

Espido Freire

Mileuristas

Retrato de la generación de los mil euros



Una carta al director de *El País* de Carolina Alguacil atraía la atención hacia los jóvenes treintañeros que hasta entonces habían permanecido silenciosos y desapercibidos: una generación entera que sobrevivía con mil euros de salario, si es que llegaba, conformista pero desesperada, educada pero sin expectativas, consumista pero pobre, desgajada pero con señas de identidad común. Los mileuristas forman un grupo social cada vez más numeroso, pero aún incomprensible.

Espido Freire aborda en este ensayo el estudio de su propia generación, de los mitos creados y los reales; analiza el cuerpo, el alma y la mente de los jóvenes a los que se había prometido todo, y que han obtenido a cambio mil euros.

TROYANOS

*Son nuestros esfuerzos los de los infortunados,
son nuestros esfuerzos como los de los
troyanos.*

*A poco que triunfemos, a poco que orgullosos
nos sintamos, comenzamos ya
a albergar coraje y buenas esperanzas.*

*Pero siempre ocurre algo y nos detiene.
Aquiles surge en la trinchera ante nosotros
y con grandes voces nos espanta.*

*Son nuestros esfuerzos como los de los
troyanos.*

*Pensamos que con audacia y decisión
mudaremos la hostilidad de nuestra suerte
y nos arrojamos fuera a pelear.*

*Mas cuando llega el momento decisivo,
nuestra audacia y decisión se desvanecen;
se turba nuestra alma y se paraliza;
y corremos alrededor de los muros
buscando salvarnos en la huida.*

*Nuestra derrota es, sin embargo, segura. Arriba,
en las murallas, el lamento ya ha comenzado.*

*Lloran por los recuerdos y las pasiones de
nuestros días.*

*Con amargura lloran por nosotros Príamo y
Hécuba.*

KONSTANTINOS P. KAVAFIS (1905)

PRÓLOGO

El mundo no pertenece a los jóvenes. De hecho, pese a los tópicos repetidos una y otra vez, tardarán mucho tiempo aún en poseerlo. El poder, la visibilidad social, pertenecen ahora a quienes alguna vez fueron jóvenes: a la llamada generación del 68. Por mucho que se asegure que este país se encuentra en constante evolución, sumido en un cambio vertiginoso, continúa siendo esa generación quien experimenta los cambios.

Mientras tanto, los jóvenes aguardan. Llevan tanto tiempo esperando que la juventud, año tras año, queda atrás. Marc Gobé definió a la generación X en Estados Unidos como un grupo discreto, poco numeroso, entre dos generaciones aplastantes. Aunque su análisis se limitaba a las expectativas de marketing, la situación en España no es muy diferente.

Los jóvenes entre veinticinco y cuarenta años son discretos, es cierto, incluso oscuros. Tanto que han sido tachados de apáticos, indiferentes, pasivos. Ha sido una acusación lanzada al aire, sin que se haya esgrimido una defensa por su parte. Se comportan como niños que conspiran en el cuarto de juegos, y que callan y se muestran hoscos cuando los mayores entran y preguntan. Es su

mundo, han creado normas propias, y entre ellas se cuenta la del silencio cómplice.

Abordé este estudio con entusiasmo y prevención: una mezcla mileurista, por otra parte. La prevención se debía a la incertidumbre que me causaba el análisis de una generación dinámica y en plena evolución, sin datos fiables que interpretaran las estadísticas que los estudios oficiales proporcionaban. Eso me obligaba a recurrir no sólo a una revisión histórica parcial, y posiblemente sesgada, sino también a experiencias personales, entrevistas, publicaciones independientes y a los medios cibernéticos. Existía el riesgo de generalizar lo personal, y de personalizar lo general, tan propio de los mileuristas. Aún así, preferí un análisis subjetivo, instantáneo, que reflejara la realidad que mis familiares, mis amigos, mis lectores, alumnos o corresponsales me confirmaban.

El entusiasmo se debía a mi afán por dignificar una generación vapuleada y malentendida, a la que pertenezco y con la que me identifico. Como mileurista de transición, tuve la suerte de abandonar esa categoría relativamente pronto; sin embargo, si algo me ha caracterizado en mi trabajo, en mi dimensión social, ha sido mi edad: la carga de la juventud, y el paternalismo con el que se trata, puede resultar insoportable. En mi caso, pesó más mi edad que mi sexo. Mentiría si dijera que me he sentido discriminada; pero desde luego, sí juzgada. Deseaba descubrir por qué se daba ese fenómeno, aplicable a muchos otros mileuristas que no lo son, y qué se escondía bajo la apacible convivencia de generaciones. Si en verdad los adultos pensaban de nosotros que éramos vagos, materialistas, acomodaticios, gastadores, cómodos, carentes de ideales, algo iba mal. Si existía un malestar tan grande, una desconfianza mutua, algo de los que nos contaban debía de ser mentira.

Este volumen muestra parte de mis conclusiones: las que se refieren a la educación, la economía, y la vivienda

(la mente) y las que se ocupan del ocio, la religión, las creencias y los miedos (el alma). En un segundo volumen se tratarán las cuestiones relacionadas con el corazón y el cuerpo.

Desearía expresar mi agradecimiento a quienes me han ayudado en esta tarea (Almudena, Ciro, Darío, David, Ernst, Eva M., Eva Tula, Gema, Juan, Juanjo, Merche, Pilar, Susana, Txani, Valentina, Valy...), y muy especialmente a Alicia y a mi hermana Mila, que me resultaron imprescindibles hacia el final de la misma. Gracias también a Consuelo Olaya, mi editora, y a Ángeles Martín, mi agente, como siempre, por su apoyo y su cariño.

Madrid, agosto 2006

0. ¿QUÉ ES UN MILEURISTA?

Carolina Alguacil: yo soy mileurista

El 21 de agosto de 2005 el diario *El País* publicaba una carta de una joven publicista catalana de 27 años, Carolina Alguacil: *Soy mileurista*. Pocas veces hemos asistido de una manera tan clara y tajante al nacimiento de un término que definiera y describiera con tanto éxito una generación. La carta de Carolina nacía de la cólera y la vergüenza que había sentido al comparar sus circunstancias con las de sus amigos europeos; inventó el neologismo y se esmeró en definir quién podía considerarse un mileurista.

Carolina indicaba que el mileurista era *aquel joven, de 25 a 34 años, licenciado, bien preparado, que habla idiomas, tiene posgrados, másteres y cursillos*. Su experiencia laboral, que al menos se extendía durante tres o cuatro años, se nutría de trabajos no remunerados, contratos temporales y la imposibilidad de cotizar a la Seguridad Social. Su sueldo, sin pagas extras, no superaba los mil euros mensuales.

El mileurista no poseía una casa propia, sino compartida. Carecía de coche, hijos o ahorros. Era urbanita y destinaba más del tercio de su sueldo al alquiler de su vivienda. Viajaba, conocía, comparaba y analizaba con impoten-

cia esa vida de estudiante perpetuo. *A veces es divertido, pero ya cansa* era una frase que golpeaba como un alda-bonazo. Ya cansa. Ya no es divertido. Para una generación experta en divertirse, el juego había terminado.

La repercusión de la carta fue inmediata y su efecto, amplísimo. Muy pronto, esa generación aún sin parámetros propios captaba unas pautas de identidad, o se destacaba de ellas, y el término mileurista dejó de definir una situación económica para aplicarse a un marco generacional, y, sobre todo, a un modo de enfrentarse a la vida: tras la omnipresente generación del 68, y la muy chillona de los 80, surgían varios millones de jóvenes amparados bajo una etiqueta nueva y, por oposición a los anteriores, muy dispuestos a rechazar, cuestionar y dejar atrás esa etiqueta.

¿Qué es un mileurista?

La definición de Carolina Alguacil, aunque muy precisa, puede admitir, a mi juicio, y sin el menor ánimo de desautorizarla, algunas matizaciones. Demos por hecho que el mileurista es una persona nacida entre 1965 y 1980, si se desea hablar de lustros naturales, o entre 1968 y 1982, si se prefieren las fechas relevantes (mayo del 68 explica la primera, el Mundial de fútbol del 82, la segunda: una referencia pintoresca, creo yo, pero efectiva).

Demos por hecho que su sueldo ronda los mil euros mensuales, o no llega a ellos. Ha recibido una formación universitaria, o al menos ha gozado de la posibilidad de tenerla, está familiarizado con el ocio y la tecnología propia de su tiempo, afronta una serie de retos determinados por su edad, sus circunstancias económicas y su situación laboral. Ha nacido en una ciudad, o se ha mudado a ella. Presenta una ideología vital que les diferencia claramente de los grupos nacidos quince años antes, o quince años después. Y convive con compañeros de su misma edad

que no comparten en absoluto estas características. Los rasgos del mileurista no definen a toda la juventud española, pero sí ayudan a entender y a definir ésta. Es posible encajar en el rango de edad mileurista y no serlo, aunque se reconozcan algunos rasgos: pero no tomaremos en consideración a personas nacidas en otros años, aunque encajen en las características económicas.

¿Qué es un joven?

Las dificultades que surgen cuando se intenta analizar el fenómeno de los mileuristas se multiplican con cada nuevo paso. Una de ellas, no la menor, consiste en que hablamos de una población joven y cambiante, a la que se somete a un estudio sincrónico: como si abriéramos un tajo en la sociedad con un cuchillo e intentáramos descifrar qué mensaje se oculta en su interior y lo que encontraríamos fuera mantequilla caliente que permite una cuchillada fácil, pero que se derrite, fluye y cambia.

El Injuve, el Instituto de la Juventud que depende del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, habla de una franja de edad entre los 16 años (adolescentes) y los 35 (claramente adultos). El último Informe Juventud en España data del año 2004, aunque cada año el Injuve procura actualizarlo con una serie de sondeos anuales, que comenzaron en el año 2001; esos informes se ocupan tanto del análisis de los jóvenes sobre su realidad (la llamada *percepción generacional*) como de sus preocupaciones y se centran en las opiniones de 5000 personas de ambos sexos entre los 15 y los 29 años.

El censo del año 2001 indicaba que los jóvenes entre esas edades suponen el 22,4% de la población española: 9 149 511 personas, de las cuales 3 500 248 tienen entre 25 y 29 años. Producto del *Baby Boom*, esos jóvenes, nacidos en los años 70, forman parte de los incluidos en este ensayo. Uno de cada veinte es extranjero o inmigrante.

Las conclusiones del Informe Juventud 2004 eran contundentes: un 75% de ellos no habían conseguido la independencia económica de su familia, y muchos consideraban esa independencia como transitoria, y lo que era aún peor, reversible, ya que en caso de pérdidas económicas o de separaciones afectivas, la mayoría necesitaban de sus padres, con los que por lo general vivían, de todas maneras. El regreso al hogar paterno, sobre todo en el caso de los hijos varones, podía producirse en cualquier momento. Como consecuencia, la familia se había transformado en un espacio compartido y negociado: se pactaban los límites y se intentaba respetar la independencia de padres e hijos.

Menos de la mitad (un 48%) había conseguido un contrato estable. La tasa de paro juvenil doblaba la cifra del adulto, y alcanzaba su cota más alta entre las mujeres. Los varones ganaban de media unos 784,7 € mensuales. Las mujeres, un vergonzoso 27% menos, 573 €.

Sin embargo, por desalentadoras que resultaran esas cifras, mejoraban las dadas en el anterior Informe 2000; cuatro años antes, sólo un quinto de los jóvenes había conseguido la autonomía económica. Por otro lado, dadas las circunstancias familiares y de formación españolas, tanto la emancipación como la independencia económica sólo pueden plantearse a partir de los 20 años, en la inmensa mayoría de los casos, y por lo tanto, los sueldos y las becas de los adolescentes o de los estudiantes con empleos a media jornada sesgaban estos datos. Aún así, se establecía que casi la mitad de los jóvenes de 25-29 años no tenían ingresos suficientes para cubrir todos sus gastos. Ello nos lleva a plantearnos cuáles eran esos gastos y a cuánto ascendían. El sueño consumista de la franja de edad más joven se reducía a comprarse una moto y viajar. Entre los mayores, una casa propia y viajar, también. Pocos de ellos habían cumplido esos objetivos. Mientras los conseguían, salían de copas (el 60% de ellos confesaba con-

sumir alcohol de manera habitual), se encontraban con amigos, iban al cine, dedicaban unas nueve horas semanales a Internet, y nueve de cada diez poseía un teléfono móvil al que intentaba sacar el máximo provecho. Se consideraba que gozaban de entre 25 a 40 horas semanales libres (las mujeres, dos menos, de promedio). Leían unos cuatro libros al año.

El estudio ofrecía cifras que permitían creer en su optimismo y su grado relativamente alto de satisfacción: aunque con una tibieza sorprendente hacia las preocupaciones vitales (se confesaban prácticos y con intereses inmediatos), daban gran importancia a sus relaciones personales, se sentían más vinculados con su pueblo y su ciudad que con un nacionalismo autonómico, y entablaban relaciones sexuales a partir de los 17 años (los varones) o de los 18 (las mujeres).

Limitados pero contentos, podría ser la conclusión más palmaria del estudio. Y sin embargo, cuando los resultados fueron publicados, cada uno de los foros que recogieron los datos, cada una de las conversaciones que comentaban los porcentajes ardían con información contradictoria, y con exclamaciones indignadas. Los jóvenes consideraban esos datos optimistas, y falseados: ni el tiempo de ocio, ni los salarios, ni el grado de satisfacción se daba por válido. Se quejaban de haber sido estereotipados, de enfrentarse a una nueva imposición generalizadora. Por un lado, unos lamentaban la injusticia de esa realidad, la poca ayuda recibida por los adultos y la situación económica. Por otro, muchos de ellos, con una visión más conservadora, venían a decir que si esa situación continuaba se debía a la actitud acomodaticia, egoísta y complaciente de sus compañeros de generación.

La opinión general de los primeros se resumía en que tras varios años de estudio de una carrera, era injusto que se obtuviera a cambio un sueldo por debajo de los 600 €, con contrato temporal. Se negaban a trabajar jornadas ex-

tenuantes, y días festivos, que veían como un retroceso de los derechos laborales, y como una pérdida de oportunidades de ocio y de conseguir relaciones sexuales. Preferían trabajar para vivir y no vivir para trabajar.

La de los segundos podía plasmarse en: los jóvenes quieren independizarse, pero sólo con trabajos bien considerados y remunerados. Rechazan trabajos porque los horarios no son acordes con su estilo de vida, o no son valorados socialmente, aunque reciban un buen sueldo y les permitan libertad económica. En resumen, saben lo que quieren, pero no hacen lo suficiente por conseguirlo y responsabilizan a otros del problema.

Por esas mismas fechas, la Federación de Usuarios-Consumidores Independientes (FUCI) hacía público un informe según el cual los jóvenes españoles de once regiones españolas necesitaban dedicar una media de 11 años de salario íntegro para financiar la compra de una vivienda. En el caso de Madrid, aumentaba a 18 años de salario íntegro. Euro a euro. Eso obligaba a contratar hipotecas a 40 años, que comprometieran el 60% de su salario mensual. (88% en el caso de Madrid; incluso aunque se contemplaba que el sueldo madrileño es un 10% superior a la media. Claro, que eso suponía entre 60 y 70 € más, lo que movía un poco a risa. Si se trataba de una pareja, el porcentaje descendía al 56% del salario).

Ésas eran las cifras que se barajaban oficialmente. Y sin embargo, las cifras no hablaban con la suficiente claridad, ni analizaban excepciones; si bien se detenían en el corte, no analizaban los dibujos caprichosos de la mantequilla.

Ninguno de los estudios interpretaba tampoco qué ocurría en especial con ese sector de la juventud menos adolescente, que servía de bisagra entre los coletazos de la pubertad y la primera madurez que había atraído tanto la atención durante los últimos años: los mileuristas.

Mismos perros, distintos collares

Las generaciones precedentes (la del 68, la de los 80) habían recibido distintos nombres: los *sesentayochistas* fueron *hippies*, *progres*, *Baby Boomers*. Los ochenteros se definían como *modernos*; cada tribu urbana les legó un nombre. Sin embargo, eran conocidos por la denominación del periodo en el que gozaron de mayor influencia.

Estas etiquetas resultaban ambiguas en cuanto a la pertenencia de edad de sus miembros, porque tomaban como referencia un momento histórico determinado, y los años anteriores y posteriores, e incluían a quienes habían vivido como adultos jóvenes o como niños ese proceso.

Los mileuristas, en cambio, no aluden a un hito temporal. Hasta que se inventó el término, se hablaba de la «otra» generación de los 80, la que había nacido durante esos años: o de la generación X, o de los JASP. También se habló de los GP (*Guapos y pobres*) o de la Generación del Milenio. Ninguna de esas etiquetas funcionó de verdad, posiblemente porque ninguna reflejaba una realidad compleja y duradera. «Mileurista», en cambio, triunfó porque superponía al concepto de edad una definición económica, inmediata, comprobable.

El término Generación X contaba con una ventaja: había nacido en EE.UU., y por lo tanto, se había propagado a nivel internacional con rapidez, apoyado en el libro *Generación X* (1991), del canadiense Douglas Coupland (1991) y en la película *Reality Bites* (Ben Stiller, 1994) que en algunos países se había titulado *Generación X*. Sin embargo, sus límites eran confusos; se suponía que eran los hijos de los *Baby Boomers* de los 60. Habrían nacido, por lo tanto, entre 1970 y 1980. Otros daban como referencia el suicidio del cantante Kurt Cobain (8 de abril de 1994) como fecha clave.

La mayoría de las características que marcaban a sus componentes eran culturales; se la definía como una generación de tránsito, que había experimentado el avance de la tecnología con naturalidad, y que combinaba la rea-

lidad convencional con la virtual, y el conocimiento tradicional con el técnico sin dificultades. Escuchaban *Indie Rock* y Grunge. Nada era tan importante como la música, salvo tal vez el ordenador.

Daban por hecho la globalización; habían crecido con miedo al cáncer, que se ocultaba en el sol y los alimentos, al agujero de ozono y al sida, que acechaba en agujas en la playa, en transfusiones médicas o en una noche de sexo. Entendían el márketing, la publicidad y el consumismo. Frente a la generación anterior, capitalista, antiguos soñadores, obsesionados con el poder y con la juventud, los X se mostraban discretos y tecnológicos, ecologistas y alternativos, universitarios y desesperados. Como Cobain, habían probado todo y habían renunciado a todo. Los miembros más jóvenes de la generación, los Y, mostraban una tendencia mayor a la violencia, a la música como experiencia común (les encantaban los macroconciertos y los festivales) y eran notablemente más hedonistas.

Se la llamó la generación apática, la que se encogía de hombros ante todo. Habían superado la idea tradicional de familia, la de solidaridad generacional: crecieron en la prosperidad de los 80, pero con la certeza de que no disfrutarían de ella. No se podía competir con los *sesentayochistas* (nadie podía) y se sentían notablemente inferiores a ellos. La generación anterior, invasiva, acaparadora, les hizo adoptar, por rechazo, una serie de certezas recién descubiertas: la felicidad radicaba en el sentimiento de seguridad, en el ocio, en el tiempo libre, en la salud. Preferían el trabajo agradable al dinero a toda costa y por ello inventaron el *downshifting* (el cambio de carrera exitosa y bien remunerada por otra más satisfactoria y menos estresante).

El principal inconveniente de esta definición es que, al basarse en parámetros culturales, no tenía en cuenta la importancia de la situación económica de sus miembros. También resultaba confusa la distinción entre Generación

X y Generación Y; los Y no podrían ser acusados de apáticos; eran más bien combativos. Los más jóvenes ya no eran hijos de los *Baby Boomers*, sino nietos, y por lo tanto, no se sentían obligados a contradecirlos. Como sus abuelos, cuestionaban todo, rebosaban seguridad en sí mismos, y no creían en los ideales que, hasta cierto punto, defendían los X: ni el ecologismo ni el *downshifting*. Para los Y el dinero recobraba su importancia, pero curiosamente, no asociado al trabajo. El X quería trabajar menos y mejor. El Y no quería trabajar. El único modo de enfrentarse a ellos pasaba por la negociación; no habían aprendido según los cánones tradicionales, que privilegiaban la lógica y el hemisferio izquierdo del cerebro; ellos, a través de la tecnología, habían favorecido el derecho, y eso explicaba parte del inmenso fracaso escolar contemporáneo.

JASP era un término más acertado, porque incluía la noción de frustración producida por los estudios no reconocidos y las pobres condiciones de trabajo. JASP correspondía a las siglas de un slogan: si mileuristas fue acuñado por una experta en publicidad, JASP procedía de un anuncio de coches. En él, un muchacho guapo, esbelto y con una apariencia desaliñada se enfrentaba al monólogo de un jefe *Baby Boomers*. Había pedido un aumento de sueldo y el directivo lo acusaba de no saber sacrificarse, de ser ambicioso, de pasar horas en un tugurio. *Como dijo Kant, hay cosas que para saberlas bien, no basta con haberlas aprendido*, remataba. El chico se defendía: había trabajado para la empresa durante años, sin horario. Hablaba varios idiomas, había estudiado diversas carreras, tocaba el saxo en un club. Cuando se marchaba, decepcionado, añadía: *A propósito, la cita es muy buena, pero no es de Kant. Es de Séneca*. A continuación, mientras tomaba su coche, aparecían unas siglas: JASP: *Joven, Aunque Sobradamente Preparado*.

El éxito del anuncio resultó abrumador: la publicidad había encontrado un nicho de insatisfacción generacional,