

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

Almaguer Acosta Lilian Griselda (1), Cervera Delgado Cirila (2)

¹[Licenciatura en Mercadotecnia, Universidad de Sonora] | Griselda.almaguerg6@gmail.com

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

Resumen

Se denomina "generación zombie" a la conexión y unión de dos generaciones hermanas, que comparten características y patrones: la manera en la que perciben su entorno y la forma en la que se relacionan entre sí. Los cambios en la sociedad actual que les tocó presenciar fue un factor sustancial para poder generar la unión entre la generación "Z" y los Millennials, de esta coalición generacional se originó la "Generación Zombie". El objetivo de la presente investigación consiste en caracterizar a la generación zombie como un constructo cultural, a partir del análisis teórico y referencial sobre el tema. Se utilizó una metodología mixta con una muestra por conveniencia, realizándose la aplicación de 150 encuestas digitales y tradicionales a jóvenes de 17 estados diferentes de México que estuvieran en el rango de edad de 13 a 30 años. Los resultados obtenidos se basan en ser una generación activa en busca de adquirir nuevos conocimientos y motivados por ejercer actividades que les apasionen para construir una vida placentera que les genere hacer lo que les gusta y ser felices en compañía de sus seres queridos.

Abstract

The generation zombie is the connection and union of two generations you relate which characteristics and similar bosses share due to the way in which they perceive his environment and the form in which they relate between yes, the changes in the current company that they had to attend it was a substantial factor to be able to generate an union between the generation "Z" and the Millennials, from this generational coalition there originated the " Generation Zombie ". The aim of the present investigation consists of characterizing the generation zombie as a cultural constructo, from the theoretical and referential analysis on the topic, to achieve the previous thing there was in use a mixed methodology supported of the method not probabilístico for convenience, there being realized the application of 150 digital and traditional surveys to young women of 17 conditions different from Mexico who were in the range of age from 13 to 30 years. The obtained results are based in being an active generation in search of acquiring new knowledge and motivated for exercising activities that the apasionen to construct a pleasant life that it they generates to do what they like and to be happy in company of his dear beings.

Palabras Clave

Millennials; Generación Z; Redes Sociales; Personalidad.

INTRODUCCIÓN

La interacción a través de los medios de comunicación digitales ha generado una importante tendencia en las generaciones conformadas por la generación “Y”, también conocidos como millennials, y la Generación “Z”.

La presente investigación tiene como objetivo caracterizar a la generación zombie como un constructo cultural, a partir del análisis teórico y referencial sobre el tema, con el fin de, identificar la percepción que tiene la generación zombie del entorno que les rodea, cómo se relacionan a través de los medios de comunicación digitales y de detectar cuáles son las metas, personalidad, aspiraciones y lo que vuelve especial a la generación zombie, la cual es conformada por los millennials y la generación “Z”.

La relevancia de centrar la investigación en la generación zombie es con el fin de, identificar si los provenientes de otras generaciones, como la generación “X” se encuentran en lo correcto en conceptualizar y caracterizar a la generación zombie como jóvenes poco estables en el ámbito laboral por su falta de disposición a recibir órdenes y por la poca estabilidad al mantener un trabajo estable.

Al momento de contextualizar los cortes generacionales, no existe un consenso establecido que limite por unanimidad los periodos correspondientes a cada una de las generaciones, por esta razón se anexan diversas propuestas de autores que se refieren a las generaciones “Z” y “Y”.

Los millennials se han convertido en una generación muy nombrada por los autores. Nilda Chirinos los clasifica como los nacidos aproximadamente entre los años 1982 al 2000. Los millennials se encuentran las 24 horas y los 7 días de la semana conectados a los medios digitales, identificándose como buscadores de felicidad con pensamiento social y activo [1] No obstante, la referencia que se utilizará para conceptuar el periodo generacional de los millennials será la descrita por el Organismo Internacional de la Juventud, que la identifica como los jóvenes que conforman el grupo de edad perteneciente de 18 a 35 años siendo partícipes de la llamada “revolución digital” [2], otorgando un cambio a la sociedad por su peculiar forma de tomar decisiones.

En contraparte, para la generación “Z” no existen barreras de comunicación, ya que cuentan con herramientas que les ayudan a relacionarse. La generación “Z” pertenece al estrato de la población nacida entre 1994 y 2008 [3], sus rasgos más sobresalientes, son: “el omnipresente uso de las herramientas digitales en toda relación social, laboral o cultural; su creatividad y adaptabilidad a los entornos laborales emergentes; la desconfianza hacia el sistema educativo tradicional” [3] Sin embargo, a pesar de que los autores difieren del corte generacional de la generación “Z”, la referencia que se utilizara para este estrato de la población es la planteada por Vilanova, N., Inaki, O., Lara, I., Del Barco, M., & Soto, I., que serían lo nacidos entre 1995 y 2004 [4]. Esta generación valora el tiempo que pasan con sus seres queridos poniéndolo como prioridad, lo cual no quiere decir que no cumplan con sus responsabilidades, sino que calendarizan su tiempo para poder cumplir con cada una de sus obligaciones, aunque dejen como último sus actividades escolares o laborales [4].

Los millennials y la generación “Z”, por la época en la que les tocó desarrollarse suelen tener un comportamiento distinto por los eventos culturales y sociales de la etapa en la que les tocó crecer, eso no quiere decir que sean generaciones aisladas: cuentan con características que los unen e identifican a la par, como su manera de comunicarse a través de las redes sociales, esta coalición generacional es conocida como “Generación Zombie”.

La Generación Zombie ha tenido más facilidades al momento de obtener lujos o de resolver problemáticas cotidianas por el hecho de contar con el apoyo indispensable de sus padres [5], quienes, con el fin de que sus hijos no pasen por carencias y dificultades que ellos tuvieron en su infancia, dedican su vida para complacer sus gustos y deseos, poniéndolos a vivir en un nicho, facilitándoles lo que quieren, teniendo como consecuencia una adolescencia extendida. Se entiende como adolescencia extendida a aquellos jóvenes que se encuentran en el lapso de huir sus responsabilidades como adulto, buscando estar bajo el cuidado económico de sus padres.

La generación Zombie posee “la capacidad para hacer las cosas de manera inconsciente” [6], teniendo como efecto, percibir a los jóvenes caminando por la calle, comiendo, socializando o estudiando con su dispositivo inteligente en la mano. “Estos jóvenes se caracterizan por ser 100% digitales, no imaginan su vida sin Smartphones ni aplicaciones, consumidores informados y exigentes, sociables y colaborativos, autosuficientes, innovadores y creativos” [7].

MATERIALES Y MÉTODOS

El diseño metodológico de la presente investigación consta de una metodología mixta. Se aplicaron 150 encuestas en 17 estados diferentes de la república mexicana: Guanajuato, Sonora, Sinaloa, Puebla, Aguascalientes, Estado de México, Tabasco, Nayarit, Coahuila, Tamaulipas, Nuevo León, Zacatecas, Baja California, Quintana Roo, Guerrero, Tlaxcala y Durango. La aplicación fue a través de dos modalidades distintas: la primera por medio de Google Forms (132 encuestas) y la segunda fue mediante el método presencial, cara a cara, en puntos estratégicos de la ciudad de Guanajuato (18 encuestas). La herramienta de medición utilizada fue de elaboración propia.

La capital de Guanajuato es una ciudad donde se albergan estudiantes nacionales e internacionales para poder ejercer diversas estancias de movilidad estudiantil, adoptando Guanajuato el nombre de “Ciudad Universitaria”, además de esto, la arquitectura de la zona es el punto focal de muchos turistas. Por esta razón, se optó emplear el método no probabilístico por conveniencia ya que no se cuenta con un consenso establecido del número de turistas pertenecientes a la generación zombie que visitan la ciudad.

El segmento de la población seleccionada para la caracterización de la generación zombie estuvo conformada por estudiantes de secundaria, educación media superior y superior, de entre 13 a 30 años de edad y ser de nacionalidad mexicana. La población encuestada se conformó por 102 mujeres y 48 hombres, de los cuales 12 encuestados ya cuentan con una licenciatura terminada y 138 son estudiantes que van desde el nivel básico hasta el superior.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La generación zombie es identificada como los jóvenes que se encuentran en el rango de edad de 13 a 30 años, es decir, son los nacidos en los años de 1988 y 2005, caracterizándose por ser jóvenes sociables en busca de nuevas aventuras, apasionándose por descubrir situaciones o ámbitos nuevos que les brinden experiencias y les generen recuerdos e imágenes capturadas desde sus celulares para poder compartirlas a sus seres queridos. Son jóvenes curiosos que buscan darle un porqué a cada una de las situaciones que se les presentan, sentimentales en el ámbito de ser conscientes de lo que pasa en su entorno y su forma de relacionarse con él, lógicos al momento de saber qué es lo que quieren para su futuro, creativos por su peculiar manera de solucionar cada uno de los dilemas que enfrenta día con día y apasionados por los pequeños detalles de la vida.

La generación zombie posee diversas cualidades al momento de ejercer ciertas acciones o de reaccionar ante ciertas circunstancias cotidianas, su carácter consta de ser 46.7% reflexivos, 45.3% empáticos, 40% emotivos y 37.3% apasionados, es decir, que son jóvenes que cuentan con la capacidad de comprender las situaciones por las que pasan los individuos cercanos a su grupo social y buscan ayudar sin recibir un incentivo material a cambio.

Entre sus fortalezas predomina el ser una generación de jóvenes que respetan los gustos y preferencias de cada persona, caracterizándose como la generación del cambio por ser de mente abierta (56%) sin tener prejuicios al observar situaciones que generaciones anteriores categorizarían como algo fuera de lo común. El 52% de los jóvenes entrevistados indican que sus fortalezas se basan en ser honestos, el 50.7% en ser amables, y el 48.7% en ser persistentes y responsables.

Las principales debilidades de la generación zombie se integran por: ser impacientes y buscar que todo lo que hagan sea de manera rápida y que quede bien hecho al primer intento; tímidos ante situaciones que los sacan de su zona de confort e impulsivos por dejarse llevar ante cada una de sus emociones.

La generación zombie tiene un mayor apego a los estímulos emocionales, ya sea por parte de gente externa a su círculo habitual como compañeros de trabajo, familiares, amigos, conocidos, entre otros; o bien, el sentir que día a día superan cada uno de los obstáculos que antes veían imposibles de lograr les genera un sentimiento de auto placer. Esta generación se desarrolló en un ámbito social muy competitivo, forjando en ellos metas personales y profesionales, que los guían a cumplir sus sueños buscando ser una mejor persona para la sociedad. Los logros más importantes para la generación zombie se basan en ser feliz y hacer lo que les gusta, tener una carrera exitosa, contar con el tiempo requerido para estar con sus seres queridos y poder abrir su propia empresa, teniendo con ello un balance entre su vida social, económica y personal.

Uno de los grandes sueños de la generación zombie es poder abrir su empresa con el fin de no recibir órdenes de sus superiores, visualizándose en un puesto jerárquico de gran nivel, exitosos, con aspiraciones de llegar a un posgrado y estudiando lo que les apasiona; sin embargo, no todo se encuentra ligado únicamente a sus metas profesionales: la generación zombie se destaca por siempre estar en busca de sus ideales, persiguiendo objetivos personales como tener una familia que los ame y acompañe en cada una de las etapas de su vida, y sin importar el lugar o lo que estén haciendo en el futuro, ellos se visualizan haciendo lo que les gusta y siendo feliz con sus seres queridos.

Las redes sociales más utilizadas por esta generación son Facebook, con un 88.7% de preferencia; YouTube, con un 79.3%; Instagram, con un 74.7% y WhatsApp con un 52%. Estas plataformas digitales le dan a la generación zombie un sustento para poder pasar su tiempo de forma divertida, no obstante, por la cantidad de contenido que se genera día tras día, los jóvenes desarrollaron una habilidad crítica al momento de observar noticias que se difunden por las diferentes plataformas, teniendo con ello una confianza de 20% al 39% de lo que leen en dichas redes.

El estar en constante comunicación a través de los dispositivos tecnológicos y las redes sociales ha identificado a la generación zombie como jóvenes 100% digitales, en comparación de otras generaciones que les tocó adaptarse a la era de la interconexión.

La generación zombie adoptó las redes sociales como un medio para poder comunicarse con sus amigos y familiares, distraerse de sus labores diarias, divertirse con el contenido que se genera por medio de las diferentes plataformas digitales, realizar trabajos escolares; además, se crearon tendencias de oficios en los que los jóvenes ofrecen sus servicios a las empresas para manejar sus redes sociales de manera eficiente, comprendiendo a los consumidores en su papel de usuarios, entrando en el área del marketing digital.

CONCLUSIONES

La generación zombie es conformada por jóvenes que se caracterizan por realizar sus actividades favoritas con pasión y desempeño, su personalidad se basa en ser jóvenes creativos, curiosos, sentimentales y sociables, en búsqueda de nuevas aventuras acompañados de sus seres queridos, es una generación con fortalezas muy bien definidas por su persistencia, amabilidad, responsabilidad y que ven al mundo de una forma muy distinta a generaciones pasadas, caracterizándose por ser de mente abierta, empáticos, emotivos, apasionados, impacientes, tímidos e impulsivos.

La interacción con sus seres queridos es un factor de vital importancia para la generación, sus ideales se basan en pasar un momento agradable otorgándole mayor importancia a su vida social, y después realizar sus actividades escolares o laborales para poder cumplir con sus obligaciones. Al ser una generación influenciada por la motivación emocional, es conveniente para los empresarios e instituciones educativas generar programas de estímulos para mantener el interés de los jóvenes y así obtener mejores resultados de su parte, dichos estímulos pueden partir de generar capacitaciones entretenidas para desarrollar sus habilidades y conocimientos, dedicar un día para salir de la rutina generando actividades de al menos 30

minutos, otorgando reconocimientos por su desempeño, o simplemente, observar a los jóvenes y decirles “muy buen trabajo”. Sus aspiraciones se basan en ir construyendo un camino que les apasione realizando labores de su interés para poder tener una vida feliz en compañía de su familia y amigos. La generación zombie, es 100% digital por nacer en la época del auge en la interconexión, utilizando estas plataformas y dispositivos como herramientas para desempeñar sus quehaceres diarios, salir de la rutina y divertirse. La educación puede aprovechar esta característica y hacer uso de los *mass media* actuales para ser más efectiva y pertinente.

AGRADECIMIENTOS

A mi familia, por apoyarme en seguir cada uno de mis sueños para mejorar como profesionalista; sobre todo a mi mamá, por creer en mí y ofrecerme palabras motivacionales cada vez que sentía que me hacía falta. A la Dra. María del Carmen Rodríguez López y a la Lic. Maveth Patricia Romero Gamboa, por incentivar a vivir esta experiencia y apoyarme en todo sentido para que mi estadía en Guanajuato fuera una experiencia inigualable.

A las personas maravillosas que conocí en mi estadía, haciendo de esto una experiencia que me llevaré en el corazón por toda mi vida. A mis amigas Lina Jiménez, Pamela Ponce, Paola Maldonado, Laura Quiroz y Milagros García, por siempre estar conmigo y apoyarme en los objetivos de mi investigación. A la Universidad de Sonora y a la Universidad de Guanajuato por abrirme las puertas de la movilidad estudiantil para desarrollar habilidades que me ayudaran a ser una mejor profesionalista e investigadora.

REFERENCIAS

- [1] Chirinos, N (2009). Características generacionales y los valores. Su impacto en lo laboral (Junio 2018). Recuperado de: <http://servicio.bc.uc.edu.ve/faces/revista/lainet/lainetv2n4/art6.pdf>
- [2] Organismo internacional de la juventud (2017). Millennials ¿Una categoría útil para identificar a las juventudes iberoamericanas? (Junio 2018). Recuperado de: <https://oij.org/wp-content/uploads/2017/08/Sobre-la-categori%CC%81a-Millennials-Versi%C3%B3n-web.pdf>
- [3] Ortega, I., Soto, I., & Cerdan, C. (2016). Resumen Ejecutivo. #El ultimo salto generacional (Junio 2018). Obtenido de http://ethic.es/wp-content/uploads/2016/04/ResumenEjecutivo_GeneracionZ_140315-2.pdf
- [4] Vilanova, N., Inaki, O., Lara, I., Del Barco, M., & Soto, I. (2017). II Fase. El dilema (Junio 2018). Recuperado de <https://dbs.deusto.es/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadname1=Expires&blobheadname2=content-type&blobheadname3=MDT-Type&blobheadname4=Content-Disposition&blobheadvalue1=Thu%2C+10+Dec+2020+16%3A00%3A00+GMT&blobhead>
- [5] Melero, C. (2017). Generación zombi (Junio 2018). Recuperado de <https://carlosmelero.com/generacion-zombie/>
- [6] Hunter, C. (2016). EL UNIVERSO. Muertos vivos: Generación zombi (Junio 2018). Recuperado de: <http://www.larevista.ec/actualidad/la-enredadera/muertos-vivientes-generacion-zombi>
- [7] W RADIO. (2017). Millennials vs Generación Z (Junio 2018). Recuperado de http://wradio.com.mx/programa/2017/08/08/en_buena_onda/1502154978_600015.html