

## Imagen pública de los millennials en el contexto del posmodernismo

Actas de Diseño (2022, octubre),  
Vol. 41, pp. 245-248. ISSN 1850-2032.  
Fecha de recepción: julio 2021  
Fecha de aceptación: febrero 2022  
Versión final: octubre 2022

Carlos Fabián Bautista Saucedo (\*)

Escuela de Ingeniería de CETYS Universidad, Tijuana, México.

**Resumen:** La percepción que se tiene de la generación millennial constituye una imagen pública sustentada en lugares comunes que en ocasiones carecen de sustento. Como consecuencia, se juzga sin sentido a quienes pueden ser los agentes de cambio que México requiere para enfrentar los problemas sociales y económicos que se le presentan. Por ello es pertinente analizar el contexto en el que se desarrollaron los nacidos de 1982 a 2003 y que conforman la generación millennial de acuerdo con Strauss y Howe (1991). El presente artículo detalla la influencia del posmodernismo en el desarrollo de una generación que se enfrenta al fin de los metarrelatos que dieron estructura al México moderno para dar paso a una ruptura social, económica y cultural. De esta escisión, surgen conceptos contemporáneos que modifican la convivencia sociocultural al erigirse la imagen como el medio predilecto de comunicación de los millennials.

**Palabras clave:** Millennials – imagen pública – posmodernismo – México.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p.248]

### Millennials y posmodernismo.

El posmodernismo es un concepto escurridizo que si bien su inicio se ubica en la década de los sesenta, nos referiremos a los ochenta, el decenio que ve nacer a los millennials y que presenta la transformación de las sociedades hacia una marcada conexión global a partir del libre mercado. Al referirnos a los autores cumbres de este movimiento filosófico, nos percatamos que impera la contradicción lo cual imposibilita arribar a un consenso, signo inequívoco de la complejidad de esta época.

A pesar de la dificultad conceptual que esto representa, es plausible acudir a Jean-François Lyotard quien designa el posmodernismo como “el estado de la cultura después de las transformaciones que han afectado a las reglas de juego de la ciencia, de la literatura y de las artes a partir del siglo XIX” (1987, p. 4). La base del discurso de Lyotard para definir esta época es la crisis de los relatos que impulsa la ciencia en su afán de legitimar el conocimiento. Lyotard abre la siguiente pregunta, ¿cómo se puede validar la condición humana, que de suya es compleja, con un sólo punto de vista sin considerar el cambio de directrices que implica el neoliberalismo? Lyotard nos hace ver la importancia de analizar los metarrelatos impuestos por el modernismo para derribarlos y abrir la puerta a la discusión sobre la diversidad que caracteriza a las sociedades contemporáneas (1987).

Los millennials nacen en este escenario que se distingue por la fragmentación donde los elementos del todo se descomponen para reorganizarse en un sin fin de posibilidades. En el posmodernismo, se abandona la estructura de la ciencia para dar paso al caos donde prevalece la creación de mercancías destinadas al consumo masivo para apuntalar el individualismo. Bauman (2005) define la condición posmoderna como un peregrinaje sin rumbo donde la humanidad se mueve por la desilusión con el lugar que se visita al tiempo que se guarda la esperanza por conocer otro sitio.

En este recorrido sin brújula por el desierto posmoderno, los millennials son peregrinos que deambulan al seguir las huellas de los pasos propios o de las recomendaciones que ofrecen las aplicaciones digitales. La posmodernidad abre un portal en el cual el arraigo se convierte en un concepto del pasado. Se enarbola una nueva postura donde lo efímero se erige como el estatus a seguir. Bauman (2005) compara al ser posmoderno con un turista que disfruta los lugares sin el compromiso de aportar a la comunidad. Se vive en el gozo que significa estar de paso con un espíritu hedonista en búsqueda de la aventura y la diversión.

Ese ser posmoderno que describe Bauman corresponde a la imagen pública que se tiene de los millennials. Cuando se les percibe como seres poco comprometidos, se debe a que la posmodernidad es una etapa de ruptura en donde se intenta derribar la cultura dominante y las instituciones (Pedroza y Villalobos, 2006). De cierto modo, los millennials son subversivos al poner en duda las ideas clásicas del modernismo ya que su experiencia de vida les impide creer en la ficción del racionalismo que se apuntala desde los Estados-nación.

Los millennials abrazan el posmodernismo porque para ellos la modernidad como lo afirma Bauman (2005) es una idea que se aísla del mundo, es local y va en contra de la igualdad. Al mismo tiempo, la ola neoliberal impuso un ritmo de producción y consumo que en su cúspide transformó la manera en que las comunidades se relacionan a partir de una configuración distinta en el pensamiento y las acciones. David Harvey lo declara de forma contundente: “la estética ha triunfado sobre la ética en tanto preocupación fundamental en el plano social e intelectual, las imágenes dominan en las narrativas, la transitoriedad y la fragmentación tienen prioridad sobre las verdades eternas y las políticas unificadas” (1998, p. 360).

### La necesidad de la expresión individualista

Es de vital importancia resaltar que el posmodernismo impulsó a la imagen para convertirla en un agente de cambio social. A partir de esto se construye un imperio en torno a la imagen que deriva en experiencias lúdicas e irreverentes que se convierten en la voz de los millennials. La imagen abandonó la función impuesta por el modernismo de apoyar los metarrelatos del pensamiento racionalista para convertirse en un ente dúctil que se adapta a la impermanencia de los medios digitales. Esto explica la manera en que los millennials han modificado la creación y consumo de imágenes alejándose de la escena oficial del arte contemporáneo.

De modo que, como menciona Gustavo Prado (2017), las comunidades virtuales donde se comparten imágenes producidas por millennials, están desafiando al letargo que significa el arte conceptual que se valida por el circuito de producción oficial en México. Prado es certero al dictaminar que los únicos discursos que están cobrando un valor semiótico en el análisis de la cultura visual, son los que producen los jóvenes a través de teléfonos móviles con el propósito de experimentar y declarar su postura ante la vida. En este campo de acción, Instagram se eleva como la galería que ofrece un contrapeso al arte oficial. Sin embargo, en la condición posmoderna brilla la contradicción y la lucha de pares opuestos. Las razones más poderosas que controlan las economías de los Estados, utilizan a la imagen por encima de propósitos de expresión individual. Harvey atina al decir que esto no es nuevo si hablamos de política ya que la imagen es “parte del aura del poder político” (1998, p. 361). Si se considera la fuerte incidencia de la política en la vida social, es viable analizar la serie de movimientos que reaccionan ante la imagen pública que impulsa la actividad política. En el caso de los millennials, su principal motivación es construir una imagen pública que se distancie de la política ya que no comparten los mismos ideales. Para ellos, lo importante es diseñar una imagen a semejanza de sus pares a partir de una retórica de la diversidad y la auto-expresión. Ejemplo de ello, es la tendencia a la alza de convertir su cuerpo en un lienzo para establecer declaraciones visuales a través de los tatuajes.

En Estados Unidos de América, un estudio revela que casi 4 de cada 10 millennials están tatuados, pero además se indica que la mitad de ellos portan de 2 a 5 tatuajes (Taylor y Keeter, 2010). En México, la cifra es cercana a la de E.U.A. con 3 de cada 10 jóvenes con tatuaje. Es importante mencionar que el tatuaje se debe comprender como un vehículo de expresión estético que manifiesta la epítome del posmodernismo ya que se derriba el intento de establecer una ética universal para arribar a la estética del individuo como declaración de un nuevo significado social (Bauman, 2005).

Sin embargo, es prudente tener en cuenta que si bien los artistas posmodernos hacen esta profunda introspección de la condición humana, se debe recordar que transitamos por la autopista del neoliberalismo en donde los artistas más notables son incorporados como parte de la maquinaria del mercado del arte. Concheiro (2016) lo reflexiona con maestría al disertar sobre el proceso que ha llevado a la construcción de la industria del arte. En

primer instancia, el artista puede alejarse de los paradigmas que dictan los curadores o galerías de arte; pero ¿qué sucede si su obra es reconocida por su transgresión con un premio, o como suele suceder, con una beca que le obliga a producir obras a favor de un interés en específico? Cuando esto ocurre, el artista es absorbido por la industria del arte sin que él se lo proponga y pasa a formar parte de los postulados de los cuales intentó poner distancia con su obra. Bajo este sistema se rige el arte contemporáneo lo cual implica que los artistas más reconocidos son aquellos que son validados por el mercado del arte. Curadores, galerías, institutos de arte gubernamental pero sobre todo las marcas y los personajes más poderosos del mundo, han consolidado un complejo mecanismo de promoción artística que enaltece o disminuye a un autor bajo la premisa de que su obra es una mercancía que se puede intercambiar por un valor material. Bien como capital ideológico que apunte a una empresa, o bien por su valor económico en las casas de subastas. Es así como la obra de arte se convierte en moneda de cambio, cierto que no se trata de cualquier mercancía, pero en el fondo es un objeto más que se mueve por intereses mercantiles. Se puede establecer un símil entre el proceso de inserción del arte en el mercado global y los tatuajes de los millennials ya que ambos son reflejo del pensamiento posmoderno. Para analizar el significado de los tatuajes como expresión social, acudimos al estudio que realizó Efrat Shoham (2015). El tatuaje se remonta a las culturas ancestrales, siendo Japón el país que quizá tiene una tradición mejor documentada sobre esta práctica. También es oportuno indicar que desde el inicio del tatuaje tiene percepciones encontradas.

Si bien para los japoneses el tatuaje es un icono de su cultura, cuando es descubierto por los chinos esta práctica es declarada como un símbolo de barbarismo. Esto nos lleva al hecho de que en diversas culturas el tatuaje representó una marca que se imponía a quienes cometían actos criminales. En contraparte, en las culturas prehispánicas como la Azteca y Maya los tatuajes eran de uso común y tenían como propósito manifestar la pertenencia a un grupo social. En el siglo veinte, el mundo occidental manifestó un juicio severo hacia el tatuaje al concebirlo como ícono de protesta en contra de lo establecido. Esto con referencia a los movimientos disidentes como nazis, punks y motociclistas quienes tenían una marcada actitud antisocial. Las sociedades etiquetaron de mal gusto el tatuaje ya que era un acto de desacato a las costumbres conservadoras esparcidas en gran medida por la cultura globalizada.

Ya en el siglo veintiuno, la percepción del tatuaje ha cambiado de manera drástica ya que los cuerpos se convierten en lienzos para la industria de la moda. Como lo estipula Shoham (2015), desde que las tendencias que dictan las marcas de indumentaria exponen cada vez más la piel, surge la inquietud de extender los diseños a través del tatuaje. De este modo, el cuerpo se convierte en un texto posmoderno que es símbolo cultural de la sociedad (Foucault, 1980).

Ahora bien, si se considera que ese texto recibe una fuerte influencia de los conceptos neoliberales, es viable afirmar que las manifestaciones que se llevan a cabo en

el cuerpo son susceptibles a convertirse en escaparates de las tendencias de consumo. Por ello, se plantea la siguiente reflexión, ¿qué tan disidente es un millennial que se tatúa si con ello se mimetiza con los referentes que impone la industria de la cultura popular? Tanto el arte como los tatuajes en los millennials, intentaron en principio alejarse de lo establecido pero al ser validados por la industria de consumo regresan al punto en donde la fuerza ideológica del capital ejerce su poder de atracción.

### **Posmodernismo, una gran contradicción**

La complejidad del pensamiento posmoderno reside en las distintas tensiones de cuerda que ejercen presión en la condición humana. Esto nos lleva a señalar dos vertientes del posmodernismo. Por un lado, se tiene una propuesta reflexiva en contra de las instituciones racionalistas al derrumbar los intentos totalitarios encaminados a establecer doctrinas. Sin embargo, en franca oposición se tiene una postura que potencia la omnipresencia del capital en todas las actividades humanas al mismo tiempo que reduce cualquier guiño de reflexión a través del consumo. Al analizar la creciente ausencia de humanismo en cada esfera de la vida social, nos percatamos que lleva clara ventaja la postura posmoderna que cedió su poder de crítica ante la fuerza indómita del establishment económico y político. Ahora bien, este planteamiento individualista orientado al consumo obliga a la reflexión en torno a los efectos del pensamiento posmoderno. Como nos advierte Maffesoli (2004), los vacacionistas que deambulan por los centros comerciales en busca de experiencias estéticas que los sobrecoja de la monotonía, son un signo que puede devenir en barbarie para regenerar a una civilización en decadencia.

Uno de los puntos que más preocupa por su nivel de degradación, es la política. Los millennials destacan por ser más liberales que los miembros de otras generaciones al ser críticos sobre el desempeño de los políticos. Como ejemplo, 53% de los millennials en Estados Unidos de América consideran que el Gobierno está obligado a resolver los problemas estructurales de su país. Además, el 42% de los millennials critican la falta de agenda social por parte del Gobierno al estar concentrado en los negocios que sólo benefician al grupo en el poder (Taylor, 2010). Sin embargo, este hecho se traduce en apatía hacia la política lo cual se refleja en su escasa participación en los procesos electorales. El mismo estudio de Taylor indica que el índice de participación de los millennials ha llegado a caer hasta el 9%. Por tanto, el descaro con el cual el posmodernismo coloca a un lado los valores éticos para dar paso al espectáculo de la política, es la razón por la cual los jóvenes se alejan del ejercicio cívico que significan las elecciones.

### **Lo que importa es llamar la atención**

Si bien Lipovetsky (1998) atina al indicar que arribamos a una época donde hemos sido liberados de mandamientos y obligaciones absolutas, la clase política ha hecho un

estupendo trabajo para destruir las utopías de las sociedades. Hoy es más respetado ser pragmático que idealista (Bauman, 2005). En este sentido, una de las muestras claras de los excesos permitidos en la posmodernidad, es el caso del promotor político estadounidense Roger Stone quien sin consideración alguna declara de manera altiva: "tienes que ser escandaloso para que te hagas notar" (Bank, DiMauro y Pehme, 2017).

Stone fue operador político de Reagan en su campaña presidencial. Por cierto, el lema de Reagan es idéntico al que utilizaría Donald Trump décadas después, "Convertir a América en algo grande de nuevo". El éxito de los consultores políticos radica en que cuando el candidato al que asesoran resulta electo, comienzan a cobrar los favores a través de privilegios que se convierten en grandes cantidades de dinero.

La política se ha convertido en un escaparate para observar el pensamiento posmoderno llevado al extremo. Sobre todo, si consideramos que la negociación en política se fundamenta bajo la siguiente premisa: "dime tus secretos, te convierto en ganador y después te extorsiono con ellos". Esto tiene como consecuencia que los funcionarios públicos son personajes débiles sujetos a chantajes como lo demuestra el testimonio de Roger Stone.

En este punto, es oportuno acudir a Harsin (2015) quien nos advierte que se arriba a los regímenes de la post verdad en los cuales se opera de la siguiente manera, principalmente en campañas políticas. En primer lugar, se utiliza un rumor para denostar a la competencia, poco importa si es algo que se pueda comprobar o incluso si es algo ético. La segunda fase se encarga de expandir ese rumor de manera escandalosa a través de sucesos que generen controversia; estar en boca de todos y encaminar el rumor hacia un suceso viral en redes sociales. Con esto se pretende dañar la imagen pública del adversario para ganar ventaja en la elección. A pesar de que en diversas ocasiones se comprueba que el rumor es falso, el efecto en los votantes es profundo y puede definir la contienda. Se cuenta con un caso reciente en la elección más polémica de los Estados Unidos de América en los últimos tiempos. Roger Stone, como operador político de la campaña de Donald Trump promovió el rumor de que Barack Obama es musulmán y que nació fuera de Estados Unidos de América, motivo por el cual debería ser sancionado por mentir y haber contendido por la presidencia. Este acto atrevido, desproporcionado y malicioso, fue uno de los tantos rumores que caracterizaron la contienda de 2016 y que definieron el espíritu de la campaña que le daría el triunfo a Trump. Tal escenario no sólo plantea la crisis del humanismo que comienza a rebasar a las sociedades del siglo XXI, además define la postura de la generación millennial ante la política la cual es de total distanciamiento. ¿Cómo confiar en la política si los jóvenes aprendieron que la verdad se puede imponer a través de mensajes en Twitter? ¿Con qué calidad moral se puede exigir a los millennials que participen en los ejercicios electorales?

Este análisis de la imagen política, además de brindar las razones por las cuales los millennials manifiestan su desinterés, nos permite comprender por qué los jóvenes se han convertido en activos productores de imágenes en redes sociales. No sólo se trata de memes o selfies, es

claro que comienza a surgir un discurso visual identificable que es una muestra original del descontento de una generación con la degradación social que se desprende de las instituciones oficiales. Siendo así, los jóvenes intentan construir su propio refugio que les permita ejercer su particular sentido de cohesión a partir de la convivencia en la virtualidad.

Pareciera poco, pero comienzan a celebrar algunos triunfos como el posible declive de los millonarios negocios que significan los deportes tradicionales, fútbol, básquetbol, béisbol, en favor de los denominados e-sports, competencias de juegos virtuales que incorporan a millones de usuarios y espectadores en todo el mundo. La mayoría de ellos, millennials. Como muestra de este poder de convocatoria y de negocio, se reporta que en 2016 el valor de la industria de los videojuegos a nivel mundial es de 101.6 billones de dólares. Con ello se convierte en la industria de entretenimiento más rentable del planeta (Lee y Pulos, 2016).

El escenario posmoderno y sus contradicciones obliga a discernir hacia dónde se dirige la condición humana en esta compleja puesta en escena donde distintas cuerdas se tensan en sentidos opuestos; la política y el poder económico, el hedonismo individualista de los millennials, la hipertecnificación de la convivencia social, todo enmarcado en un preocupante contexto donde la cultura y el medio ambiente están en redefinición.

#### Referencias bibliográficas

- Bank, D., DiMauro, D. (Productores). Bank, D., DiMauro, D., Pehme, M. (Directores). (2017). *Get me Roger Stone*. USA: Netflix.
- Bauman, Z. (2005). *Ética posmoderna*. México: Siglo veintiuno.
- Concheiro, L. (2016). *Contra el tiempo. Filosofía práctica del instante*. [Versión ePub]. Barcelona: Anagrama.
- Foucault, M. (1987). *Historia de la sexualidad, vol. 3.*, "La inquietud de sí". Ciudad de México: Siglo XXI.
- Harsin, J. (2015). *Regimes of Post-Truth, Post-politics, and Attention Economies*. Communication, Culture & Critique, 8(2), 327-333. <https://doi.org/10.1111/cccc.12097>
- Harvey, D. (1998). *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Lee S.A., Pulos A. (2016) Introduction: Histories and Industries of Gameplay. En: Lee S., Pulos A. (eds) *Transnational Contexts of Development History, Sociality, and Society of Play*. East Asian Popular Culture. Palgrave Macmillan, Cham.
- Lyotard, J. (1987). *La condición posmoderna. Informe sobre el saber*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Lipovetsky, G. (1998). *El crepúsculo del deber*. Barcelona: Anagrama.
- Maffesoli, M. (2004). *El tiempo de las tribus: El ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas*. Madrid: Siglo XXI.
- Pedroza, R. y Villalobos, G. (2006). *Entre la modernidad y la posmodernidad: juventud y educación superior*. Educere, julio-septiembre, 405-414.
- Prado, G. (Septiembre de 2017). *Sin superficie y superficial*. El futuro de la imagen. En P.
- Meyer (Presidencia), *Coloquio Latinoamericano de Fotografía*. Congreso llevado a cabo en Foto Museo Cuatro Caminos, Ciudad de México.
- Shoham E. (2015) Tattoos. En: *Prison Tattoos. SpringerBriefs in Criminology*. Springer, Cham.
- Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: Harper Perennial.
- Taylor, P., Keeter, S. (2010). *A Portrait of Generation Next*. Washington: Pew Research Center.

**Abstract:** The perception of the millennial generation is a public image based on commonplaces that are sometimes unsubstantiated. As a consequence, those who could be the agents of change that Mexico needs to face the social and economic problems it faces are judged senselessly. For this reason, it is pertinent to analyze the context in which those born between 1982 and 2003, who make up the millennial generation according to Strauss and Howe (1991), developed. This article details the influence of postmodernism in the development of a generation that faces the end of the meta-narratives that gave structure to modern Mexico to give way to a social, economic and cultural rupture. From this split, contemporary concepts emerge that modify sociocultural coexistence as the image becomes the preferred means of communication for millennials.

**Keywords:** Millennials - public image - postmodernism - Mexico.

**Resumo:** A percepção da geração milenar é uma imagem pública baseada em lugares comuns que às vezes são infundados. Como consequência, aqueles que poderiam ser os agentes de mudança que o México precisa para enfrentar os problemas sociais e econômicos que enfrenta, são julgados sem sentido. Por esta razão, é pertinente analisar o contexto em que se desenvolveram aqueles nascidos entre 1982 e 2003, que compõem a geração milenar de acordo com Strauss e Howe (1991). Este artigo detalha a influência do pós-modernismo no desenvolvimento de uma geração que enfrenta o fim das meta-narrativas que deram estrutura ao México moderno para dar lugar a uma ruptura social, econômica e cultural. Desta divisão, surgem conceitos contemporâneos que modificam a coexistência sociocultural, estabelecendo a imagem como o meio de comunicação preferido dos millennials.

**Palavras chave:** Millennials - imagem pública - pós-modernismo - México.

**(\*) Carlos Fabián Bautista Saucedo:** Doctor en Imagen Pública por el Colegio de Imagen Pública y egresado de la Universidad Autónoma Metropolitana donde obtuvo los grados de Maestría en Ciencias y Artes para el Diseño y Diseñador de la Comunicación Gráfica. Se especializa en investigación aplicada, gestión del diseño, análisis de las emociones del usuario y branding. Como profesional ha colaborado en agencias de publicidad, estudios de diseño interactivo y consultor privado desde 1998. Es también académico con una trayectoria ininterrumpida desde 2001. Ha participado en diseño curricular, desarrollo de proyectos de investigación aplicada en vinculación con la industria y administración académica. En julio de 2015, fue nombrado Embajador del Diseño Latino por la Universidad de Palermo en Argentina en reconocimiento a su trayectoria. Sus artículos han sido publicados en foros académicos de México, Colombia, Argentina, India y Estados Unidos. Actualmente es profesor de tiempo completo en CETYS Universidad donde ocupa el cargo de Director de la Escuela de Ingeniería del Campus Tijuana.