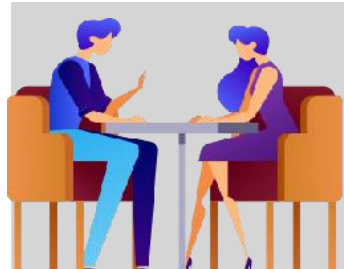


GENERACION Z

HACIA UNA POLÍTICA DE LA SENSIBILIDAD



FICHA TÉCNICA



Etapa cualitativa

Se realizaron 6 reuniones de discusión entre jóvenes con las siguientes características:

Edad:
16-18
19-22

NSE: C amplio
Mixto
AMBA

Con tres perfiles ideológicos:

1. Que se identifican ideológicamente con el kirchnerismo
2. Que se identifican ideológicamente con el macrismo
3. No se sienten identificados ideológicamente por ninguno



Etapa cuantitativa

Encuesta cuantitativa online autoadministrada a través de nuestro panel de Ipsos Interactive Services. **Población general 18+.**

Cuestionario semi-estructurado compuesto en su mayoría por preguntas cerradas.

Estudio en Febrero 2019, muestra de 1000 casos a nivel nacional. Margen de error: +/- 3,1%

Estudio en Marzo 2019, muestra de 500 casos a nivel nacional Margen de error: +/- 4,4%

Las muestras están controladas por cuotas de género, edad, nivel socioeconómico y región. Ponderación por NSE para ajustarse a la población total.



Desk research

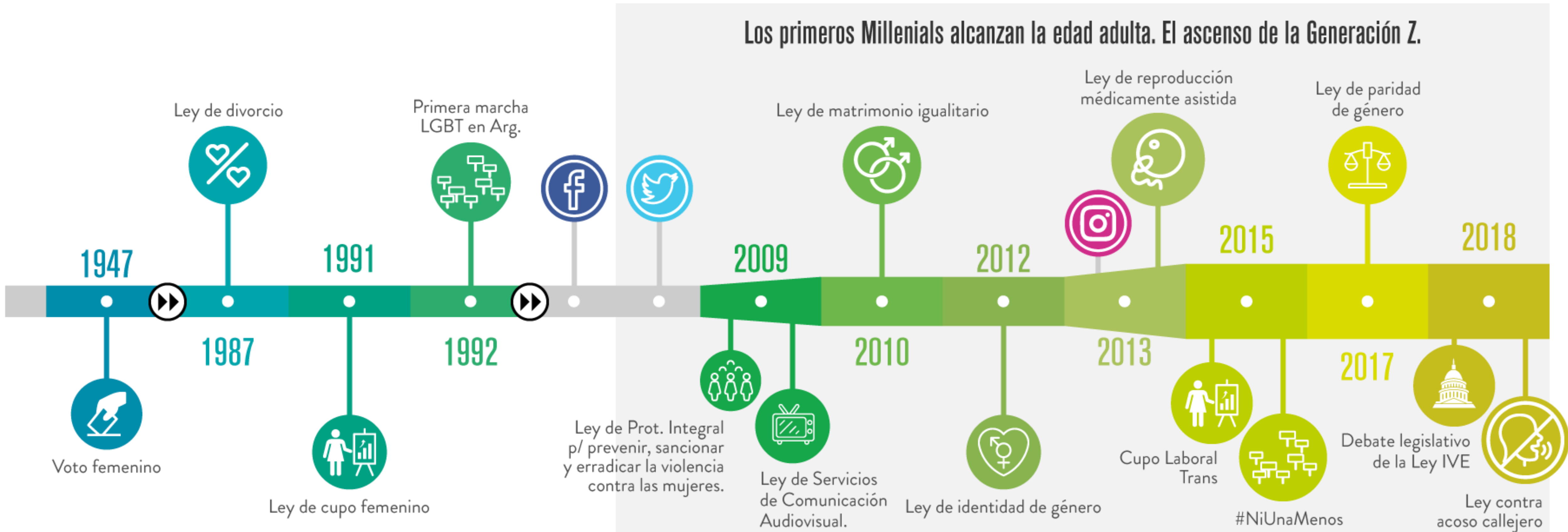
Se tomó como período de referencia material interno de Ipsos Argentina desde el año 1984 a la actualidad



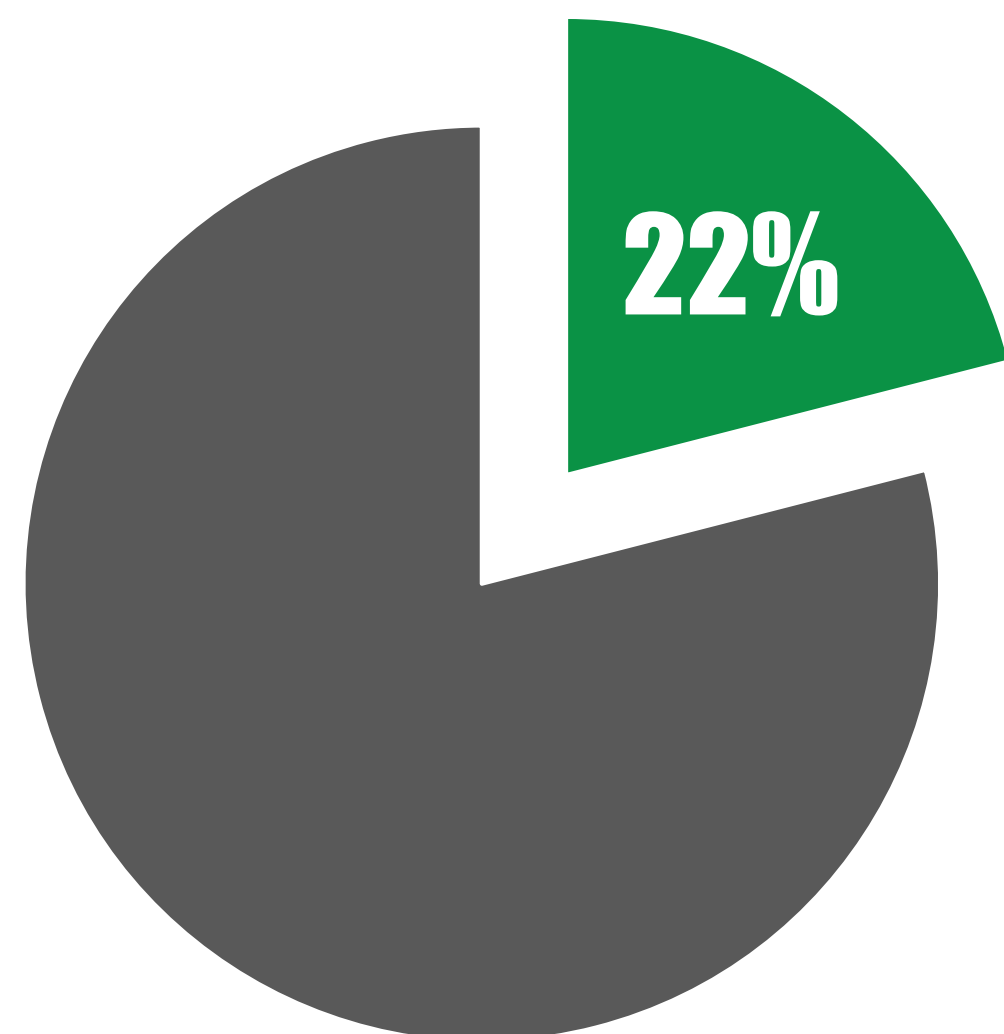
GEN Z Y LA POLÍTICA

PERÍODO DE ACELERACIÓN EN CAMBIOS SOCIALES

En menos de 10 años se promulgaron y debatieron más leyes que promovieran la inclusión que en todo el siglo anterior...



LA GENERACIÓN Z EN EL PADRÓN



Son el **22%** de los ciudadanos en condiciones de votar en 2019.

+ de 6 millones de argentinos.



LA GENERACIÓN DEL OTRO

Para comprender la manera en que la Gen Z se vincula con la política debemos entender la manera en que piensa y percibe el mundo, pero sobre todo la manera en que «lo vive y lo siente».

La Gen Z avanza hacia una política
atravesada por la sensibilidad.



LA GENERACIÓN DEL OTRO



PLURALES



FLEXIBLES



VALORES GLOBALES



“NO CARETEAN”



LO NATURAL VS
LO DECONSTRUIDO

Su “sentido común” es el de la **inclusión**,
respeto y **derechos**.



Del narcisismo selfie
al interés por el otro

La gran novedad de la Gen Z es su visión ampliada de lo político:

TODO ES POLÍTICO

POLÍTICA ES TODO



Son políticas sus formas de vincularse en el plano amoroso, su conducta sexual, su manera de respetar la diversidad, su forma de cuidar al planeta, la manera en que se comportan con sus amigos o sus familias, la manera en que actúan en el trabajo.

“Política es como ordenar tus ideas, existe por ejemplo una política de la amistad”.

POLÍTICA ES TODA DECISIÓN QUE AFECTE AL OTRO



Algo es político porque tiene consecuencias, porque no sólo los afecta a ellos sino a sus semejantes y al entorno en el que habitan.

“Cuando hablamos de política hablamos de distribución de poder en todas las cosas que hacemos, en todas las relaciones que establecemos con los que nos rodean.”

LA POLÍTICA ES OMNIPRESENTE «ESTÁ EN TODAS PARTES»



Desde lo cercano...
Cultivan la política de lo cercano, aquella que se desarrolla en los ámbitos de proximidad, en los colegios, en su familia, entre sus amigos.

Hasta lo remoto
Pero también a nivel global a través de las redes, en un mundo cada vez más conectado.

“Sentir que apporto en el lugar en el que estoy, en el club, socialmente.”

LA VISIÓN DE LOS GEN Z SE ENFOCA EN LO MICROPOLÍTICO

Lo micropolítico no es micro por pequeño sino por **ser imprevisible, por moverse entre los bordes, siempre y en cualquier aspecto de la vida.**

Lo micropolítico **está siempre presente**, en todos los actos y en todos los ámbitos aun cuando no es visible.

Pensar y actuar desde una concepción de lo micropolítico **implica entender que el cambio puede producirse desde lo espontáneo**, desde cualquier rincón de la realidad y propagarse a velocidad por contagio.

La macropolítica, aquello que se gesta desde las instituciones, los partidos políticos o los sindicatos es cosa del pasado, «huele a viejo».

“No creo en político como cuestiones partidarias pero dependemos mucho de la política, cualquier decisión que tomemos está politizada.”



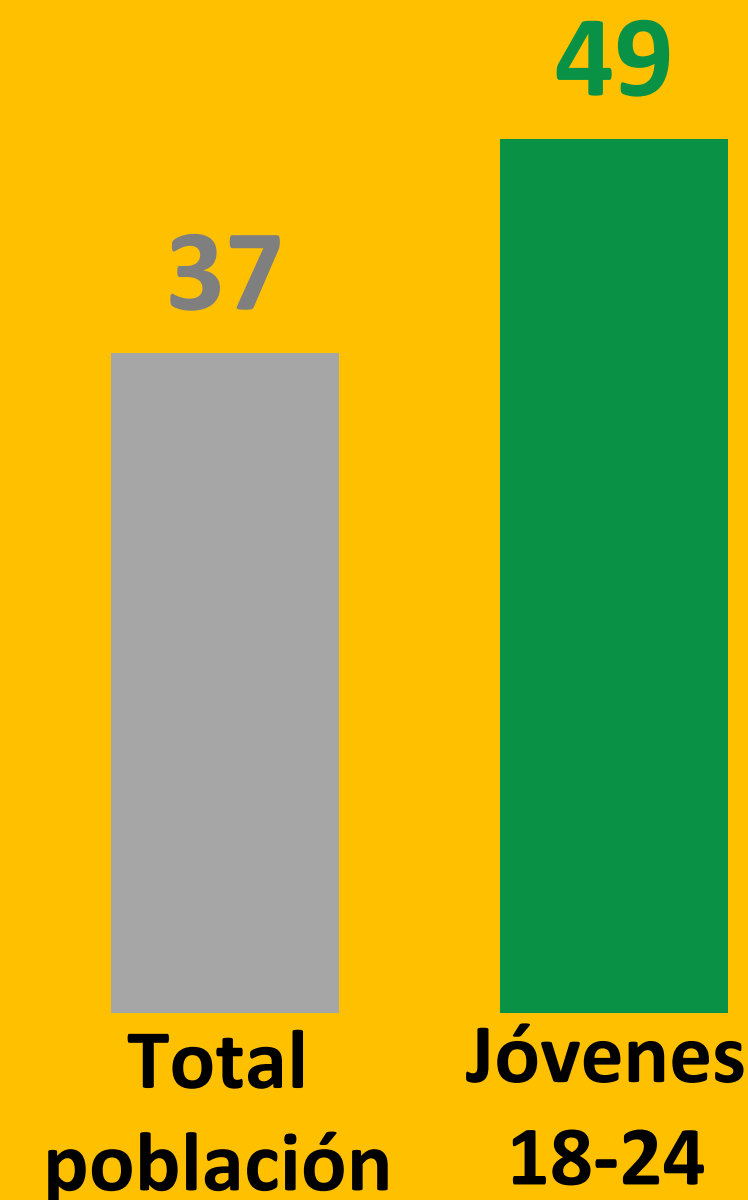
LA POLÍTICA DE LA SOLIDARIDAD

**La solución es para todos
o no es para ninguno.**

No creen en la solución individual cuando los problemas son colectivos.

Mientras que los millennials trataban de buscar la salida a partir de su desarrollo personal, **la Gen Z extiende su mano hacia los otros para ensayar una salida solidaria.**

“Me motiva sentir que ayudo, que doy una mano a la gente que tengo alrededor con objetivos comunes, sociales, colectivos como el feminismo y la lucha por el medio ambiente me conmueven.”



El **37%** de los encuestados cree que el atributo más importante que tiene que tener el próximo presidente es **“la preocupación por la situación de los pobres”**

Este **porcentaje crece significativamente cuando el segmento consultado es de 18 a 24 años en donde representa el **49%****

“Somos mucho más empáticos, tenemos mucha más conciencia de lo que les pasa a los demás.”

LA POLÍTICA ES ALGO DEMASIADO IMPORTANTE PARA DEJÁRSELO A LOS POLÍTICOS

Despliegan una fuerte **desconfianza** hacia la política tradicional. Piensan que los políticos ponen sus **intereses personales por encima del bien común**.

Los hacen responsables de la situación de crisis en que nos encontramos.

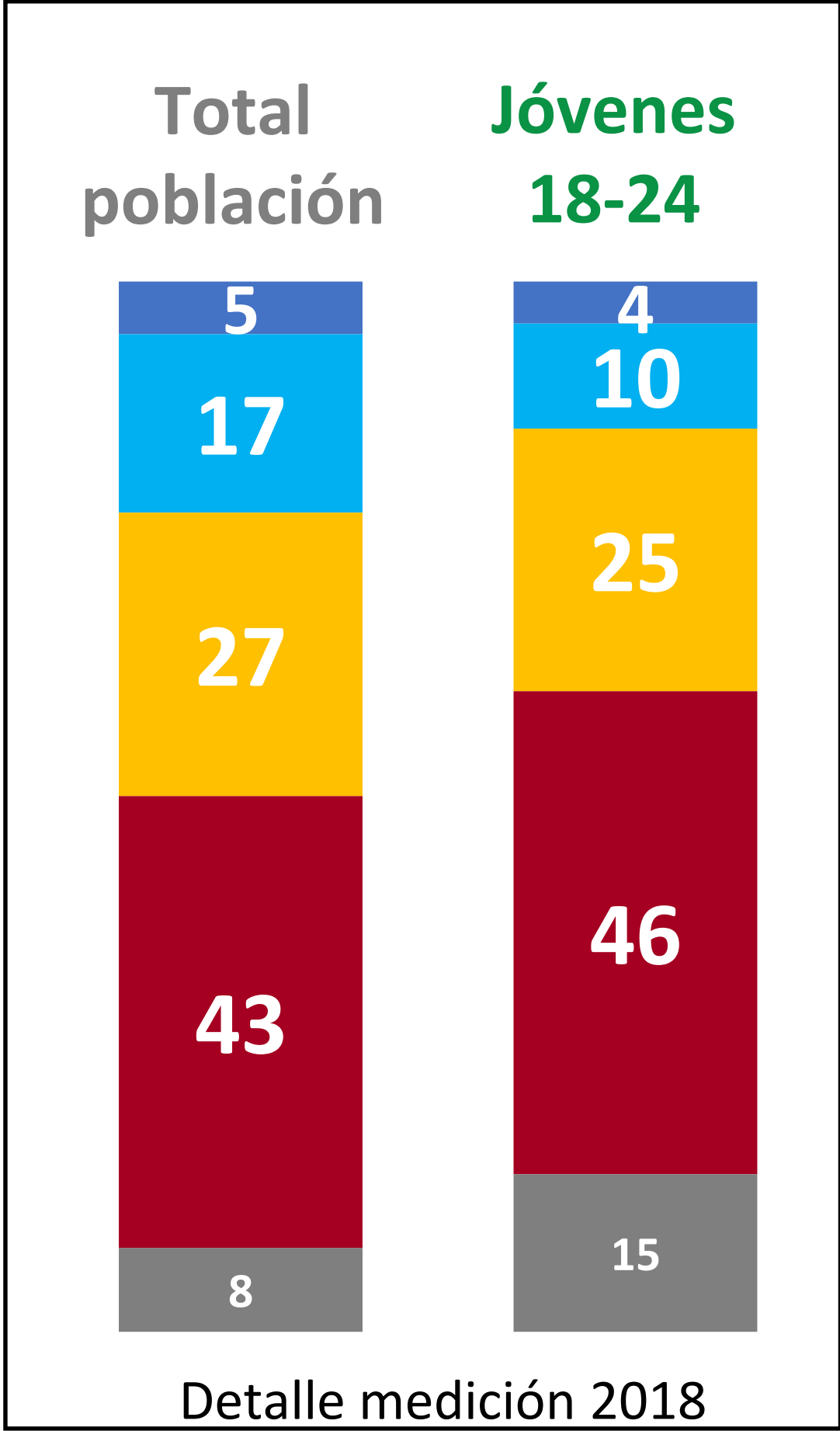
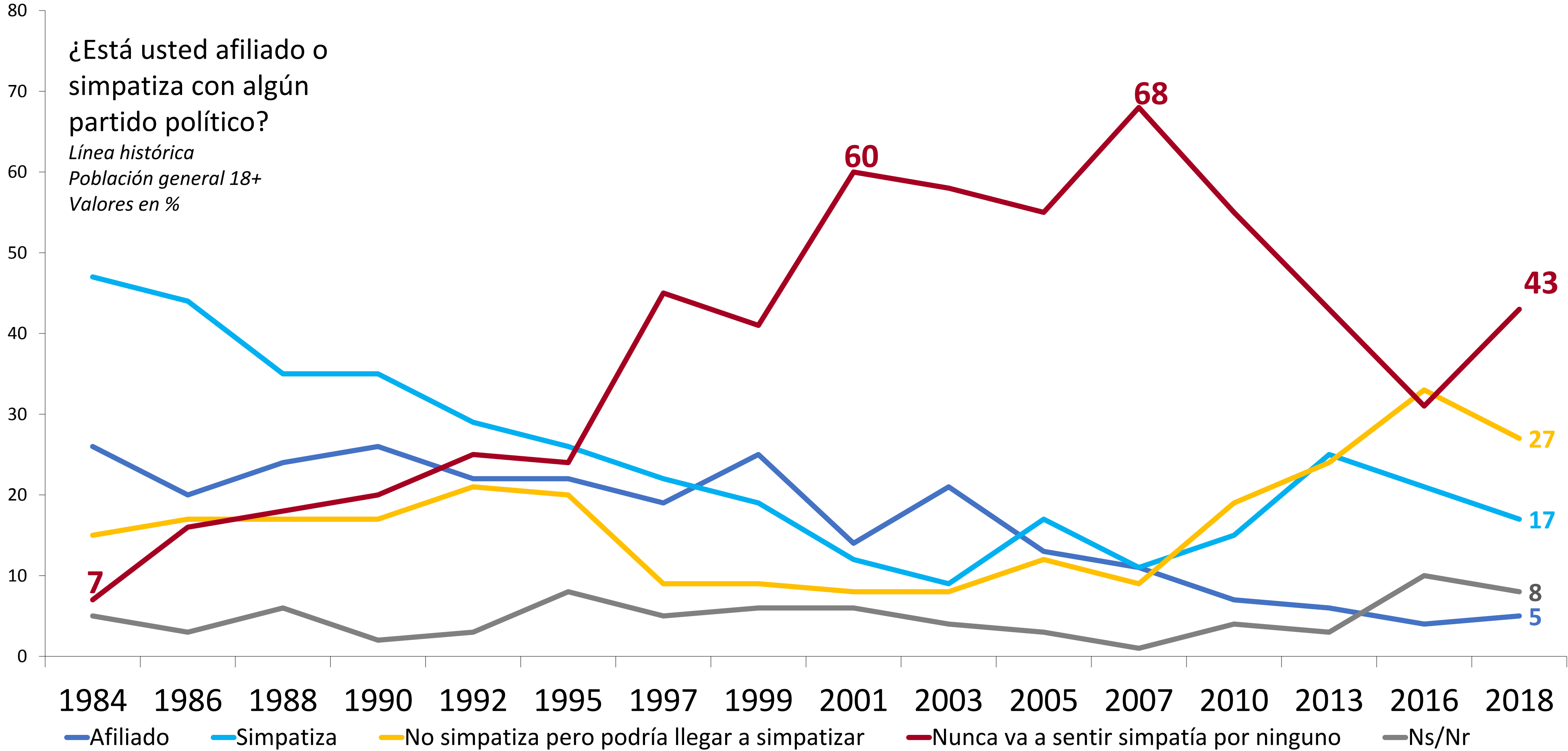
La Gen Z no tiene dudas: la política tal como la entendemos en su sentido más tradicional es algo antiguo y **debe cambiar**.

Política tiene que ser herramienta de cambio, otra cosa son los políticos.



El **43%** de los jóvenes entre 18 y 29 años afirma que **nunca va a sentir simpatía por ningún partido político**.

DESDE 1984 A LA ACTUALIDAD SE OBSERVA UNA **DISMINUCIÓN DE LA SIMPATÍA/AFILIACIÓN** POR LOS PARTIDOS POLÍTICOS. EL **RECHAZO TOTAL** TUVO PICOS EN EL 2001 Y 2007



LA POLÍTICA DE «LAS CAUSAS»

Visión idealista de la política, para ellos las causas deben dominar a los intereses.

Los partidos políticos no se les presentan como ámbitos en los que se pueda participar en la **construcción de un mundo mejor.**

“Vas a defender una causa y sentís que no es un lugar donde se construya de manera transparente.”



CAUSAS QUE LOS CONVOCAN

Una generación que se identifica con causas que le da importancia a **valores universales**:



Se trata de problemáticas que: Tienen alcance global. Los llaman a tomar la calle para manifestarse.

Fuente: FastBus Ipsos Argentina, base total 500 casos

62%

Jóvenes de 18 a 24 opinan que es **bastante/muy importante** que los candidatos se posicionen claramente con respecto a la **Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE)**

84%

Jóvenes de 18 a 24 están **bastante/muy de acuerdo** con la frase: “Se debe **asegurar el cumplimiento** en escuelas públicas y privadas de la **ESI** (Educación Sexual Integral)”

Para la Gen Z es **3 VECES MÁS IMPORTANTE** que el próximo presidente **SE OCUPE DEL MEDIO AMBIENTE**, más que cualquier otro segmento de edad

LA LUCHA FEMINISTA ES UN MODELO A SEGUIR

Sintonizan no sólo con la causa sino también con la forma en que se desenvuelve:

Persigue la igualdad: un principio básico para la Gen Z.

Es transversal: atraviesa las diferencias partidarias, generacionales y de clase social.

Descentralizado y horizontal: desde el colectivo antes que de las instituciones formales.

Es espontánea: puede convocarse ante cualquier acontecimiento de manera repentina y por las redes.

Es permanente: atraviesa el mundo cotidiano en cualquier lugar en que los derechos de la mujer estén en cuestión.



LA DIVERSIDAD COMO TEMA POLÍTICO

Una generación que le escapa a las definiciones cerradas, que cree que **toda identidad es móvil y que la posibilidad de elegir siempre debe mantenerse abierta.**

Escapan a los binarismos.

Reivindicación de una política de la diversidad.



“Hay mucha más posibilidad de ser como querés ser, de elegir tu verdad y los demás la suya, de creer en lo que querés creer”.



“Más abiertos en mi generación, dispuesta a replantearse las cosas más rápido a no tener conceptos rígidos y compartimentos estancos.”



DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA

La inequidad les duele.

Capacidad de verse en el dolor del otro.

Una generación empática y solidaria que puede ver la vulnerabilidad en el otro porque que logra percibir su propia fragilidad.

La política de la compasión

Vivir en una sociedad que acepta excluir no es una opción para la Gen Z, «o todos o ninguno».



“Es increíble lo que se ve: chicos a los que les duele la panza porque no comieron. Es un país que no va a salir nunca adelante así.”



LA UNIVERSALIDAD DE LOS DERECHOS

Consideran que las fronteras debieran debilitarse y hacerse más permeables.

La migración como derecho es objeto de debate para Gen Z.

Una visión inclusiva sobre el tema de la inmigración.

El tema los convoca: ellos mismos se perciben como potenciales migrantes, llegan a pensar en la migración hacia otras latitudes.



*“Con la migración, hablamos de generar consciencia sobre eso me gustaría que tengamos políticas de fomentar la migración como que sea una política de Estado
Aceptación como parte de nuestra cultura
la consciencia de que migrar es un derecho
Derecho de todos*

Sí, pero... antropológicamente... respetando como los orígenes culturales de las personas, como pasa en el cementerio de flores, cuando festejan el 2 de noviembre la comunidad boliviana, van a festejar ahí, llevan alcohol, la gente de Argentina... escandalizada”

EL CAMBIO ES POSIBLE

A diferencia de otras generaciones como los millennials que miraban el mundo con escepticismo, **La Gen Z considera que cambiar es posible, urgente y necesario.**



“Luchamos por lo que queremos.”



SER PARTE DEL CAMBIO ES NECESARIO

Se han acostumbrado a debatir, a manifestarse, a tomar colegios, a comunicar sus inquietudes por las redes sociales, a convocar y a ser convocados.

Ser escuchados.

Participar junto a sus pares, formar multitudes.

Ser parte del cambio.



Antes salías a la calle y no te daban bola, ahora los jóvenes hablamos de temas muy importantes y como todos quieren lo mismo se los está escuchando, se juntan todos y hacen una mini revolución, por ejemplo en la lucha por el aborto o el matrimonio igualitario.



COYUNTURA ACTUAL

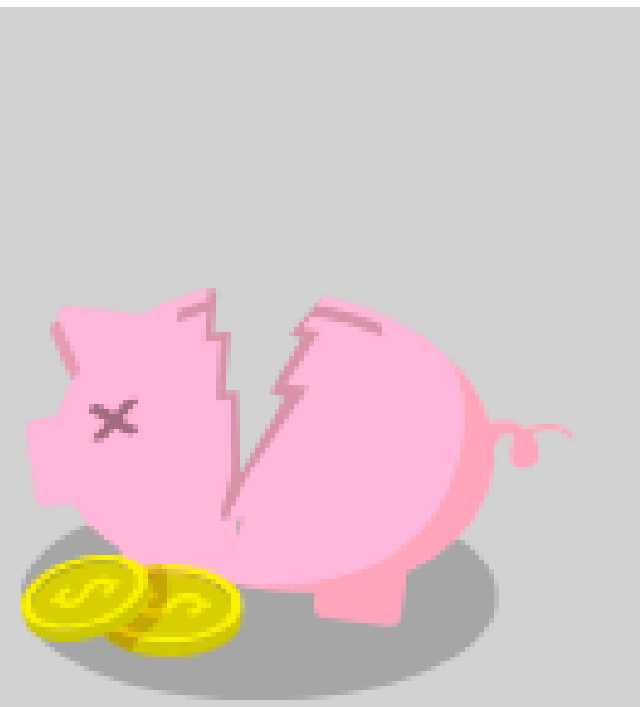
UN PANORAMA DESALENTADOR



Falta de empleo
y oportunidades.



Las fábricas y los
comercios cierran.



La inflación
deteriora la
economía familiar.



Suba del dólar, de
los servicios, del
costo de vida.



Crecimiento de la
pobreza y la
indigencia.



Retracción del
consumo.

Les cuesta representarse un futuro, se preguntan qué va a ser de ellos.
No llegan a vislumbrar caminos que les garanticen su inserción en el mundo adulto.



*Es muy difícil planificar y hay una situación de incertidumbre
muy grande y miedo por lo que va a pasar.*



OMNIPRESENCIA DE LA CRISIS

Un tema del que no se puede escapar.
Fuente constante de malestar.

La crisis se filtra en todos los ámbitos de los que participan y sobre todo en sus hogares lo que les resulta perturbador.

La preocupación de sus padres los hace sentir inseguros.

Presencia constante, sabés que en algún momento vas a tener que hablar de eso, es algo que está experimentando la mayoría, en todas las cenas escuchás a mi viejo quejándose de que alguno se quedó sin trabajo y que hay que acortar la plata.



SUS DOS MAYORES FANTASMAS

LA DIFÍCIL SITUACIÓN DEL EMPLEO EN LA ARGENTINA

La preocupación por el empleo no es sólo personal, también afecta a sus hogares o a sus entornos.

Con amigos es siempre 'che si encontrás trabajo avísame' se nota que todo está mal.

LA CAÍDA EN LA CALIDAD DE VIDA

Queda poco o nada por ajustar.

No sé qué pasó pero abrí la heladera y antes había cosas, ahora falta esto, falta lo otro.

¿CUÁL SON LOS ATRIBUTOS MÁS IMPORTANTES QUE DEBE TENER EL CANDIDATO A PRESIDENTE ESTE AÑO?

Crisis económica



A hand wearing a watch is shown in silhouette, dropping a white ballot into a dark ballot box. The scene is backlit, creating a strong glow around the hand and the box. A thick yellow horizontal line runs across the middle of the image, behind the main text.

LA GEN Z SALE A VOTAR

NO VEN UNA SALIDA ELECTORAL

**SU DESÁNIMO ANTE
LA POLÍTICA
PARTIDARIA ES
FUERTE.**

No se sienten representados.

Me da miedo creer que ningún candidato va a satisfacer los intereses que tengo.

**NO CONSIDERAN QUE
ESTE PROCESO
ELECCIONARIO PUEDA
SOLUCIONAR NADA.**

Se sienten al borde del abismo, el panorama les resulta tan desalentador que consideran que la catástrofe es inevitable.

Igual gane quién gane una cosa obvia es que se va a ir todo a la mierda.

A hand wearing a watch is shown holding a document over a ballot box. The scene is set against a bright, overexposed background, creating a high-contrast silhouette effect. The ballot box is black and has a slot on top. The document is white and is being held in a way that suggests it is about to be placed into the box.

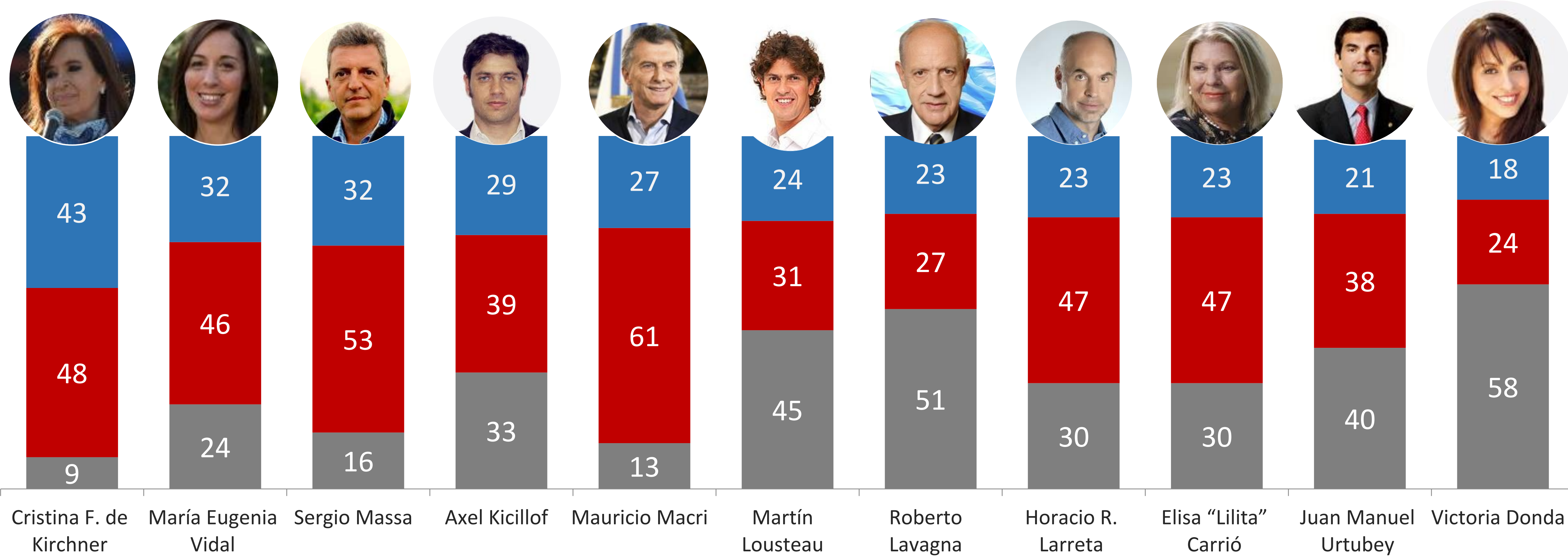
IMAGEN DE LOS **PRINCIPALES DIRIGENTES POLÍTICOS**

- **SE MIDIÓ EN MARZO 2019**
- **SE MUESTRAN LOS HALLAZGOS MÁS RELEVANTES**

IMAGEN DE LOS PRINCIPALES DIRIGENTES POLÍTICOS

JÓVENES 18-24

■ Bastante/Muy buena
■ Bastante/Muy mala
■ NS/No conoce



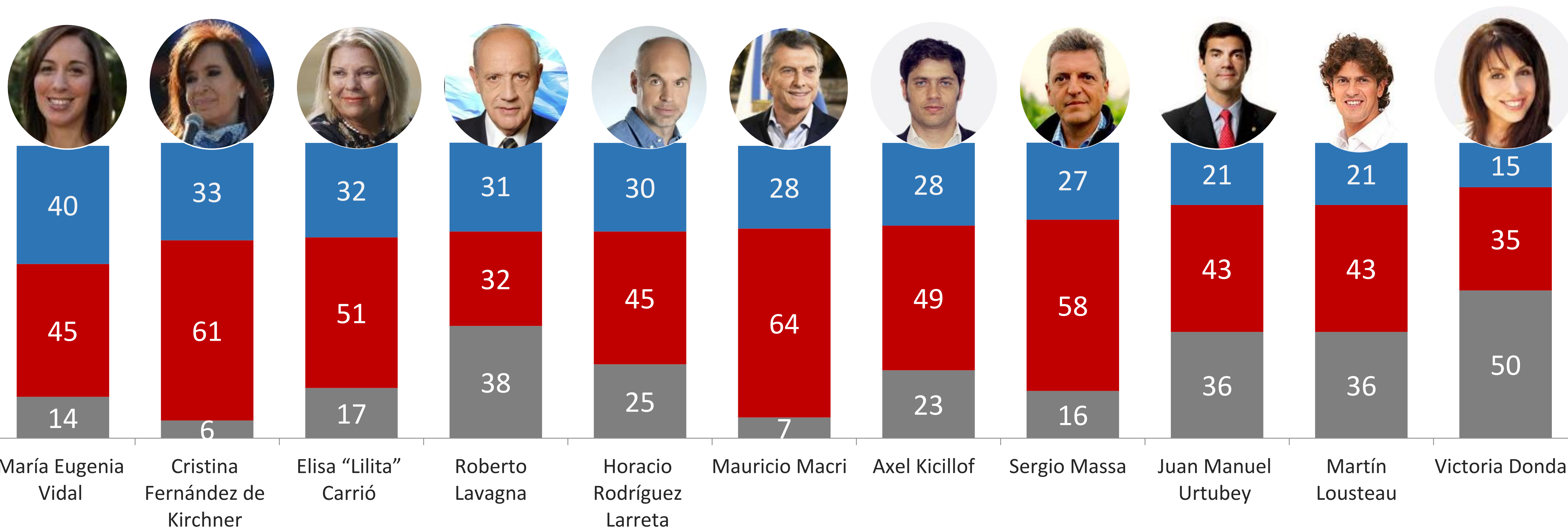
La Gen Z no tiene imagen positiva de ningún dirigente político. El desconocimiento predomina en muchos casos

Fuente: FastBus Ipsos Argentina, marzo 2019 base: entrevistados entre 18 y 24 años de edad

IMAGEN DE LOS PRINCIPALES DIRIGENTES POLÍTICOS

TOTAL POBLACIÓN

■ Bastante/Muy buena
■ Bastante/Muy mala
■ NS/No conoce



Los dirigentes también tiene una imagen más negativa que positiva a nivel Total Población

UN CLIMA ELECTORAL QUE LOS PERTURBA

La polarización electoral, un enfrentamiento directo que llega hasta los límites de lo personal les resulta difícil de asimilar.

Quisieran vivir en una Argentina diferente en que **las posiciones pudieran conciliarse, que pudiera definir el rumbo por el bien común.**

Hay mucho fanatismo, es Boca – River y los otros Newell's nadie los conoce.



FALTA DE ALTERNATIVAS

La opción dominante es elegir al menos malo, al que menos rechazo les causa.

Una elección que definen por la negativa antes que por la positiva.



*Siempre se termina votando
por el menos peor*



RECETARIO

LA POLITICA IDEAL

SIEMPRE ES UNA MUJER...



Más allá de los mandatos patriarcales

Identificación de la Gen Z con la reivindicación
feminista como modelo de lucha.
Un espacio de conquista.



Una adulta joven (35 / 45 años)

Alguien con suficiente edad como para tener
experiencia, pero no tanta como para estar anquilosada
y apegada a los viejos esquemas.
Demandan alguien que pueda **romper con la brecha
generacional**, que pueda escuchar sus reclamos.

VOCACIÓN SOCIAL / EMPATÍA / SOLIDARIDAD



Formación con visión social

Trabajadora social. Abogada en cuestiones sociales.

Ciencias de la Educación con Doctorado en educación pública. Socióloga.



Alguien que “se haya hecho desde abajo”

Creció a partir del propio esfuerzo.

“No se la contaron”, sabe lo que es jugarla, conoce el valor del trabajo y el sacrificio.

Fuera del mundo del privilegio.

ORIGEN Y FAMILIA



Proviene del Interior

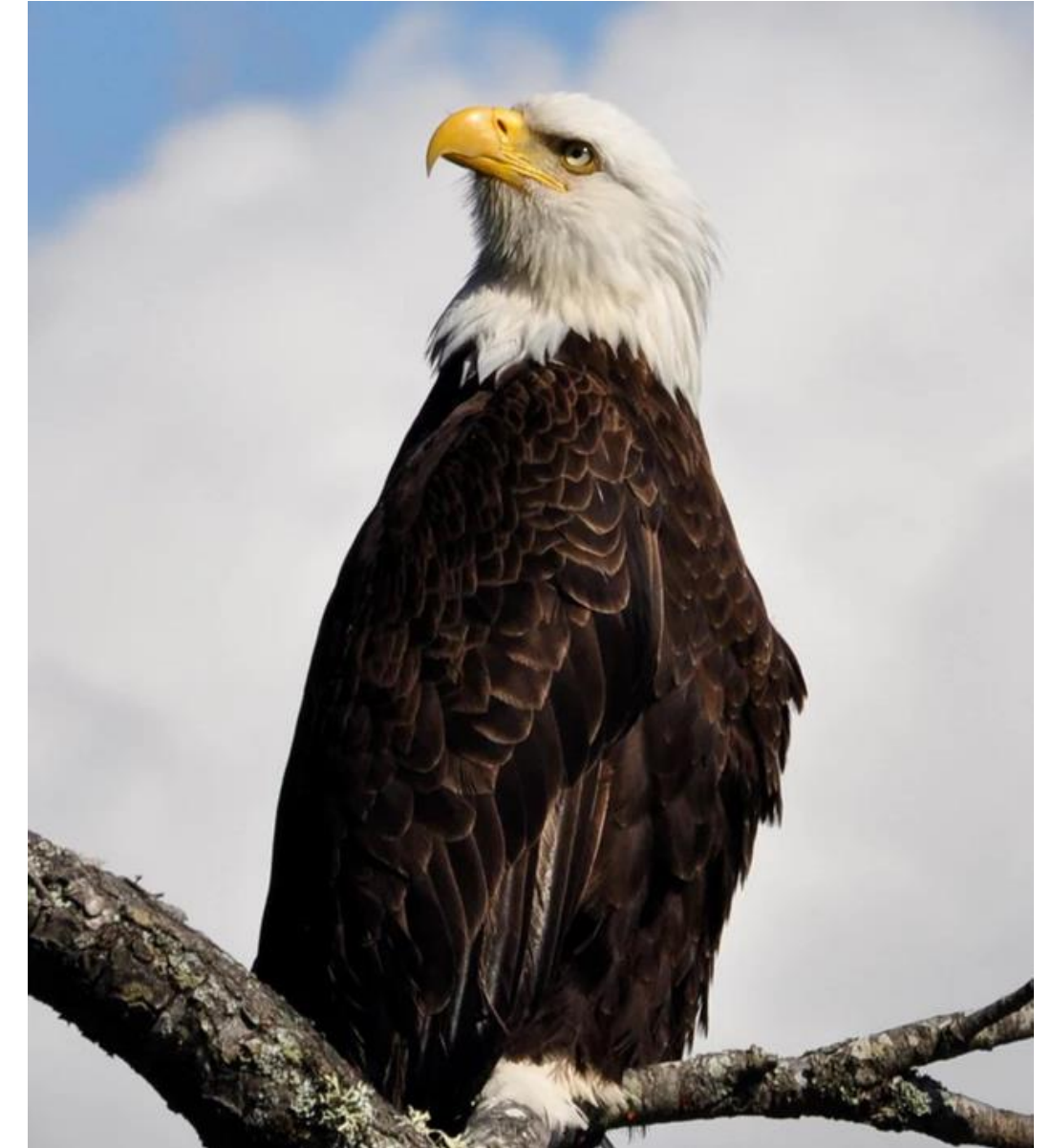
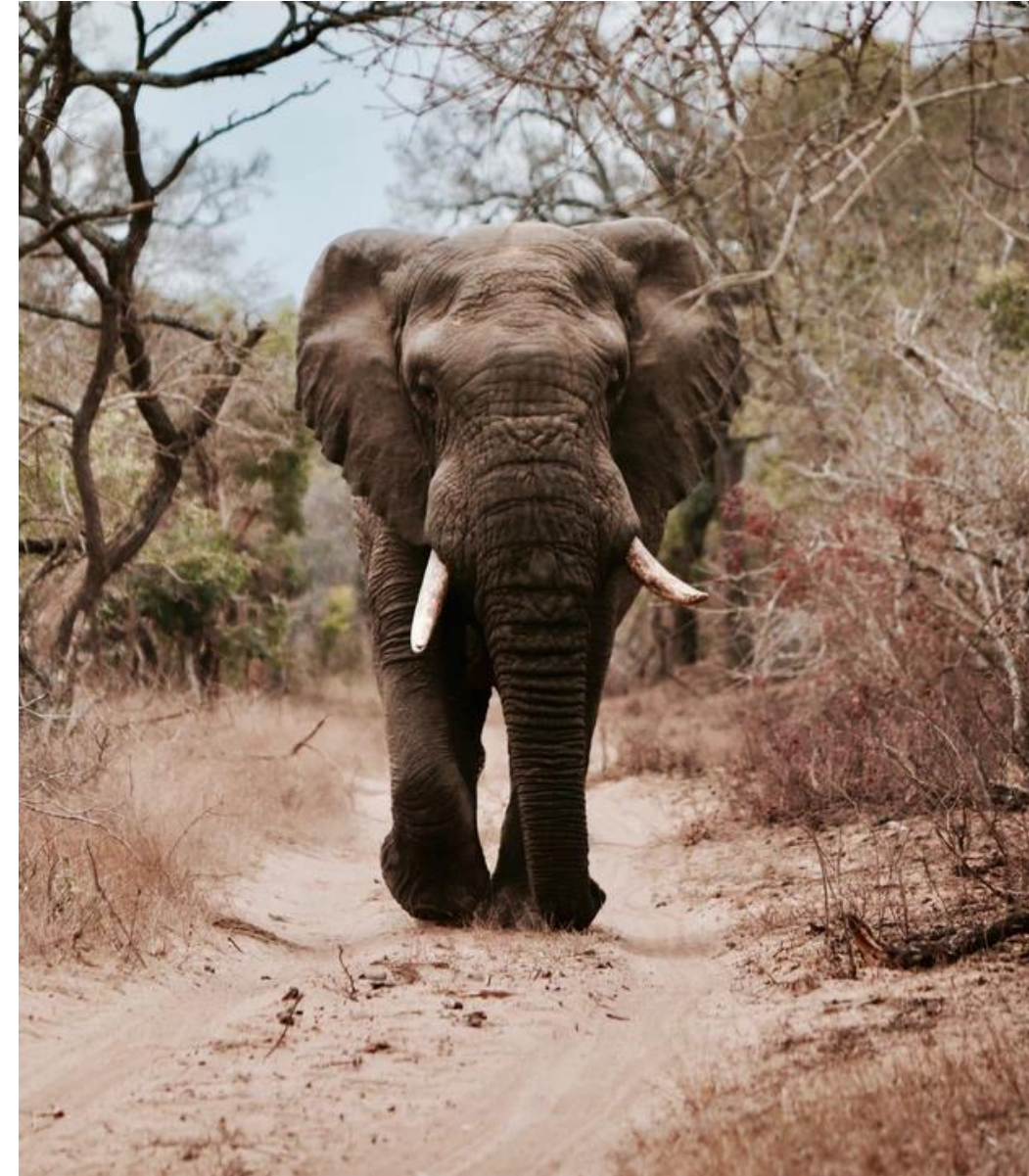
Exponente de la diversidad, **la necesidad de incluir a todos**. El país no termina en la General Paz. El Interior como expresión de la sencillez, de la humildad, contrapuesto a la soberbia avasallante del porteño.



El modelo de familia no es relevante

Defienden el derecho a la intimidad. Para ellos es importante el respeto de las decisiones ajenas, su familia es parte de su vida privada. Con hijos, sin hijos, heterosexual, homosexual, transgénero eso no es importante, lo que importa es su capacidad para ejercer la función.

SU ANIMAL PROYECTADO



La ballena y el elefante.

Los dos mamíferos más grandes en el mar y en la tierra. Animales pacíficos, arquetipos de la benevolencia. Imagen de poderío, de majestuosidad. **Avanzan lenta pero inexorablemente, nada los detiene.** No son predadores, pero a su vez ningún animal osa meterse con ellos. La ballena en particular es un ícono medio ambientalista.

El búho y el águila.

La capacidad de elevarse. Volar como **signo de libertad.** El búho como símbolo de la sabiduría, del conocimiento. Ambos pueden ver lo que pasa desde ángulos privilegiados, el águila desde las alturas, el búho en 360°

COLOR Y PERSONALIDAD



Su color es el verde.

Una elección que resulta evidente, el verde es un símbolo de la lucha feminista, una bandera que convoca con fuerza a la Gen Z.



Su personalidad.

Decidida · Idealista
Carismática · Empática · Solidaria
Lúcida · Imponente
No se deja amedrentar

¿QUÉ TEMAS TIENE EN AGENDA?

FEMINISMO.

ABORTO LEGAL Y GRATUITO.

TRABAJO PARA TODOS, EN PARTICULAR LOS JÓVENES.

REDISTRIBUCIÓN JUSTA DEL INGRESO.

DESARROLLO DE LA INDUSTRIA NACIONAL.

EDUCACIÓN DE CALIDAD Y GRATUITA.

RESPECTO DE LA DIVERSIDAD.

PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE.

POLÍTICAS INCLUSIVAS: GÉNERO, CAPACIDADES ESPECIALES, INMIGRATORIAS.

SEGURIDAD.

RESPECTO DE LIBERTADES INDIVIDUALES, SIN REPRESIÓN.

DESARROLLO CIENTÍFICO.

¿CÓMO SE INFORMARÁN ACERCA DE LA CAMPAÑA?



Mayores de 24 Jóvenes 18-24

¿A QUIÉN PODRÍA PARECERSE?



Bernie Sanders



Alexia Ocasio Cortez



Emma Watson



Ofelia Fernández

**INTACHABLES / IDEALISMO / CONVICCIONES / FIRMEZA / CLARIDAD / RENOVACIÓN /
COHERENCIA / CONTRA LA CORRIENTE / FEMINISMO / MEDIO AMBIENTE / DERECHOS
CIVILES / MEJOR DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO / SEGURIDAD SOCIAL.**

EL PAÍS

Alexandria Ocasio-Cortez

Congresista demócrata



¿QUIÉN SE **ANIMA**?

¿CÓMO **CONVOCARLOS E INTERPELARLOS**?

¿QUÉ **CREDENCIALES** TENEMOS PARA PODER HABLARLES?

¿CÓMO **POTENCIAR LAS OPORTUNIDADES** PARA ESTE SEGMENTO?



**¡MUCHAS
GRACIAS!**

