

El paso de las generaciones

A diferencia de anteriores generaciones, los jóvenes de hoy prefieren disfrutar del presente antes que asegurar su porvenir

En ciertos ámbitos universitarios y empresariales que investigan las tendencias psicológicas y sociales del mundo actual, se han empezado a examinar con especial detenimiento las inclinaciones y las conductas de las generaciones humanas más jóvenes.

Es decir, de aquellas generaciones que aparecen como hijas dilectas de las nuevas tecnologías.

Se habla con frecuencia, en ese sentido, de la llamada **"generación Y"**, en la cual están comprendidas aquellas personas que tienen en la actualidad entre 18 y 30 años. Se habla también de su antecesora inmediata, la **"generación X"**, integrada por quienes tienen hoy entre 35 y 45 años.

• **Rasgo distintivo** de los miembros de la llamada **"generación Y"** sería su espíritu definitivamente hedonista, su tendencia a obtener un provecho personal claro e inmediato de cuanto haga o pacte en función de un determinado compromiso de vida o de trabajo.

• **La "generación Y"** estaría formada, principalmente, por personas que aspiran a ser dueñas indiscutidas de su tiempo actual y que desean ir armando sus biografías personales con márgenes de libertad bien reconocidos y con un especial respeto hacia sus gustos y hacia sus preferencias de orden personal.

• Los miembros de este grupo no desean enajenar su capacidad actual de autodeterminación y rechazan la idea de subordinarse o atarse a organizaciones empresariales demasiado estructuradas o absorbentes.

• El grupo generacional "Y" tiende a valorar más el consumo actual que la inversión o acumulación de bienes destinada a garantizarle un sólido bienestar futuro.

• Aparentemente, los "Y" velan por su felicidad actual con mucha más energía que los "X". Estos, en cambio, parecerían identificarse más con la tradicional tendencia, tan característica de los llamados países de inmigración, a privilegiar el ahorro y a velar por la seguridad futura.

• Los "Y" no están tan interesados en establecer un vínculo sólido de pertenencia con una determinada organización o estructura empresarial con el fin de asegurarse un futuro de estabilidad.

La empresa de origen francés Ipsos realizó en la Argentina, en el curso de 2009, un estudio cualitativo sobre la concreta realidad social que plantea la "generación Y".

• Todo parece indicar que estamos ante una generación que otorga especial importancia a los llamados valores "pre y posmateriales", aquellos que priorizan y respetan la calidad de vida actual de las personas por encima de sus eventuales necesidades futuras.

Las conclusiones recogidas en la Argentina coinciden con las que han obtenido similares empresas encuestadoras en los Estados Unidos o en los países de Europa occidental. A los jóvenes de hoy les preocuparía menos crecer con el miedo de tener que afrontar mañana una supervivencia precaria.

Las consideraciones que anteceden deberían ser tenidas muy en cuenta no sólo por quienes pertenecen a la "generación Y", sino también por quienes mantienen con ellos relaciones estrechas de parentesco o algún otro tipo de vinculación o trato personal.

Los estudios difundidos por investigadores y encuestadores pueden ayudar, en muchos casos, a mejorar los niveles sociales y humanos de comunicación, de comprensión y de sana convivencia entre las personas.

El conocimiento de las conclusiones que registramos en este comentario editorial puede contribuir también a generar reflexiones generales cada vez más hondas sobre las relaciones familiares y humanas.

La "Generación Y", entretanto, seguirá caminando y enriqueciendo su visión del mundo. Nuevas revelaciones nos permitirán formular mañana renovados juicios acerca de sus percepciones y de sus rumbos. Vivir es, en definitiva, mirarse en un espejo que no terminará nunca de reflejar lo que cabe en el espíritu del hombre, siempre mutable y, a la vez, siempre igual a sí mismo.

Publicado en La Nación de Buenos Aires el 14 de marzo de 2010