

¿QUÉ INSPIRA Y A QUÉ ASPIRAN LAS Y LOS JÓVENES? UNA CARACTERIZACIÓN DE LA GENERACIÓN ZOMBIE

Quiroz Gaytán, Laura (1), Cervera Delgado, Cirila (2)

1 [Escuela de Nivel Medio Superior Centro Histórico] | Dirección de correo electrónico: [laura.quiga4@gmail.com]

2 [Departamento de Educación, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Campus Guanajuato, Universidad de Guanajuato] | Dirección de correo electrónico: [ciryservera@yahoo.com.mx]

Resumen

Con la llegada de la tecnología no solamente llegaron cambios en los aparatos que usamos día con día, sino también en el estilo de vida, necesidades y aspiraciones de la sociedad. Las y los jóvenes de ahora tienen una mentalidad diferente, no buscan lo que sus padres buscaban a su edad; ni son como ellos, ni siguen los modelos que la sociedad les propone. Nos referimos, específicamente, a los jóvenes que conforman la generación zombie, indagando qué les inspira y a qué aspira; qué buscan y qué les impulsa. ¿Es verdad que son como zombies, que no tienen ataduras a la tierra, por vivir en "la nube"? ¿Cómo se les ha caracterizado y qué dicen ellos mismos que son? Buscamos responder estas preguntas. Podemos adelantar que la sociedad piensa que esta generación está perdida, pero no es así: los jóvenes de ahora buscan mucho más.

Abstract

With the arrival of the technology not only changes came in the devices that we use day with day, but also in the way of life, needs and aspirations of the society. The young persons of now have a different mentality, do not look for what his parents were looking to their age; they neither are like they, nor follow the models that the company proposes them. We refer, specifically, to the generation zombie, investigating what they inspires and to what he aspires; for what they look and what it they stimulates. Is it true that are like zombies, that do not have ties to the land, for living in " the cloud "? How they have been characterized and what say they themselves that are? We seek to answer these questions. We can advance that the society thinks that this generation is lost, but it is not like that: the young persons of now search much more.

Palabras clave

Adolescentes; Sociedad; Futuro, Generación Millenians, Generación X.

INTRODUCCIÓN

Generación Y

Esta generación, que empieza a ser conocida como la de los Millennials, ha crecido plenamente inmersa en la era digital. [1] Una persona es considerada Millennial si nació entre 1979 y 1995.

Caracterización

Como ya se mencionó, esta generación es totalmente tecnológica, no la define, pero la habita; es decir, vive en ella, los jóvenes se han acostumbrado a su uso diario, y les ayuda a sus tareas diarias, a mejorar la comunicación entre otras cosas. Afirman que la tecnología no los hace ser lo que son, pero les permite ser quienes son.

Un millennial es una persona muy afectiva, crea grandes lazos con otras personas, en especial con su familia y amigos; la comunicación y confianza en la base de estas relaciones. Ve a sus familiares y amigos como ejemplos a seguir, dejando de lado a celebridades y empresarios como alguien a quien imitar. [2]

Gracias a la gran accesibilidad que les dio el internet, las y los jóvenes millenians son más globalizados, quieren conocer nuevas culturas y aprender de ellas, pero sin dejar el amor por su país de origen. Tienden a aceptar las diferencias de cada persona e intentan comprender cada una de ellas. [3]

Generación X

Esta generación nació entre los años 1995 y 2000, son nativos digitales y están hiperconectados, se diferencian así de la muy mencionada generación millenials. Para esta generación, su vida física y virtual no son independientes. [4]

Caracterización

Se trata de la primera generación que ha incorporado internet en las fases más tempranas de su aprendizaje y socialización, y también aquella a la que la crisis –económica y política- ha marcado más directamente su personalidad, porque la han padecido sus familias crudamente. El ámbito digital está ligado a todas sus relaciones intrapersonales, necesitan las redes sociales para compartir sus pensamientos, además creen que toda persona merece ser escuchada, y más que tener voz, también tener voto.

Una persona perteneciente a la generación z es un nativo tecnológico. Esta era digital no solo está caracterizada por el uso masivo de internet, redes sociales, smartphones y computadoras portátiles, sino que al hablar de tecnología el término es mucho más amplio. [4] Los jóvenes dedican la mayoría de su tiempo al uso del internet y las redes sociales, ya sea por necesidad o por simple gusto.

Para la generación X, hablar de sí mismos es un tabú, no son capaces de ser críticos hacia su persona, pero sí lo son con otras personas.

La sociedad actual

“Las cosas fluyen demasiado de prisa como para que propicien esperanza alguna de darles alcance.” (Baumann, 2012). Baumann define a la sociedad como una sociedad líquida, debido a la gran rapidez con la que fluye, justo como el estado de la materia. [5]

La sociedad de ahora no se detiene a observar lo que está pasando alrededor, simplemente sigue actuando. No hay botón de pausa, porque si te detienes por un momento, la corriente te lleva con ella.

Todos buscamos tierra firme debajo de los pies, algo estable, la lucha por ese pedazo de tierra que nos mantiene parados es interminable.

La sociedad solo juzga y ya, quiere todo en la palma de la mano, en bandeja de plata y sin esfuerzo alguno, espera que el gobierno solucione sus problemas en lugar de buscar la solución por ellos mismos.

Caracterización de la generación zombie

Generación totalmente sumergida en la era digital, que se preocupa más por un *like* o comentario que por salir con su familia de paseo. Los niños ya no salen a jugar como lo hacían antes, prefieren quedarse en casa jugando con la consola o la computadora, y nos resulta gracioso como un bebé de apenas un año sepa usar el celular. Los padres se sienten maravillados al creer que su hijo es sobresaliente por aprender a encender el celular, y tal vez lo hubiera sido hace unas décadas, pero ahora, justo en el contexto en el que nos encontramos, es algo completamente normal.

“El mundo cambia tan rápido que enseñar lo que ya se sabe no es tan útil como pensamos.” (Melero, 2017)

Los padres se esfuerzan por educar a sus hijos como ellos fueron educados, quieren que realicen sus actividades como ellos las hacían en sus tiempos, pero ya no son los mismos tiempos, la era digital llegó y educar a esta generación resulta cada vez más difícil. Los jóvenes quieren más privacidad, pero publican todo en sus redes sociales, quieren más libertad, pero les atterra el qué dirán, buscan independencia, pero no pueden vivir sin sus padres. [6]

MATERIALES Y MÉTODOS

Primeramente, se efectuó una investigación documental referente al tema especificado, así como a aquellos subtemas relacionados con el mismo; se buscó información en libros, periódicos y revistas, así como en fuentes de internet.

Posteriormente, se aplicó una encuesta que constaba de 15 preguntas en 4 secciones: la primera dedicada al conocimiento que la persona tenía sobre su generación, la segunda a las redes sociales, la tercera a la caracterización de la generación y la última a los datos generales de la persona. La muestra fue de 60 personas: a 25 personas se les suministró por medio del instrumento Google Forms, y las restantes se realizaron de la forma tradicional, es decir, llegar con una persona al azar en la calle y pedirle responder la encuesta.

La encuesta estuvo dirigida a personas que forman parte de la generación z y la generación y.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos de las encuestas fueron inesperados, ya que tanto los medios como la sociedad explican que estas generaciones están perdidas, se esperaba que los resultados comprobaran dichas hipótesis, pero no fue así en todos los aspectos.

En la primera sección de las encuestas se realizó la pregunta “¿Qué es lo que define a tu generación?” a la que la mayoría de los encuestados respondió:

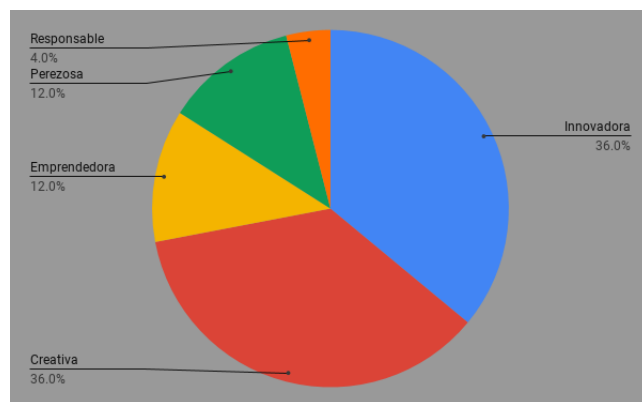


IMAGEN 1: Gráfica correspondiente a la pregunta “¿Cómo definirías a tu generación?”

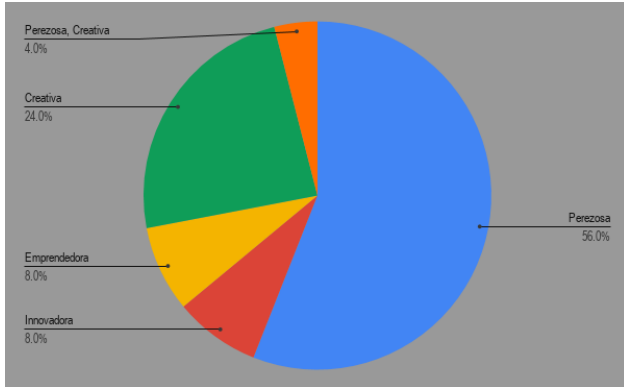


IMAGEN 2: Gráfica correspondiente a la pregunta “¿Cómo crees que la sociedad definiría a tu generación?”

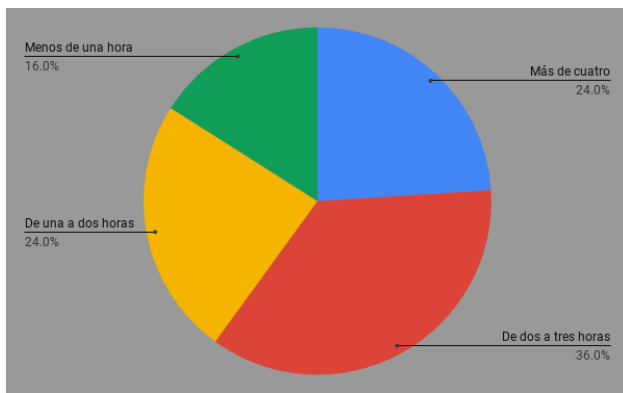


IMAGEN 3: Gráfica correspondiente a la pregunta “¿Cuánto tiempo gastas en redes sociales?”

del internet”. También se realizó la pregunta “Cuando quieres conocer a una persona, ¿qué haces?” y la mayoría de los encuestados (48%) respondió “Le hablo en persona”. Con las demás preguntas se supo que los jóvenes prefieren hacer sus tareas a mano, es decir, en la libreta, aunque sus investigaciones las hagan por fuentes de internet en lugar de libros físicos.

También se destacó que el 68% de los encuestados podrían vivir sin su celular, pero el 32% regresaría a su casa por el celular si se le llegara a olvidar.

innovadora o creativa; sin embargo, a la pregunta “¿Cómo crees que la sociedad definiría a tu generación?” la mayoría de las repuestas indicaron que es perezosa. También se hizo la pregunta “¿Crees que tengan razón?” con respecto a la opinión que tiene la sociedad sobre la generación, y la mayoría respondió que sí.

En la segunda sección referente a las redes sociales y el uso de estas, se observó que ninguna persona de las encuestadas no usa ninguna red social, todos al menos tienen un perfil abierto en alguna de las redes sociales. Se les preguntó cuánto tiempo le dedicaban a las mismas, y solamente un 24% respondió usarlas más de 4 horas al día; sin embargo, al preguntarles si el uso de las redes sociales les ayudaba con sus actividades diarias, los encuestados respondieron que no (52%), pero al momento de preguntar si los distraían de las mismas actividades respondieron nuevamente que no.

Con respecto a la tercera sección dedicada a la caracterización de la generación, los resultados fueron menos esperados, debido a que estos arrojaban que los jóvenes no se dedicaban únicamente al uso de las redes sociales, incluso preferían otras actividades por encima de pasar un par de horas con su celular; por ejemplo, se preguntó “¿Qué prefieres hacer en un fin de semana?” a lo que el 44% respondió “Salir con mis amigos”, el 36% “salir con mi familia”, el 8% “salir solo” y solamente el 12% “quedarme en casa haciendo uso

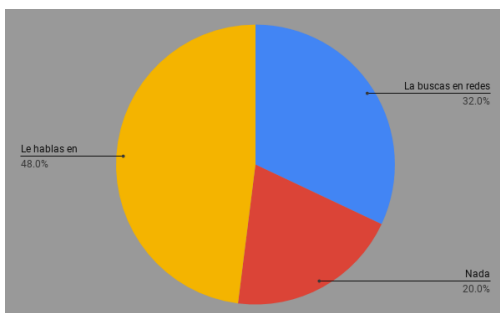


IMAGEN 4: Gráfica correspondiente a la pregunta “Cuando quieres conocer a una persona, ¿qué haces?”

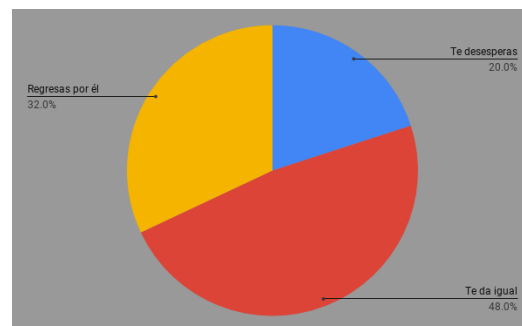


IMAGEN 5: Gráfica correspondiente a la pregunta “¿Qué haces si se te olvida el celular?”

CONCLUSIONES

La generación zombie es llamada así debido al gran apego que los jóvenes tienen con las redes sociales y aparatos tecnológicos, los cuales los distraen de sus actividades diarias; o al menos eso era lo que se creía.

Los jóvenes de ahora no solamente se preocupan por el uso de las redes sociales, sino también por sus relaciones intrapersonales, no quieren que se rompan y pretenden que duren para toda la vida. Buscan aplausos, felicitaciones, aceptación social; que es aquello que los inspira a seguir sus metas, a seguir trabajando día con día, saber que cuando lo logren van a ser aceptados por todos, y eso es para ellos lo más importante, aun más que el dinero. Es por eso por lo que tienen redes sociales, por lo que buscan *likes* y comentarios, porque ya no basta con aceptarse a si mismos, quieren más. Sin embargo, ellos saben que ahora no aspiran a mucho, la sociedad les pone barreras, obstáculos para seguir adelante; pero una vez que los hayan vencido, ellos pueden ser todo lo que quieran, porque así son ellos, son creativos, emprendedores, no son conformistas, tal vez sean perezosos, pero cuando realmente quieren algo luchan por ello.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer al Departamento de Educación de la Universidad de Guanajuato por haber abierto sus puertas para el desarrollo de este trabajo, especialmente a su Directora, la Dra. Mireya Martí Reyes, por su acompañamiento académico y administrativo.

Agradezco también a Lilian Griselda Almaguer Acosta y a Miguel Ángel Rodríguez Espinosa, por haberme proporcionado información con respecto al tema.

REFERENCIAS

- [1] Ferrer, A. (2010). Millennials, la generación del siglo XXI. Material del Seminario: El trabajo y los jóvenes. Centro de Estudios en Economía y Cultura. UCA. 130.
- [2] Cien por Ciento Market Research. (2013). La Generación de los Millennials. Recuperado de http://www.100research.com/respaldoWeb/boletines_la_generacion_de_los_millennials
- [3] Chirinos, Nilda. (2009). "Características generacionales y los valores. Su impacto en lo laboral". Observatorio Laboral Revista Venezolana 2 (4): 133-153
- [4] Aguilar, Matilde (2017). La Generación Z. Sus hábitos de consumo de información y las redes sociales.
- [5] Bauman, Z. (2012). *Esto no es un diario*. España: Paidós Ibérica.
- [6] Melero, C. (2017). Generación zombi. Recuperado de <https://carlosmelero.com/generacion-zombie/>