

- *Debates IESA* tiene como finalidad promover la discusión pública sobre la gerencia y su entorno, mediante la difusión de informaciones públicas o privadas de toda índole. Es publicada trimestralmente por el Instituto de Estudios Superiores de Administración, en Caracas, Venezuela.
- *Debates IESA* está dirigida a quienes ocupan posiciones de liderazgo en organizaciones públicas o privadas de toda índole. El objetivo es propiciar la comunicación entre gerentes, funcionarios de gobierno, políticos, empresarios, consultores e investigadores.
- En *Debates IESA* tienen cabida los artículos que examinen temas de actualidad, análisis de políticas públicas y empresariales, aplicaciones de las ciencias administrativas y hallazgos de las ciencias sociales. Son bienvenidas, también, las exposiciones de teorías y modelos novedosos, reseñas de publicaciones y críticas o discusiones de artículos publicados en ésta u otras revistas.
- *Debates IESA* es una revista arbitrada. El editor enviará una copia anónima de cada artículo a dos árbitros, quienes emitirán alguno de los juicios siguientes: el artículo debe publicarse tal como está, requiere cambios o no debe publicarse.
- Los artículos publicados en *Debates IESA* no expresan consenso alguno, ni la revista se identifica con corrientes o escuelas de pensamiento. Además, los autores pueden estar en desacuerdo. No se acepta responsabilidad alguna por las opiniones expresadas, pero sí se acepta la responsabilidad de darles la oportunidad de aparecer.

Los jóvenes son muchos en un país como Venezuela; de hecho, el treinta por ciento de los venezolanos tiene edades comprendidas entre los 10 y los 24 años. Además, se hacen sentir. Están muy presentes en la calle y los medios. Hacen más bulla que los niños o la gente de más edad. Actúan como eficaces amplificadores de lo que piensa y siente la sociedad en general, no sólo la sociedad joven. Es más, expresan maneras de pensar y sentir que los adultos comparten pero que no se atreven a expresar. Como si ello fuera poco, buena parte de la población adulta quisiera ser joven, anhela el imposible de regresar a la juventud: de tener el cuerpo y la fuerza de los jóvenes, de vestirse y peinarse como jóvenes, de entretenerse como ellos y hasta de amar con la pasión de la juventud. Puede que muchos adultos que así piensan afirmen que quisieran tener todos esos rasgos de la gente joven pero con el juicio y la capacidad de raciocinio de la gente madura. Pero, aun así, no es de extrañar que la inmensa mayoría de quienes de esa manera se expresan estén dispuestos a sacrificar madurez para ser jóvenes. Tan fuerte es el atractivo de la juventud.

La juventud constituye en unas cuantas sociedades un grupo mito. La palabra «joven» evoca otras como futuro, posibilidad, porvenir, promesa, novedad, innovación, transformación, frescura y audacia. Es más, se asocia con virtudes como la honestidad, la sinceridad, la franqueza, la generosidad, la buena voluntad, el sacrificio, la amplitud de pensamiento y la justicia. Rubén Darío se refirió a ella con una frase que cobró vuelo propio y muchos repiten sin saber quién la dijo: «Juventud, divino tesoro».

Los jóvenes constituyen un grupo social de referencia positiva. Estamos, entonces, ante un sector de la población que, además de ser numeroso, hace sentir su parecer y refleja, de distintas formas, lo que parte importante de la población anhela, sus sueños y también sus temores. Eso se refiere a valores asociados con el trabajo, el ocio, la identidad, las relaciones entre sexos, la concepción del bien y el mal gusto, lo correcto o lo incorrecto, en relación con asuntos tan diferentes como la política, el habla, la música o el vestir. Por ello, llegarle a ese sector, comunicarse con él, es llegarle a una parte esencial del corazón cultural de una sociedad. Todas estas son razones suficientes para que quienes promueven ideas o quienes venden bienes o servicios se preocupen y se ocupen de conocer a los jóvenes.

Pero referirse a los jóvenes como si formaran una categoría social homogénea puede constituir una equivocación. Hay un factor que puede generar diferencias significativas: la pertenencia a determinados estratos sociales. No son iguales los jóvenes de los estratos sociales altos que los jóvenes de los sectores de menos ingresos, aunque pueda haber coincidencias en algunos patrones de conducta, como —por señalar algún rasgo tangible— el casi obsesivo interés en los celulares u otros artefactos electrónicos. Basta considerar las obvias diferencias en el estilo de vida y las oportunidades de progreso que existen entre estratos altos y bajos para pensar en las profundas diferencias que deben existir entre la cultura de la juventud de la sociedad popular y la de las clases medias y altas. En ambas categorías sociales podemos vender, celulares, ipods o zapatos deportivos (posiblemente con algunas variaciones para ajustar el precio) pero no podemos venderle a un joven de bajos ingresos un carro o la posibilidad de viajar a Florida al concluir la primaria o el bachillerato.

Sin embargo, a pesar de las diferencias, es fundamental preguntarse si los jóvenes de distintos estratos sociales comparten algo más importante que el simple deseo de tener un buen equipo de música o un bluyín de marca. ¿Tendrán valores comunes, o coincidirán en algunos gustos u otros patrones de conducta? Con frecuencia se afirma que el simple hecho biológico de la edad hace a todos los jóvenes soñadores, audaces y particularmente dispuestos a estar a la moda, sin importar el estrato social de pertenencia. Sin duda, reconocer estos rasgos más o menos obvios es indispensable para llegarles a los jóvenes con ideas o productos. Pero quedarse en rasgos tan generales es muy insuficiente. Hay que indagar más a fondo, tratar de entender cómo sueña, es audaz o entiende la moda un joven pobre en comparación con el pudiente. Ello implica el acercamiento a la cultura de la sociedad popular en general. Tal acercamiento se impone porque una parte significativa de los jóvenes proceden de estratos sociales bajos. Con esta edición, *Debates IESA* comparte con sus lectores algunos avances de las investigaciones del IESA sobre tan relevante tema para esta o cualquier sociedad. ■