

<b>Medio</b>	EL MERCURIO REVISTA YA
<b>Fecha</b>	03/05/2016
<b>Mención</b>	La revolución de la generación. Habla Francisca Ortiz, del Centro de Investigaciones Socioculturales UAH.

Según una encuesta de Millward Brown, un 25 por ciento de la generación Z interactúa diariamente con pares en otros países.

# LA REVOLUCIÓN DE LA GENERACIÓN Z

*No pueden vivir sin la tecnología. Son impacientes: lo quieren todo y lo quieren ahora. La generación Z -que abarca a jóvenes que nacieron entre 1995 y 2010- ya está aquí. En los próximos años, esta tribu, que creció al ritmo frenético de la tecnología y las redes sociales, ingresará a la fuerza laboral y comenzará a redefinir y a cuestionar la sociedad.*

Por MONTSERRAT SÁNCHEZ B.

“Quiero que descargue más rápido, quiero que mi compra online llegue mañana y no el otro mes, que mi foto se suba de inmediato. Quiero encontrar trabajo, pero lo necesito mañana, pasado mañana no me sirve. Quiero tener un celular, pero lo quiero ahora porque mañana va a salir otro mejor”.

La declaración pertenece a Uzziel Misle, el conductor del programa infantil de TVN “Noticreo” y también un popular youtuber conocido como “Típico Shileno”. Uzziel tiene 19 años y es un representante de la llamada generación Z: jóvenes que nacieron entre 1995 y 2010 y que representan el 26 por ciento de la población mundial y que, según el INE, son cuatro millones de personas en Chile.

Esta nueva tribu es el relevo de la generación Y. Este grupo, también conocido como millennials, incluye a los nacidos entre 1980 y 1994.

Si los millennials se caracterizaron por romper paradigmas con una mirada más flexible del mundo del trabajo, del concepto de familia y del uso de la tecnología, las expectativas sobre los cambios que impulsarán los Z son mayores. Por el momento, los expertos se atreven a describir su mirada del mundo con tres palabras: inmediatez, rapidez y eficiencia.

—Si tuviera que definir a mi generación en un solo concepto sería esto: quieren todo al tiro. Para ellos esperar es lo peor —aclara Uzziel Misle.

La tribu Z también es conocida como generación iGen o como los primeros nativos digitales, porque crecieron en plena ebullición de los smartphones, de internet y de las redes sociales. Aunque se decía lo mismo de los millennials, el conglomerado Z realmente creció con la red y las nuevas tecnologías, como parte de su ambiente natural.

Por lo mismo, es su relación con el mundo digital lo que marca a los integrantes de la tribu Z y los diferencia de los millennials. Mientras los primeros manejan hasta dos pantallas y piensan en 3D, los segundos manejan cinco pantallas y piensan en 4D. Los millennials se comunican por texto, los Z por imágenes. Si los millennials usaron el ICQ (un chat en el computador de la casa), los Z solo piensan en WhatsApp. Si los millennials hicieron fila para arrendar un estreno en Blockbuster, los Z abren Netflix en segundos en la comodidad de sus sillones.

Daniel Halpern, periodista de la Universidad Católica e investigador del think tank Tren Digital, lo explica con lo que se conoce como “YouTube Spam Attention”:

—Las personas antes eran capaces de esperar a que sucediera algo. Con la generación Z hay tanto estímulo que tienes que esforzarte mucho para que te pongan atención. Yo no crecí con estímulos, mi máximo estímulo era la televisión. Pero ahora esa misma televisión o pantalla me permite estar interactuando con el contenido y con otras personas al

mismo tiempo. Antes la gente podía esperar dos, tres, cuatro minutos. Hoy día ya se habla de 40 segundos. Gracias a YouTube, si te aburraste de algo puedes cambiarlo inmediatamente.

Según el estudio de 2015 “Cassandra Report: The Gen Z Issue”, un 85 por ciento de los jóvenes Z dicen que YouTube es su sitio favorito. Los millennials, en cambio, prefieren Amazon. Otra investigación realizada el año pasado en Estados Unidos por Pew Research Center reveló que un 92 por ciento de los Z se conecta a internet diariamente. La red social que predomina es Facebook (71 por ciento), seguida por Instagram (52 por ciento) y Snapchat (41 por ciento). Twitter, herramienta muy usada por los millennials, queda en el cuarto lugar con un 33 por ciento.

A diferencia de los millennials, quienes crecieron en un mundo en donde informarse era todavía un privilegio, para los Z hoy es un derecho. Daniel Halpern lo explica con la lógica del “a vos quién te preguntó”:

—Hoy en día no se escucha eso, porque el informar es un valor, decir lo que uno tiene que decir, independientemente de que esté interrumpiendo. Entonces tienes gente que está vomitando información en vez de comunicarse. Ellos son esta cultura, ellos nacieron así. Ellos hablan, dicen, comentan, todo el rato. Nosotros [Y] también, pero por lo menos igual tenemos el valor de que puedes estar interrumpiendo a alguien.

Las diferencias tecnológicas entre ambas generaciones incluso se notan físicamente. La “Thumb Theory” lo explica: si para los X (la generación previa a los Y) su dedo fuerte era el índice (por el uso del teléfono), para los millennials es el pulgar (por el uso del Nintendo). Los Z no tienen solo uno.

## RELACIONES ONLINE

Las relaciones sociales de los Z también están mediadas por la tecnología. Si para los jóvenes Y la televisión lo fue todo, para los Z es el internet. Incluso se podría decir que entre ellos internet está reemplazando las amistades de la vida real que tenían los millennials.

Según Daniel Halpern, hoy todas las relaciones interpersonales son mediadas por la tecnología y algunas, especialmente entre los integrantes de la generación Z, son 100 por ciento online. Por lo mismo, no es raro que existan grupos de WhatsApp transnacionales, con miembros de distintos países, que se conocieron en la web y que por tener intereses en común formaron un grupo en esta aplicación. Los mejores amigos pueden estar en distintos países.

## LOS Z SON LOS PRIMEROS NATIVOS DIGITALES: NACIERON EN PLENA EBULLICIÓN DE LOS SMARTPHONES Y LAS REDES SOCIALES.



Según una encuesta de Millward Brown realizada en Europa, Asia y Estados Unidos, un 25 por ciento de la generación Z interactúa diariamente con pares en otros países. Con la tecnología, los Z se aíslan de sus propios entornos, pero son capaces de traspasar fronteras.

La psicóloga clínica y terapeuta familiar Alejandra Silva, quien lleva 20 años trabajando con adolescentes, explica las consecuencias de esto:

–Se piensa con facilidad que un “amigo” es quien acepta una solicitud de amistad en Facebook, o que una relación de pololeo puede establecerse o finalizar a través de WhatsApp.

Toda esta interacción virtual puede hacer que los jóvenes pierdan habilidades comunicativas. La socióloga Francisca Ortiz, del Centro de Investigaciones Socioculturales de la Universidad Alberto Hurtado, considera que el uso de las tecnologías pasa a ser, en el caso de los millennials, una herramienta para dar su opinión en lo laboral y en otros ámbitos, pero pareciera ser que los integrantes de la generación Z utilizan las tecnologías como una herramienta para validarse.

La psicóloga Alejandra Silva agrega las consecuencias positivas de este cambio generacional:

–Genera en ellos la sensación de estar más conectados unos con otros, tienen la sensación de que siempre saben lo que les está pasando a otros, si alguien tiene un problema, si alguien va a hacer un carrete, lo que sea. Fortalece sus relaciones, su cercanía. [...] Es como un puente de alguna manera con la vida real.

Los jóvenes Z tienen una suerte de recelo al sistema educativo tradicional y optan por nuevos modos de aprendizaje, más centrados en lo vocacional. Demandan una enseñanza más práctica y flexible, menos formal, orientada a experiencias y habilidades que les ayuden a afrontar un futuro laboral caracterizado por la incertidumbre y el cambio, con profesiones novedosas y vinculadas a proyectos colectivos de trabajo en red con la creatividad como componente principal.

De hecho, según el estudio de Sparks & Honey, el 75 por ciento de los jóvenes cree que hay otras maneras de obtener una buena educación, además de ir a la universidad, como el *homeschooling* o *e-learning*. Los Z quieren tener que ver en su educación y no ser meros espectadores. Creen que es más fácil aprender de internet.

Uzziel Misle, quien tiene 270 mil suscriptores en su canal de YouTube, lo ejemplifica: para aprender a hacer sus videos investigó en la web cómo enfocar, cómo editar, cómo hacer tiros de cámara:

–Me di cuenta de que todo lo que quería lo tenía en internet. Todo está a un click de distancia. Un día



El youtuber Uzziel Misle, de 19 años, aprendió en la web a hacer sus videos: “Todo lo que quería lo tenía en Internet”, dice.

**NO SON  
RAROS LOS  
GRUPOS DE  
WHATSAPP  
CON  
PARES DE  
DISTINTOS  
PAÍSES E  
INTERESES  
EN  
COMÚN.**



quería hacer un pie de limón, y busqué en YouTube cómo hacer un pie de limón? ¡Y al otro día sabía hacer pie de limón!

## MIRADA DE FUTURO

Uno de los paradigmas más grandes que rompieron los millennials fue la importancia que le dieron a su realización personal, a que no todo era trabajar, a que uno podía hacer más cosas en la vida. Para ellos las experiencias eran lo primordial.

Pero los Z se distancian de esto. Si un millennial ahorra para viajar, los Z lo harían para comprar bienes. Y esto puede deberse al cambio de mentalidad entre una generación y otra: de los millennials se dice que son idealistas e inmaduros, de los Z que son realistas y maduros. Los Z crecieron con los ojos abiertos, frente a catástrofes como el terrorismo y las recesiones económicas.

Una de las grandes preocupaciones de los Z es el medio ambiente. Según un estudio de Sparks & Honey “Gen Z: The Final Generation”, el 76 por ciento de los niños entre 13 y 17 años está preocupado del impacto de la humanidad en el planeta, y el 63 por ciento está preocupado por su futuro. En Chile no ocurre lo mismo: el compromiso de los jóvenes con causas sociales y movimientos políticos no es tal, actitud que se arrastra desde los millennials. Según la Encuesta Telefónica Global Millennial de 2014, el 50 por ciento no se siente identificado con ningún partido político.

Alejandra Silva señala:

–La generación actual ha ido disminuyendo sus intereses sociales, son más cortoplacistas y no acostumbra a pensar en proyecciones futuras ni consecuencias de las acciones. [...] No se sienten parte de los procesos que estamos viviendo, no se sienten considerados ni se sienten responsables por el mundo que están construyendo.

Como los Z más grandes recién tienen 20 años, poco se sabe qué pasará con ellos en el trabajo y los expertos están a la espera del momento en que comiencen a develar algún tipo de comportamiento. Al mismo tiempo, puede ser que el rasgo más estudiado de los millennials sea su desenvolvimiento laboral. Hoy este grupo forma alrededor del 25 por ciento de la fuerza laboral.

Juan Ignacio Silva, gerente regional de recursos humanos de la empresa de reclutamiento PageGroup, enumera los paradigmas que rompieron los millennials: están más orientados al ser que al tener, trabajan de forma colaborativa, creen más en una “redarquía” que en la jerarquía del jefe, se enfocan más en la tarea que en el objetivo final, trabajan más su lado creativo, les gusta la diversidad y prefieren empresas verdes.

Según Silva, los Z tienen un comportamiento

parecido a sus predecesores, pero cree que van a poner más cosas en tela de juicio. Si los Y comen- zaron a trabajar con la diversidad (gente discapaci- tada, mujeres y comunidad LGBT), los Z lo llevarán al siguiente nivel. La tecnología los ha hecho más tolerantes.

-Lo que viene es diversidad, inclusión, trabajo colaborativo, o sea, agudizar un poco este modelo, seguir sensibilizándolo.

Según la encuesta Deloitte 2016, de aquí a 2020, un 66 por ciento de los millennials dice que es- pera haberse cambiado de trabajo. Algo similar se espera de los Z: a lo largo de su vida se estima que tendrán 17 puestos laborales.

El informe "Generación Z: el último salto gene- racional" aborda las oportunidades que brindan los entornos colaborativos digitales, que son lo que los Z buscarían. Entre estos está lo que se conoce como "gig economy", que refleja el paso de una economía donde el trabajo era estable, por cuenta ajena y para un solo empleador, a otra en la que este tiende a ser temporal, autónomo y para varios empleadores a lo largo de la trayectoria profesional.

La generación Z ha demostrado tener más es-

píritu emprendedor que sus predecesores. Una encuesta realizada en 2014 por Northeastern University Innovation señala que 4 de cada 10 jó- venes Z quieren trabajar para sí mismos.

El estudio de Millennial Branding "Gen Z Global Workplace Expectations" resume los puntos fuer- tes que definen a este grupo de jóvenes. Primero, su espíritu emprendedor. Segundo, no les importa el dinero (hasta el momento). Y tercero, prefieren la comunicación cara a cara a la tecnología.

En este sentido los jóvenes, en el ambiente labo- ral, no estarían preocupados de conectarse online y priorizarían relaciones en persona con sus jefes, antes que e-mails o mensajes instantáneos. Sus habilidades comunicativas no serían tan afectadas por la tecnología como se cree.

Lo que queda ahora es ver cómo se acoplan los Z a los Y. Un aspecto clave que destaca Juan Ignacio Silva será ver cómo reaccionarán los millennials cuando estén en puestos de jefatura:

-La generación Y planteó esta ruptura de pa- radigmas desde la base de la pirámide. Ahora hay que ver cuando suba un escalón, si también sigue siendo tan disruptivo o si se acomoda un poco a la generación subsiguiente. ■

OPTAN  
POR  
NUEVOS  
MODOS  
PARA  
APRENDER,  
QUE SE  
CENTRAN  
MÁS  
EN SU  
VOCACIÓN.

