrar un cauce social y no por la vía de la imposición jurídica.

-La política cultural y artística es la que construye ciudadanía.

-No se pueden dejar de lado las diferencias tan grandes que existen entre los estados del norte y los del sur del país.

-¿Realmente se pueden construir puentes sociales para disminuir las diferencias?

-Es un hecho que el Asistencialismo no alcanza a cubrir todas las necesidades.

-Somos muy diversos, pero es innegable que hay unas diferencias abismales entre los estados de la república.

-Nos dijeron que uno de cada 100 jóvenes llegaba a la educación superior hace 50 años y que hoy son 22 de cada 100 jóvenes, ¿qué pasa con los otros jóvenes que no tienen la oportunidad de llegar a la Universidad?

-Me da tristeza ver lo ignorante que soy de mi país, no alcanzo a ver lo que hay a mi alrededor.

-El evento no debería estar enfocado nada más a la Agenda Nacional hay proyectos buenos pero estos necesitan una base más concreta, con realidades específicas, con espacios y lugares de aplicación bien definidos. México es la suma de muchas realidades contradictorias.

-No hay que ayudar a la gente a que no la hagan tonta sino aprender a darle mayores elementos de reflexión.

-Una de las formas de ayudar a la gente es que conozca su Historia. Yo por ejemplo, sugeriría a aprender a responder preguntas tan obvias pero tan necesarias para la gente: ¿porqué no hay agua en tu comunidad?, de ahí tendría que formarse algún proyecto que resolviera este problema.

-Tuve un gran error, propuse firmar un documento para Kofi Anan, Fox y Castañeda (sic)... bajo el nombre de Espacio Vanguardia 2003 y lo que recibí fue sólo una censura.

5.3.) Sobre las Universidades:

-Hay que darle continuidad al Servicio Social, que sea multidisciplinario y con proyectos de largo plazo en las comunidades que lo requieren.

-Ha quedado por fuera el lado humano.

-No nos vemos en los otros... no nos sentimos...

-¿Cómo podríamos ser diversos y aceptarnos sin egoísmos? -

- No fueron siempre claras ni similares las formas de selección de los alumnos y los proyectos. Hay escuelas en las que se dijo simplemente: ¿quién quiere ir?.

-Hay muchas ideas sacadas de la manga.

-De tanto estarnos diciendo que somos “lo mejor de lo mejor”, “lo máximo”, se pueden crear falsas expectativas y una posible sobre valoración entre los estudiantes.

-Ha faltado un énfasis mayor en aspectos sociales y humanos.

-El Subsecretario de Educación Superior, ofreció 16 becas de postgrado nacionales y que vanguardia sea de “valor curricular”, ¿cómo van a lograr esto?.

-Los profesores me parecieron sub aprovechados en la reunión y podrían ser monitores de los equipos.

-Deberían integrarse los equipos por área de conocimiento y luego confrontarlas entre sí.

-Es un proyecto no sólo de las universidades sino del entorno que tenemos junto.

-La UNAM tiene una presencia como líder de las otras universidades.

-Somos un evento académico bien armado que no apareció en la pantalla.

-Nos pagan (el viaje) no para escuchar conferencias sino para trabajar.

-¿Cómo es posible tener una conferencia magistral en diez minutos en donde las preguntas son al azar y muchas veces sin fundamento?.

-No hubo una capacitación previa sobre los conceptos y el manejo indistinto de términos rompe la veracidad y lo que los estudiantes escuchamos se pierde en un vacío que no está acorde con la realidad del país.

-Faltó tiempo para realizar otras actividades lúdicas y artísticas en donde nos pudiéramos relacionar de manera distinta... lo que más disfruté fue la pinta de las mamparas.

-La UNAM participó distinto y el evento si se hace más académico y con objetivos mejor planeados puede fortalecerla institucionalmente.

5.4.) Sobre el Evento:

-¿Cuántos más están evaluando este ejercicio?, ¿qué esperan obtener de nosotros?

-Había una circulación muy limitada de la gente.

-Sinceramente he sentido un uso escenográfico de los alumnos, somos lo que Televisa quiere que seamos, no quienes somos realmente.

-Nos tratan como jóvenes domesticados.

-Había una diferencia muy clara entre los de gafete y los sin gafete.

-Sentí que “pastoreaban” mucho los anfitriones a los alumnos.

-“Me siento responsable de estar aquí”.

-Me pregunto: ¿qué es lo que estamos convalidando con nuestra presencia?

-Dicen que somos los mejores pero te levantan de la comida y te tratan como niño... En la Televisión somos solamente un público más acarreado.

-La sensación de vivir este evento me hizo pensar en que tienen en Televisa unos niveles de código de valor que no son gratos.

-Esta ha sido una oportunidad para mí y para todos de conocer muy de cerca aspectos de la vida que normalmente no están a nuestro alcance.

-Ganamos herramientas, generamos retos; hoy siento que es posible crear una empresa de Humanidades; me dio una visión más de base; sé que no lo puedo lograr solo y que necesito la participación de otros en mi proyecto.

-Creo que Televisa tiene miedo a difundir errores, pero esto se podría limitar difundiendo los logros que se tienen, o se pueden tener en la sociedad si se toman en cuenta los proyectos que hemos preparado.

5.5.) Sobre los proyectos:

-No discutimos seriamente nuestros proyectos, ¿para qué los pedían entonces?.

-Los alumnos venimos por contactos.

-los proyectos: ¿dónde y a quién presentarlos?. Me quedó claro que este fue un punto muy importante del evento que no lo planearon adecuadamente.

-Percibí una “aparente manipulación” , pero muchos de nosotros lo consideramos como “natural” por parte de Televisa.

-Me llamaron la atención los estereotipos: los de gorrita como la de Azcárraga, los trajeaditos que querían parecer intelectuales, los hiperfresas que formaban sus propios grupos, los desmadrosos, en fin somos muy distintos y cada grupo reacciona de distinta forma.

-Debe buscarse una respuesta a los proyectos presentados y un seguimiento de los que son exitosos, o de otra forma no tendría sentido la convocatoria.

-Hay que definir con mayor claridad y sin traslapes los objetivos específicos de los dos espacios, que no se confundan, lo que apareció en la televisión era una cosa totalmente distinta de lo que estábamos haciendo nosotros; a lo mejor tenían miedo de lo que pudiéramos decir y opinar frente a las cámaras, les dio miedo.

5.6.) Sobre las críticas y opiniones personales:

Al responder a la pregunta: “Parecemos los Bueyes Cansados de que habló Samper, hoy les pregunto, ¿qué pueden hacer?, ¿cómo han recibido este evento?, ¿cuales son sus propuestas?”, dijeron:

-“Somos los mejores 250 líderes (sic) que hay en México”.

-“No sé quien soy pero me llamo Anayáztin, estamos confundidos, mis expectativas de la reunión no se han cumplido. Se que no puedo cambiar la realidad, me falta información y hay falta de interés de nuestra parte. No cambiaré problemas añejados que no me corresponden, hoy sé lo que quiero, la felicidad... El dinero no es mi objetivo final y quizá llegue a crear 2 ó 3 empleos...”

-“...Ha sido un ejercicio traumante saber que hay más cosas en el mundo... esperaba un Big Brother, las cámaras sobre nosotros, somos ratas de laboratorio y cada quien aprovecha lo que mejor le agrada”.

-“Hay que verlo positivamente, ya somos líderes y tenemos una trayectoria, venimos a conocer personalidades y nos portamos un tanto egoístas, nuestra misión es promocionarnos como líderes con nuestro proyecto”.

-“Hay que tener una posición pero no podemos tener indiferencia”.

-“El evento cambió nuestras perspectivas y es el momento de proponer nuevas cosas”.

-“Buscamos tener el perfil de alguien que buscan”.

-“Aquí somos líderes”.

-“No somos 250 líderes y menos somos los mejores, o yo estaría muy triste...”

-“El nivel de los discursos en el programa ha sido muy bajo”.

-“El evento es más de forma que de fondo”.

-“Si queríamos encontrar propuestas de cambio no lo logramos”.

-“Me voy con contactos y experiencia, cambió mi visión del mundo ejecutivo”.

-“Necesitamos tener una agilidad de respuesta mayor”.

-“No todo es malo pero Vanguardia tampoco es una panacea”.

-La juventud tiene talento para innovar la tecnología pero nunca me quedó clara la relación Industria- Estado.

-No pude incorporar en nuestro grupo el tema de la Ingeniería Ambiental, me encanta pero no pude y no supe hablar.

-“Por fin me dan la palabra, después de muchos intentos para que me pudieran escuchar”.

-“Soy un líder cuando me dejan trabajar, no puedo estar sentado tanto tiempo, necesito espacios al aire libre, echar relajo... pero agradezco la oportunidad”.

Ante esta andanada de cuestionamientos y sentimientos expresados la respuesta fue clara:

-Los de Vanguardia son los que van adelante, los que reciben los fregadazos pero también la primera información.

-No son los mejores.

-Queremos compartir diferentes tipos de inteligencia con un espíritu de largo aliento.

-Siendo distintos todos los mexicanos quizá el susto es ver el tamaño del mapa; Vanguardia no es una bolsa de trabajo sino de ideas, regálenle una neurona a espacio (Lorenzo Lazo).

-No son los mejores pero deben sentir que son parte, eslabón o escalón, de un camino por el que circularán muchos otros como ustedes en el futuro.

-La pregunta central sigue siendo: ¿cómo poder guiarlos, orientarlos, comprometerlos con sus entornos para presentarlos ante la sociedad como la gente que encabeza esta propuesta de vanguardia?.

5.7.) Sobre las propuestas finales de las cuatro Áreas de Trabajo:

DESARROLLO ECONÓMICO:

- Promover reformas estructurales.
- Crear un programa de intercambio de tecnologías limpias.
- Realizar una campaña nacional permanente de reforestación.
- Realizar una campaña nacional de reciclaje de agua.
- Dar un reconocimiento nacional de Espacio al Desarrollo Sustentable (tecnología limpia).
- Mejorar los estándares ecológicos.
- El Estado y la industria deben establecer una nueva relación para crear un círculo virtuoso con menos canales burocráticos.
- Crear un Instituto, especie de Consejo Nacional que vincule a los autores de los proyectos con los distintos sectores, que permitan analizar y diagnosticar la problemática rural.
- Realizar una encuesta anual aplicada regionalmente por los prestadores de servicio social para conocer las necesidades específicas en las distintas regiones del territorio nacional.
- Hacer un exhorto a los políticos para apoyar al único partido que importa y que es México.

DESARROLLO ACADÉMICO Y CIENTÍFICO:

- Los retos son crear sinergias para elevar la competitividad.
- Promover la promoción de la cultura científica.
- Utilizar las tecnologías y los medios de comunicación para reforzar los espacios de trabajo.

- Crear una Red Nacional de Convergencia por el desarrollo nacional y la competitividad.
- Realizar una campaña de comunicación sobre formación profesional pertinente.
- Vincular más a las empresas con las Universidades.
- Vincular a las empresas y Universidades con las comunidades.
- Establecer un Plan Anual y reportar avances.

DESARROLLO POLÍTICO Y SOCIAL:

- Fomentar los valores éticos.
- Asegurar la aplicación de la ley.
- Crear una escuela de policía.
- Impulsar el desarrollo integral de los vecinos.
- Formar comités de seguridad.
- Fortalecer la lucha contra el narcotráfico.
- Buscar la coherencia ética en lo familiar, lo público y lo privado.
- Promover la ética en los medios de comunicación.
- Redefinición de la soberanía nacional respecto a los EE. UU.
- Apoyar el desarrollo de la mentalidad de Comercio exterior.
- Estudiar la competencia nacional e internacional.
- Verificar los tratados comerciales anteriores.
- Vinculación ganar - ganar.
- Invertir en investigación estratégica.
- Homologar la Política Fiscal.
- Crear un portal de acceso a toda esta información (sep, gob, ini, etc.).
- Que los grupos indígenas aparezcan por regiones en los textos.
- Establecer rutas de revaloración cultural.
- Apoyar el surgimiento de partidos indígenas.

DESARROLLO CULTURAL Y ARTÍSTICO

- Impulsar la diversidad cultural.
- Creación de la Secretaría de Cultura.
- Apertura a producciones independientes en los medios de comunicación.
- Crear el marco jurídico para una Ley Federal de Cultura.
- Otorgar créditos a la industria cultural.
- Si las empresas se certifican ¿porqué no se hace lo mismo en la cultura?
- Hay que romper los paradigmas actuales.
- Nuestra cultura debe ser triunfo y libertad.
- No se quiere revolucionar la cultura sino evolucionarla.
- Conseguir un pronunciamiento de la OMC sobre la cultura.

6.) CONCLUSIONES

Una primera evaluación de los múltiples significados que tiene esta propuesta deja claro que: “los de vanguardia son los que van adelante, los que reciben los golpes iniciales, los que reciben la primera información, los que toman los riesgos”, tal como lo expresó el Dr. Gastón Melo, pero debe aclararse desde un principio que los estudiantes participantes no son los mejores, ni los líderes juveniles que todos deseáramos que lo fueran para no crear falsas expectativas ni sobre valoraciones innecesarias.

Pero por otro lado, debe de transmitírseles el hecho de que son parte vital de los engranes de una máquina que está empezando a caminar; son la parte inicial de un puente de comunicación, entre la sociedad y sus necesidades, entre las esperanzas y deseos de desarrollo de un país con una creciente presencia en un mundo cada vez más pequeño. Son parte de las respuestas que queremos encontrar para enfrentar la crisis económica, la política y el cambio esperado, que no es forzosamente el mismo anunciado por los políticos en su retórica demagógica.

Espacio Vanguardia es una propuesta sui géneris, proactiva, novedosa y con posibilidades de desarrollo que están a la altura de sus altas capacidades tecnológicas, académicas y de comunicación social para sumar un esfuerzo más en este largo proceso de desarrollo nacional.

Pese a ello, Vanguardia es un espacio en construcción si realmente se quieren buscar los objetivos que plantea ambiciosamente. Tomará tiempo y mucha dedicación para darle un justo seguimiento a la propuesta, pero el inicio está dado y los primeros en tratar de cruzar este puente nos proporcionan hoy los primeros testimonios y las reorientaciones y sugerencias pertinentes del qué y el para qué de todo este esfuerzo.

Un breve encuentro con jóvenes Totonacos de la zona de Papantla (convocados por la Secretaría de Desarrollo Social del estado de Veracruz) me pareció significativo, ya que estos jóvenes indígenas, con una identidad bien definida, sólo asistieron un día a Espacio y, dadas las características particulares de su realidad, me pareció que podría ser uno más de los tipos de grupos de jóvenes que podrían participar en Vanguardia y menciono sólo algunas de las características principales que externaron sobre su realidad:

- Están preparándose como licenciados en Pedagogía para educar a los niños (para ir a donde hace falta y hay necesidad).
- Viven en una zona de gran rezago.
- Muy pocos jóvenes ahí logran escalar un peldaño.
- La primaria es de 5 años.

- Hacen 2 horas para llegar a la Secundaria.
- Muchos emigran.
- Las madres y las familias son el único freno social que los hace permanecer en su zona.
- Quieren promover proyectos de manualidades, culturales, de danza y bordado tradicional.
- Hay dos instituciones ahí pero con recursos muy limitados: CONAFE (Comisión de Fomento Educativo) y el INI.
- “Los niños esperan con alegría y con ansia alguna propuesta”, dicen.
- De ahí que haya tanto jóvenes que quieren ser maestros y tener un sueldo seguro en un sitio donde la tierra no produce.

¿No hay acaso aquí un mensaje de otros tipos de grupos de jóvenes que podrían y quizá deberían incorporarse a este proyecto?

Por otra parte, una mención especial merece la presencia de Endeavor, ya que siendo una propuesta para promover la creación de empresas en América Latina que: *“era vista como tierra poco fértil para las nuevas empresas, donde no existía el financiamiento ni la movilidad social necesaria para alimentar los sueños de los emprendedores”* (The Wall Street Journal Américas, Diario Reforma, 15 de abril p. 34A) valdría la pena también acercarles información previa a los estudiantes sobre su impacto en países como Chile, Argentina, Brasil, Uruguay y México.

Diversos estudios han mostrado que las firmas emprendedoras son responsables de una gran cantidad de los nuevos empleos y la falta de una cultura emprendedora es frecuentemente citada como una de las razones por la que el crecimiento de América Latina ha estado a la zaga del de muchos países en desarrollo en Asia. De ahí que valdría la pena dar a conocer previamente porque gente como Eduardo Elsztain, quizá el mayor inversionista en bienes raíces de Argentina, hasta Emilio Azcárraga, presidente de Televisa y Pedro Aspe de México, no sólo donan dinero para pagar los empleados de Endeavor, sino que también pueden abrir las puertas para los emprendedores elegidos.

Según un estudio de la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard, Endeavor ha entrevistado a más de 4 mil candidatos y bendecido a más de 100 empresarios. Los ganadores han sido responsables por crear más de 6 mil empleos y generar más de US \$400 millones en ingresos, anota el estudio y las áreas de inversión son tan diversas como la producción de vino, la incorporación de nuevas tecnologías agrícolas, el área farmacéutica, o la apertura de cadenas de restaurantes, por lo cual sería muy útil, previo al evento, poder conocer más de cerca esta importante propuesta de desarrollo económico y social.

A continuación se presenta un listado con las principales debilidades y fortalezas encontradas en el evento con el objeto de que sirvan como guía de apoyo para mejorar la propuesta del año siguiente:

6.1.) DEBILIDADES

- 1.) En general las Instituciones consideran a los jóvenes como un universo homogéneo y en cierta forma estático que “está ahí” a la espera de las ofertas públicas y privadas en una actitud pasiva como simples espectadores.
- 2.) Mucho del trabajo realizado por parte de diversas agrupaciones de la Sociedad Civil y de distintas instancias académicas coinciden directamente con los objetivos centrales de la propuesta Espacio Vanguardia 2003 (empoderamiento, liderazgo social, autonomía, autogestión, apoyo al trabajo comunitario, etc.) sin embargo las experiencias exitosas de este tipo no aparecieron incluidas en el programa de trabajo.
- 3.) La oferta de las Instituciones públicas y privadas ahí está, disponible, sin embargo parece que no genera la suficiente atención por parte de los jóvenes o que no resulta lo suficientemente atractiva que esperan que sea las autoridades y los responsables del diseño y ejecución de dichas propuestas, luego entonces: ¿porqué no participan?, ¿porqué no hacen suyas estas propuestas? o, ¿porqué se integran de formas completamente distintas a las esperadas?
- 4.) Hay un rechazo palpable a los políticos. La primera encuesta nacional de la Juventud habla de un 89 por ciento de jóvenes dijo rechazar a los políticos y a todo lo que “huela a institucional”, pero paralelamente más de un 80% está a favor de luchar por el medio ambiente, la corrupción, la pobreza, los indígenas, la paz mundial y otros problemas: ¿qué hay ahí?, ¿cómo destrabar y motivar estos indicadores de ganas de participar socialmente?
- 5.) Los estudiantes son más cercanos a otros estudiantes de otras latitudes que a las personas que quizá se encuentran a su alrededor.
- 6.) Habría que revisar el flujo de información previa y pertinente para los estudiantes participantes (sobre los jóvenes, la realidad nacional, los temas centrales, las políticas públicas, financiamientos, etc.). Esto permitiría contar con una plataforma común, con referencias claras, certeras y actualizadas ya que muchos de los comentarios de los

estudiantes incluían datos e información no siempre bien documentada o errónea.

- 7.) Se debe poner énfasis en llegar a construir una propuesta general aplicable en la vida real y no un consenso light.
- 8.) Deben revisarse los mecanismos de asignación de la palabra para fomentar una participación amplia, abierta, libre y más equitativa entre todos los alumnos y no sólo aquellos que “quieren dejarse ver”.
- 9.) La diversidad entre las regiones de procedencia de los alumnos al igual que la resultante de los distintos tipos de Universidades y Tecnológicos y de las carreras limita la posibilidad del trabajo de los equipos, pero esto podría revertirse con una adecuada planeación.
- 10.) En muchas ocasiones parecía más un evento televisivo que académico, sin embargo la participación de Televisa es una oportunidad que no se debe desperdiciar donde pesa tanto la comunicación masiva como la formación profesional. De hecho, el evento Vanguardia, como tal, no apareció en sus reportajes nocturnos. Hay que equilibrar estos esfuerzos.
- 11.) En distintas ocasiones se habló de los “puentes con las clases más vulnerables”, sin embargo su tratamiento dentro de las mesas, las conferencias y los talleres no apareció de manera evidente.
- 12.) Había una rígida estructura del evento que en algunos momentos propició una saturación de “Tiempos de Trabajo” que reducían las posibilidades para fomentar otro tipo de convivencias, más lúdicas y creativas y que permitirían acercarse a un intercambio virtuoso de experiencias que pudieran generar la integración de los equipos o el acercamiento de las diferentes realidades y entornos de los estudiantes.
- 13.) Habría que profundizar aún más en el conocimiento de las respuestas que encontraron los estudiantes por parte de las empresas, de los políticos y de sus respectivas instituciones de educación superior frente a sus proyectos.
- 14.) Hubo compromisos de empresas como Microsoft que se comprometió en un juicio a: Apoyar proyectos auto sostenibles; Invertir en educación y poner equipos suficientes al alcance de la gente, en las escuelas públicas y

para alumnos pobres; lo mismo que el Subsecretario de Educación que ofreció 16 becas de postgrado. Hay que darle seguimiento a estas propuestas e informar a los alumnos de estas gestiones para generar confianza.

- 15.) No siempre quedaron claros los mecanismos que se siguieron para elegir a los participantes en las escuelas.
- 16.) El hecho de que los temas de la Agenda Nacional fueran a la hora de la comida y de que en cada uno de estos eventos sólo podían participar cuatro equipos de los 16 existentes, no permitió homogeneizar todo el cúmulo de ideas y experiencias que deberían servir para reflexionar en las propuestas finales de cada equipo de una manera uniforme.
- 17.) Algo similar ocurre con la inducción a los temas, las conferencias magistrales, los invitados especiales, los talleres vivenciales o las conferencias motivacionales que quizá podrían revisar su pertinencia para consolidar los conocimientos que se pretende transmitir a los alumnos.

6.2.) FORTALEZAS

- 1.) El evento tiene muy amplias expectativas y una altísima calidad en sus diferentes sistemas logísticos de producción, aunado al impacto masivo de la televisión.
- 2.) Resultaron muy positivas las conferencias no de teóricos y analistas sino gente del mundo real que podía hablar en base a su experiencia de vida.
- 3.) Un punto discutido entre los alumnos era el que “la Mexicanidad ya no existe” como tal, y que si existe es compromiso de todos y cada uno de nosotros el conformarla y darle un nuevo sentido dentro de la realidad actual.
- 4.) Uno de los objetivos del evento es “darles la oportunidad de ver más allá” y esto podría desarrollarse con algunos otros trabajos específicos para promover la creatividad.
- 5.) De igual forma la idea de fortalecer el compromiso individual con la responsabilidad social, puede ser un punto favorable si se estimula el trabajo en equipo, sin que dichos compromisos ni la responsabilidad sean entendidos como una simple obligación.

- 6.) La diversidad cultural y social en los grupos es una fortaleza que debe aprovecharse.
- 7.) Conceptos como el de “las moléculas virtuosas” del ADN deberían ser ejemplificados de muchas formas directas para arraigar en los estudiantes la idea de que “el otro somos muchas veces nosotros mismos”.
- 8.) La idea propuesta de “escoger”, es necesaria -ya que escoger algo significa necesariamente renunciar a otra cosa- y resulta muy útil para definir las líneas de trabajo de los participantes en forma individual, ya que no se puede abarcar todo (temas, problemáticas, visiones de futuro, etc.).
- 9.) La participación de la UNAM con Televisa puede tener la capacidad necesaria de ampliar el concepto actual del evento.
- 10.) El ejercicio de Vanguardia podría servir también para incorporar conceptos como la formación ciudadana, con derechos y reglas igualitarias para todos.
- 11.) Espacio Vanguardia puede fortalecer su imagen pública como un espacio de interacción juvenil necesaria que viene a llenar un vacío.
- 12.) México es un país de múltiples presentes y de compromisos que deben ser asumidos ahora y la participación juvenil puede ser un elemento de motivación para difundir masivamente las aportaciones que puede generar este proyecto.
- 13.) Televisa es una empresa con una enorme capacidad de respuesta y por lo mismo con la posibilidad de cambiar rápidamente sus reglas de operación. Habría que valorar que los cambios y las nuevas estrategias tengan un fin común, compartido con la Universidad y con las necesidades de la población.

¿Qué más podemos hacer para el año siguiente?

Se debe sugerir una propuesta suficientemente provocadora para que haya investigación sustantiva y un proyecto, o un grupo de proyectos, que puedan ser aplicados directamente en distintos escenarios de la realidad.

A nivel del evento debería de buscarse finalizar con una propuesta por cada equipo que incorpore los proyectos individuales que registraron los alumnos, para que la difusión de estas experiencias permitan abrirlas a otros estudiantes para el siguiente año, a otras áreas o temáticas que pudieron no estar presentes, que estuvieron ausentes o que resultaron faltantes.

Las cifras alegres de los políticos que aseguran que a través de los Centros Comunitarios de Tecnología se da un acceso ya al 80 por ciento de la población total del país no concuerdan con la realidad. Hay que conocer la realidad y enfrentarla a los nuevos retos con pasión y compromiso y buscar, de todas formas, que aquellos que empiecen a cruzar por estos nuevos puentes de comunicación social sepan qué hacer al llegar al otro lado y como continuar con la labor.

“Cuando el poeta tiene fuerza puede cambiar al mundo”, se dijo en la reunión y la vida debería recuperar su visión de viaje hacia el alcance y la comprensión de la felicidad. “Antes había mucho qué pensar, pero hoy son 2 mil años de un viaje al pensamiento con 6 mil millones de personas en el planeta, en donde una lata de coca cola, un envase de Macdonalds, o la basura acumulada en los lechos de los ríos nos recuerda que aquí estamos todos juntos compartiendo el mismo espacio y tiempo” (Gastón Melo)... y que somos responsables por lo mismo del presente y del futuro.

BIBLIOGRAFÍA

Erikson, Erik H. (1981), *Identidad, juventud y crisis*, Taurus, Madrid.

Foote Whyte, William (1971), *La sociedad de las esquinas*, Diana, México.

Martín Serrano, Manuel (1994), *Historia de los cambios de mentalidades de los jóvenes entre 1960-1990*, Instituto de la Juventud Ministerio de Asuntos Sociales, Madrid.

Touraine, Alain (1987), "Conclusión: La centralidad de los marginales", *Proposiciones No. 14*, Santiago de Chile, pp. 214-224.

DOCUMENTOS Y HEMEROGRAFÍA

ESPACIO 2003 (VANGUARDIA), "*Emprendamos la Apertura*", (mimeo) 53 pp.

ESPACIO 2002, "*Para soñar un mundo nuevo*", (folleto), Televisa, 12 pp.

Diario Reforma, "*Gaceta del Ángel*", miércoles 9 de abril del 2003, p. 1B.

The Wall Street Journal Americas, "*Una apuesta por los emprendedores latinoamericanos*", publicado en Diario Reforma, Sección Negocios, martes 15 de abril del 2003, p. 34A.

ULTIMOS DATOS:

MAESTROS

-Pareció en algún momento que el evento era una especie de plataforma política futurista para una campaña a la presidencia de Emilio Azcárraga o de Miguel Alemán. Fue un evento político.

-Después de una durísima semana de trabajo, tener 30 segundos para expresar las conclusiones pareció un final nada grato al evento. En la clausura no estuvo el rector. Y el reporte final fue escenográfico y decepcionante

-El objetivo era que fueran líderes, pero faltó alguien que les enseñara más y los profesores debieron empujarlos.

-¿Qué intereses querían poner a trabajar a los estudiantes de esa manera?.

-En el grupo de la UNAM no nos vimos y no interactuamos durante el evento. Hubiera querido ver una UNAM más unida, Nuevo León hasta camisetas y gorras.

-Deficientes algunas de las pláticas.

-¿Se quería llevar a los estudiantes a los extremos?, ¿al filo de la navaja?, si se quería cansarlos y presionarlos para ver de qué están hechos lo lograron pero solo un pequeño porcentaje no aguantó el ritmo.

-Los alumnos trabajaron en una dualidad: en el grupo que estaban y con su universidad.

-Negativa resultó la poca importancia al trabajo hecho; ensayos sin difusión; a fuerza de presión algunos lo presentaron; La apretada agenda de actividades no permitió que los ensayos presentados por los estudiantes para ser aceptados en Vanguardia fueran analizados con amplitud. De hecho no se contempló una estrategia para ello; sin embargo, se logró implementar un mecanismo para su exposición a los representantes de las empresas, quienes mostraron interés en algunos de ellos, canalizando a otros hacia instancias que pudieran interesarse y eventualmente otorgarles apoyos. De los 229 estudiantes solo 94 expusieron sus proyectos (once de la UNAM), el resto decidió no hacerlo por no tener lista la presentación en power point o no considerarlo oportuno o conveniente. El ensayo no lo checaron.

-In situ cambiaron muchas de las reglas del evento.

-Nos quedamos sin copia de lo que hicimos.

-Hubo un asesor de la presidencia de Televisa para supervisar lo que se iba a leer al último. Javier Casaubó cambió los términos de lo que se iba a leer al final.

-IPADE fue a promocionar sus maestrías. Era un Informercial

-El objetivo se perdió porque no se dio la vinculación universidad – industria. Faltaron objetivos claros. Fue una semana de conferencias. Programa saturado y a veces sin un buen nivel.

-¿Se quería ver que tan interesada está la juventud en la política y en el país?

-La motivación de los personajes fue alta pero sin objetivos se pierde interés.

-Iban con la ilusión de que alguien los iba a comprar.

-Falta de respeto al adaptarlos a la logística del evento.

-Ambición brutal de actividades que repercuten en el tiempo.

-Muchos tuvieron miedo de presentar los proyectos por que se las podían piratear o robar. SE NECESITAN REGLAS DEL JUEGO EN ESTO.

-Los alumnos que fueron rebasaron el nivel del concepto Vanguardia.

-Al formular las preguntas los expositores no pudieron responder siempre. -Faltó calidad con los ponentes. Algunos ponentes no estuvieron a la altura.

-Fue trabajo sobre presión en cosas inútiles, el tema de seguridad pública no lo sabía nadie. “Los montes parirán ratones” Horacio. Nefasto trabajar sobre presión. Se necesita un trabajo por planeación estratégica. Realizar un proyecto sobre el que nadie es especialista.

-Grupos muy heterogéneos que dificultaban el trabajo.

-Me sentí desperdiciada profesionalmente y como ser humano.

-Dossier para los maestros.

-Exigirles, andalearlos y amenazarlos “los podemos correr”, “los podemos sacar” si nosotros queremos.

-Muchos conferencistas no sabían al grupo que se dirigían. La profesora del Mayab no sabía a que iba.

-Faltó motivación.

-Los tiempos de la comida fatales, igual que la comida.

- Las propuestas finales estuvieron alejadas de sus intereses particulares.
- Los facilitadores brillaron por su ausencia. Los anfitriones se convirtieron en celadores. En la organización se notó algo de inexperiencia. Faltó más respeto a los maestros y los alumnos. Nos trataron como adolescentes. Mucha presión de los anfitriones.
- Faltaron las humanidades. Faltaron las áreas sociales y por eso les falló el compromiso social de los emprendedores.
- Es necesario que los profesores intercambien opiniones durante el evento.
- Que los estudiantes sepan de antemano a quien van a entrevistar.
- Lo optativo, René Casado fue un rotundo fracaso.
- Faltaron los emprendedores en Comunicación y relaciones Públicas??
- Muchas de las deficiencias y críticas podrían ser eliminadas si se reorganizan los horarios de las actividades y se eliminan las innecesarias. La UNAM debe incluir investigadores.
- La UNAM tiene 30 mil estudiantes en último semestre.

ALUMNOS:

- Muy bueno, muy interesante; un acierto los ponentes, el espacio es bueno aunque la agenda sea apretada, MUY BUENA EXPERIENCIA, DE LAS MEJORES QUE HE TENIDO, EL QUE TODOS LOS GRUPOS FUERAN DISTINTOS ESTUVO MUY BIEN, me dejó una motivación y una visión amplia, la competencia es buena, sabíamos que iba a ganar uno solo, los premios son estímulos pero lo SERÍAN MÁS LAS BECAS. Experiencia novedosa, por primera vez hubo una oportunidad de frente, de tú a tú con la gente que lleva las riendas del país. Evento padre donde hice muchos contactos y amigos para seguir en una buena relación. Para Contaduría y Administración fue muy importante.
- ITAM, arbitrarios y desmadrosos.
- Buenos los apoyos previos de lecturas de la UNAM. Los materiales de la UNAM Bieeeeeennnnn!!!!
- Me gustó la disciplina de trabajo muy severo.
- Hubo poco respeto para algunos ponentes, tenían poco público o llegaban a sacarles a los alumnos.

-Tomó mucho tiempo el que se pudieran poner de acuerdo los equipos sobre como iban a trabajar.

-Presenté mi proyecto a Microsoft y me dijo “está padre” ¿porqué no tratas de poner una empresa?... es tu proyecto pero no se te va a hacer caso o al menos deberían decirnos como seguir los siguientes pasos para continuar con los proyectos.

-No se dio el espacio de integración grupal.

-Mucha rivalidad en el liderazgo de los grupos.

-Muchos proyectos sacados de la manga.

-Rubén nos llevó a diez a hablar sobre los proyectos al periódico Reforma.

-Información repetitiva.

-Éramos panelistas y en la TV palmadistas. Pero no me quise prestar al juego y no fui a lo del programa.

-Hay que dejar espacios entre las actividades.

-No vas a innovar, vas de espectador.

-En la clausura: si ustedes exigen nosotros vamos a exigir que sean los mejores.

-¿Porqué no se dijo que era competencia para elegir un equipo como el “mejor”?, el equipo N, el equipo Vanguardia. Palms, Lap Tops al grupo N.

-Los criterios de selección fueron ambiguos., EL PROMEDIO FUE IMPORTANTE.

-HAY QUE HACER UN CONCURSO POR FACULTAD, CON ENSAYOS, PONENCIAS Y ANALIZAR LA VIABILIDAD DE LOS PROYECTOS.

-Nunca se supo cómo podíamos interactuar con los otros equipos.

-SE NECESITÓ UN LISTADO DE TODOS LOS PROYECTOS Y QUE TODOS FUERAN PRESENTADOS EN VANGUARDIA.

-Los tiempos se manejaron como en Televisión y los tiempos académicos son distintos.

-Los estudios de caso no sirvieron para nada.

-El tipo del TEC borracho toda la semana.

-EL PROCESO DE SELECCIÓN NO DEBE PERDERSE EN EL EVENTO.

-¿mejores?, ¿a quienes quieren engañar?

-PARA EL TRABAJO PROFESIONAL FINAL HAY QUE HACER UN EVENTO ACADÉMICO NO UNO POLÍTICO y durante el evento los horarios también planeados académicamente.

-LA AGENDA NACIONAL ERA DE RISA.

-De los cuatro temas sólo salieron dos de 15 segundos en la Televisión.

-¿Porqué hemos de ser acarreados de Televisa?.

-Hay que hacer que la relación Empresa – UNAM sea real y convocar editoriales.

-Hablé con el director de Bancomext, suerte del destino.

-FALTÓ CONGRUENCIA CON EL PROYECTO Y SU SEGUIMIENTO.

-Cuando nos quejamos en la tele de que no hacían caso a nuestros proyectos se les empezó a tomar en cuenta.

-Descuidaron la salud mental y física de los estudiantes y al final acabaron varios con neurosis. No somos máquinas y fue muy desgastante.

-No era Chambatel, pero por causas externas de mala organización no se dio suficiente atención a las propuestas de trabajo.

-Los errores pueden subsanarse con una mayor participación de la UNAM.

-Hay que conocer la plataforma de las empresas y el gobierno para presentar los proyectos.

-Salí en la Tele y dije, “ya soy famosa”.

-Los espacios para comida pésimos.

-LOS PROYECTOS SE PODÍAN COMPARTIR INDIVIDUALMENTE Y NO TODOS LO HICIERON.