

## ADOLESCENTES DEL SIGLO XXI

**Llamados "Millennials" tienen entre 12 y 22 años. Viven conectados a la Web, hacen mil cosas al mismo tiempo, se comportan como consumidores exigentes y eligen estudiar sólo lo que les gusta. Así son los hijos del milenio. La generación del futuro**

**La escena puede ocurrir en el cuarto de cualquier adolescente:**

**"La tele prendida, la computadora también, los parlantes del iPod a todo volumen, la carpeta del colegio abierta, igual que varias "ventanas" en la pantalla de la PC. Google muestra los resultados de una búsqueda y el chat se pone al rojo. ¿Cómo se llama la obra? "Haciendo la tarea".**

La **capacidad de multitasking (hacer varias cosas al mismo tiempo)** es un rasgo central de las nuevas generaciones. Son los "hijos del zapping", y trasladan esta facilidad de saltar de una cosa a la otra al estudio, al trabajo y a las relaciones interpersonales. **"Es como que no terminan de engancharse con nada; no arraigan; cuesta lograr que mantengan el interés o el compromiso con algo"**, se lamentan padres y educadores.

**Nacidos entre 1984 y 1995 tienen hoy entre 12 y 22 años. No tuvieron que "incorporar" las computadoras a su vida: nacieron prácticamente con ellas y crecieron con la masificación de Internet.**

Aunque tiene sus connotaciones locales, **se trata de un fenómeno global.** Estudios realizados en Europa, Asia, Estados Unidos y, más incipientemente, en América latina permiten delinear rasgos comunes entre los miembros de esta generación, a la que los norteamericanos Neil Howe y William Strauss bautizaron **millennials.**

### GENERACIONES

- ▶ **Baby Boomers (1944-60):** Los optimistas que crecieron en la posguerra
- ▶ **Generación X (1961-80):** Los primeros "hijos del divorcio", creativos y escépticos
- ▶ **Generación Y/ Millennials (1981-2000):** Los hipercompetitivos y los primeros en vivir el boom tecnológico. Al subgrupo de entre 12 y 21 años se los llama "chicos de la cultura wiki (wikipedia)" o "Google generation".

Algunos los consideran parte de la **Generación Y** (los que tienen entre 23 y 34 años), y muchos son hijos de la llamada **Generación X**, que hoy tienen entre 35 y 43 años, según las categorías generacionales que se plantean en la mayoría de los estudios sociológicos.

Howe y Strauss, autores de **Millennials rising, the next generation** (El ascenso de los Millennials, la nueva generación), **describen a estos adolescentes y jóvenes como sobreestimulados, saturados de actividades desde la niñez, que buscan la satisfacción inmediata, pero no son rebeldes como los baby boomers o escépticos como la Generación X, sino más bien optimistas y muy colaboradores. La cultura wiki (por Wikipedia) les sienta mucho mejor que la hipercompetitividad de las generaciones anteriores.**

## HACER LO QUE ME GUSTA

David Oliva tiene 19 años, vive en José C. Paz y estudia Ciencia Política. **"Cuando terminé el secundario quería ser periodista deportivo y tenía un programa de radio. Pero ahora me quiero volcar a la política. Algunos me dicen que voy a robar o a ser garca. Pero yo quiero trabajar por los demás. En casa siempre se habló del tema y yo vengo formándome desde chico"**, asegura.

David dice que está buscando trabajo, **"pero la mayoría de lo que ofrecen son 7 horas en un call center por 500 pesos. Yo vivo lejos y se me complica el estudio; no me conviene"**, reflexiona. Por ahora, David vive con sus padres y sus dos hermanos, de 15 y 16 años, que van a un colegio del barrio. Pero **su plan es irse a vivir solo "cuando el sueldo me alcance para un alquiler". No está apurado por formar una familia. "Tengo novia, pero también salgo con mis amigos a jugar al fútbol o a la play. Me gustaría avanzar en la carrera e ir a estudiar un año afuera, para ver otras realidades"**, dice.

Soledad Pérez (20) está estudiando producción de radio y TV, mientras trabaja como productora de un programa de cable. Sin embargo, cree que lo suyo es más bien la actuación: **"Me gustaría estudiar arte dramático –dice–. Elegí esta carrera corta y después haré la otra. Por ahora vivo con mi familia, pero quiero en algún momento mudarme sola. Sé que es difícil vivir de este tipo de trabajos en tele, que son bastante inconstantes, pero lo importante es poder hacer lo que me gusta"**, reflexiona.

## INMEDIATEZ Y FACILISMO

Entre los pocos estudios que existen en el país sobre el tema, la Universidad Argentina de la Empresa (UADE) realizó, a fines del año pasado, la investigación: **Una nueva generación en la Universidad: los Millennials**, en la que se encuestó a un centenar de jóvenes de entre 17 y 21 años que estaban ingresando en esa casa de altos estudios. **"Lo hicimos para conocer a los nuevos alumnos y, sorprendentemente, los resultados coincidieron con algunas encuestas hechas en Estados Unidos y en Europa"**, dice

Mario Serrafiero, decano de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la UADE. **La mayoría de los encuestados (76%) había elegido la carrera por gusto personal. Sólo un 9% lo había hecho por la supuesta "salida laboral". Y el resto planteaba una combinación de motivos.**

Según el sondeo, **las dificultades que surgen en el ámbito académico se relacionan con la falta de concentración.** Una clase tiene que ser práctica antes que teórica, fácil, rápida y divertida. "Esto plantea un enorme desafío para los docentes: nos exige innovar, implementar metodologías más interactivas, pero sin bajar el nivel o entrar en el facilismo –destaca Serrafiero–. **La clase magistral del profesor dictando cátedra desde un atril no les llega, necesitan algo más participativo".**

**La misma actitud se traslada al mundo laboral.**

Por eso **los jóvenes de esta generación priorizan los horarios flexibles, un buen grupo de trabajo y un ambiente ídem. No se sienten fieles a la empresa. Quieren tener menos ataduras y aprovechar las oportunidades. Por eso no dudan en renunciar para tomarse un año sabático, hacer el viaje que siempre soñaron o probar suerte en otra actividad que les resulte más estimulante.**

A muchos de ellos la posibilidad de trabajar en una gran corporación no los seduce en absoluto. Un reciente estudio sobre los motivos de cambio laboral realizado por la Universidad de Palermo muestra que **entre los jóvenes de 19 a 23 años, el clima laboral y la relación entre el trabajo y el área de estudio es más importante que la remuneración.** En cuanto al lugar de preferencia para trabajar, opciones que hasta hace unos años no figuraban, como **"ser un emprendedor, trabajar en una ONG o en una pyme"**, le van ganando terreno a la gran organización.

Con una pirámide poblacional que envejece en la mayoría de los países, para atraer a los más jóvenes las empresas deben "vender" una propuesta que va más allá de la remuneración: el espacio para los proyectos personales y la preocupación por el medio ambiente son altamente valorados.

En la **ARGENTINA**, los millennials pertenecen a una generación que **siempre vivió en democracia. Pero fueron marcados a fuego por la hiperinflación, la recesión y el estallido socioeconómico de 2001**, tal como señalan Alberto Franichevich y Eugenio Marchiori, profesores del Área de Comportamiento Humano en la Organización del IAE (la escuela de negocios de la Universidad Austral).

**Sus padres fueron víctimas del downsizing (las reestructuraciones que a nivel global se produjeron en los 90) y tuvieron que sobrevivir atendiendo un quiosco o manejando un taxi luego de haber trabajado 15 años o más en una compañía.**

**Por eso, los millennials no creen en el esfuerzo, priorizan los horarios flexibles y buscan nuevas experiencias todo el tiempo.**

**"En cierto sentido, es una generación que creció en una especie de burbuja. No juegan en la calle a la pelota porque es peligroso, juegan al fútbol en la play –apunta el psicólogo Daniel Schmuckler, especialista en adolescentes y miembro de la Asociación Psicoanalítica Argentina–.**

**Son chicos con agenda completa, sobreestimulados y sobreprotegidos por sus padres, que se involucran mucho en sus actividades para compensar el poco tiempo que disponen para estar con ellos.**

**Tal vez el problema principal de esta generación es la falta de límites. A los padres les cuesta cada vez más decirles que no a sus hijos."**

Marcela Miranda (40), mamá de Nicolás (12) y Belén (8), hace su mea culpa: **"A nosotros nos ponían los límites y aceptábamos. Hoy los chicos te cuestionan todo. Están más avivados"**, dice. Como la mayoría de sus compañeritos, Belu y Nicolás **tienen celular, juegan a la play y hacen la tarea con la ayuda de la computadora.**

**"Creo que está bien que accedan a esto, siempre que haya un control en la cantidad de tiempo y en cómo lo usan. Escuché a padres que les dicen que no a la computadora, a los jueguitos, al celular o al pijama party.**

**Pero resulta que los demás pueden y el que no, se queda afuera."**

## LA INTIMIDAD EN LA RED

**"Hay dos máquinas que nunca se apagan en esta casa: la heladera y la computadora. A veces me doy cuenta de que quedó toda la noche prendida porque saltan las ventanas del chat a la madrugada"**, confiesa Pía Boni, mamá de Flopi (15), **quien –como la mayoría de los adolescentes– tiene la costumbre de poner un cartelito: estoy en el cole, estoy comiendo o me fui a bañar, y no se desconecta nunca.**

Si algo caracteriza a los millennials es **"la necesidad de estar hermanentemente conectados, así como una idea de intimidad muy diferente de la de generaciones anteriores. Por eso se muestran sin dificultades a través de los blogs y, sobre todo, los fotologs"**, describe Marchiori, del IAE.

Cada minuto que pasa se suben 10 fotos a estas páginas personales, una especie de diario íntimo en imágenes, de las que se crea una nueva cada dos minutos, según las estadísticas de Terra Argentina. Los responsables de esta avalancha de bits colgados del ciberespacio tienen entre 13 y 18 años.

**Más del 60% de los adolescentes tiene un flog, según una encuesta de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad del Salvador.**

**"Pareciera que uno de los valores de la nueva sociedad es ser famoso",** reflexiona Fabián Calderón, docente y director de una escuela privada del barrio de Balvanera. **El éxito de programas tales como Gran Hermano, entre los más chicos, y la compulsión a mostrarse en Internet le dan la razón.**

**El sitio de fotos más popular, Fotolog.com, tiene 3.200.000 usuarios,** según consta en su página de inicio.

**Se trata, una vez más, de un fenómeno global, aunque los usuarios argentinos no sólo son los más numerosos, sino también los más activos (en cantidad de imágenes que suben) de América Latina.**

En cuanto a los blogs, hay más de 2 millones en el mundo. **Casi la mitad de los bloggers argentinos (45%) tienen entre 12 y 19 años,** según un estudio de la consultora Ignis.

Aunque son grandes usuarios de tecnología, los adolescentes suelen desconocer la jerga que utiliza la industria.

Términos como comunidad virtual o Web 2.0 no les dicen absolutamente nada; sin embargo, muchos de ellos usan Facebook, My Space, Blogger y MSN.

Esto sucede porque **"no ven la tecnología como una entidad aparte, sino como algo natural que es parte de sus vidas",** apunta Susana Finquelievich, especialista en Nuevas Tecnologías e investigadora del Instituto Gino Germani.

Según un estudio global realizado en 2007 por MTV, Nickelodeon y Microsoft, entre 18 mil chicos de 16 países, **sólo el 20% de los encuestados admitía estar "interesado" en la tecnología. Para el resto, se trata simplemente de una herramienta más para comunicarse y divertirse.**

"Me conecto una hora y media por día a Internet, pero miro poca tele", dice Magalí Gabba (18), estudiante de relaciones internacionales de una universidad privada. Generalmente lo hago de noche, busco cosas para la facu, chateo y actualizo mi blog.

En el tiempo libre hago gimnasia, salgo con amigas o descanso. Pero la facultad me insume bastantes horas", aclara.

**El hecho de que la pantalla de la PC esté desplazando a la del televisor no es un dato menor.**

**Frente a la pasividad de la caja boba, los jóvenes de hoy prefieren la interactividad de los nuevos medios. "Internet es el medio favorito de los jóvenes latinoamericanos, aunque no dispongan de acceso a la Web en su casa",** destaca un estudio iniciado en 2007 entre 22.000 chicos de 11 a 15 años impulsado por EducaRed y la Fundación Telefónica.

## INSEGURIDAD E HIPERCONSUMO

"Mis hijos tienen 150 contactos en el messenger cada uno y yo, cuatro", dice Mónica Martínez (44), diseñadora de moda, mamá de Brian (15) y Axel (9). **"Creo que hoy los chicos tienen más contacto virtual que real con los amigos; tienen muchas más cosas que las que teníamos nosotros, pero se aburren más rápido. También salen menos, porque la calle es cada vez más peligrosa."** Mónica y su familia viven en Caballito, cerca del parque Rivadavia.

"A veces me cuestiono dejarlos ir a la plaza a jugar al skate", confiesa.

Franca Chiaravallioti (53), vestuarista y mamá de Nico (16 años; está terminando el secundario) y de Jesica (19; estudia análisis de sistemas), coincide: "Hoy se vive más adentro que afuera. A la edad de ellos, yo iba sola a todos lados; ahora es muy inseguro. A muchos compañeros de Nico que van solos al colegio los han asaltado para robarles el celular, las zapatillas o la plata que tienen encima".

La inseguridad y el hiperconsumo son rasgos de esta época. **"Antes había menos cosas, y costaba conseguirlas"** –dice Guillermo Olivetto (37; titular de la consultora de Consumo CCR–. **Hoy todo parece muy rápido y muy fácil. Cuando yo era chico, te podía llevar semanas conseguir un disco. Hoy los pibes se bajan los temas por Internet en un minuto y ya fue, ni siquiera tienen que pagarlo."**

**Hoy como nunca, los chicos de entre 12 y 16 años son decisores de compra en una amplísima gama de productos que van desde alimentos hasta tecnología y, por supuesto, su propia ropa.**

Según el estudio Kids Experts, realizado por Turner Argentina a fines del año pasado, **el 78% de los chicos de esa edad tienen celular propio. Pero no es que dejan sus padres en desuso, sino de los de más alta gama, ya que lo usan principalmente para sacar fotos, escuchar música, usar los jueguitos y mandar mensajes de texto.**

**Después de los 18, el porcentaje de usuarios de celulares cae un poco (73%), ya que a partir de esa edad muchos tienen que pagarlo de su bolsillo.**

En cuanto a las "marcas", las nenas parecen estar más pendientes de ellas que los varones. Pero no todo es materialismo, ya que, **según esta misma encuesta, entre los valores que priorizan los chicos en su vida, los amigos y la familia aparecen en el primer lugar.**

**La música, los deportes y el cuidado ambiental parecen preocuparles más que el sexo.**

A diferencia de la *Generación X*, la primera en sufrir los divorcios, las familias ensambladas y el ocaso de la "fe en un mañana mejor"; y a diferencia de los jóvenes *Y*, hiperatareados y competitivos, **los millennials se toman todo con más calma.**

Se les critica que viven el presente sin ahorrar o preocuparse por el futuro. En líneas generales, han crecido con mayor diversidad y libertad. Están convencidos de que hombres y mujeres están en pie de igualdad (sus papás los han bañado y cambiado los pañales mientras mamá trabajaba), y el acceso a nuevas tecnologías les permite tener amigos en países lejanos y con culturas diferentes.

A diferencia de sus padres, *ya no consideran la estabilidad laboral como un valor ni se esfuerzan en buscarla.*

**Viven en un mundo líquido**, como describe el filósofo Zygmunt Bauman, donde nada es sólido ni permanente.

Una primera camada está llegando a las universidades y al mundo del trabajo, provocando cambios en las estructuras y organizaciones.

*Pero un gran porcentaje de ellos está quedando al margen de los beneficios de la globalidad.*

*En la Argentina, según un estudio de SEL Consultores, hay 850 mil jóvenes de 16 a 24 años que no trabajan ni estudian.*

*Integrarlos es parte de un desafío que no puede esperar, por más que se diga que el futuro es de los jóvenes.*

**Por María Naranjo**

**Publicado en La Nación de Buenos Aires, el 15 de junio de 2008**

### **DESAFÍO ESCOLAR**

**Los chicos de hoy están preparados para estudiar con materiales escritos y virtuales al mismo tiempo. Chatean, miran la TV y estudian simultáneamente. Tienen la flexibilidad mental necesaria para hacerlo porque crecieron en un mundo lleno de estímulos. Por eso también hay dificultades de concentración. Están acostumbrados al zapping.**

**La escuela no puede desconocer esta realidad. En otras épocas, la información era más acotada y el docente transmitía el único conocimiento verdadero y certero. Hoy la certeza no existe. Se navega por un mar de información. Por lo tanto, la escuela debe enseñar a seleccionarla, analizarla e interpretarla. Aprender estas habilidades les permitirá a los**

**chicos construir nuevos aprendizajes válidos, significativos y hermanentes.**

**Ariela Judkovski**

**Psicóloga y especialista en educación; directora del colegio Beth**

## EL CÍBER, UN NUEVO LUGAR SOCIAL

● **“El cibercafé se convirtió en un nuevo lugar de encuentro, ante la desaparición de los clubes de barrio y la creciente inseguridad de la calle”, afirma Susana Finquelievich, investigadora del Instituto Gino Germani y coautora de El (involuntario) rol social de los cibercafés.**

● **Pero “no se trata de un fenómeno exclusivo de la clase media y media-alta –se apura a aclarar–. La conexión con la tecnología atraviesa a todos los sectores sociales”.**

● **Un estudio del área de niñez y adolescencia de la Ciudad de Buenos Aires concluyó, en 2007, que los chicos de la calle gastan el 50% de lo que ganan abriendo puertas de taxis, pidiendo o vendiendo cosas, en los ciber. “La brecha tecnológica es una cuestión más generacional que de nivel de ingresos.”**

● **Hoy como nunca, padres y maestros se sienten con menos conocimientos tecnológicos que los chicos. Los llamados “nativos digitales” están preparados para los nuevos oficios de la sociedad de la información. “Manejar las nuevas tecnologías, programar juegos o hacer diseños con la computadora implican una lógica y un desarrollo mental importante –apunta la especialista–. Sin embargo, muchos chicos que son capaces de hacer esto fracasan en la escuela formal.”**

## RADIOGRAFÍA DE LOS MILLENNIALS

### Conclusiones

- ▶ El 60% de los chicos de 12 a 20 años pasa más tiempo frente a la computadora que frente al televisor.
- ▶ Sólo el 20% dice que está “interesado” en la tecnología (aunque son grandes usuarios de ella).
- ▶ Usan Internet principalmente para chatear, visitar blogs y fotologs (o subir fotos al suyo) y jugar en línea.
- ▶ La Web suele ser la principal fuente de consulta para estudiar y hacer las tareas.
- ▶ Tienen un promedio de 100 contactos o más en sus mensajeros instantáneos, dentro de los cuales están los amigos reales y otros virtuales con los que no tienen contacto cara a cara.
- ▶ Más del 70% tiene celular propio, y lo utilizan para tomar fotos, escuchar música y jugar videojuegos. El uso comunicativo principal son los mensajes de texto.

- ▶ El 60% de ellos tiene un fotolog. En cuanto al uso del tiempo libre, la mayoría elige chatear, mirar televisión, escuchar música o estar con amigos.
- ▶ Leer o hacer deportes son categorías poco mencionadas.
- ▶ Más del 70% elige su carrera por gusto personal, y sólo el 9% lo hace como salida laboral.
- ▶ En los trabajos, priorizan el clima laboral y la flexibilidad horaria por sobre el salario y la estabilidad laboral.
- ▶ El 25% de los jóvenes argentinos de 16 a 24 años no estudia ni trabaja.

**Fuentes:** SEL Consultores, MTV, Nickelodeon y Microsoft: Circuits of cool: Digital Playground; Encuestas de la Universidad Argentina de la Empresa, Universidad de Palermo, Universidad del Salvador; Estudio KidsExperts, Estudio Generaciones Interactivas en Latinoamérica, Universidad de Navarra y Fundación Telefónica.

***Publicado en La Nación de Buenos Aires, el 15 de junio de 2008***