

Modernidad líquida

Ethos de la Z: la última generación

Marian Andrea Ortega*



SIÂN BRODERICK

Alguna vez he representado a la generación como “una caravana” dentro de la cual va el hombre prisionero, pero a la vez secretamente voluntario y satisfecho. Va en ella fiel a los poetas de su edad, a las ideas políticas de su tiempo, al tipo de mujer triunfante en su mocedad y hasta al modo de andar usado a los veinticinco años... El descubrimiento de que estamos fatalmente adscritos a un cierto grupo de edad y a un estilo de vida es una de las experiencias melancólicas que, antes o después, todo hombre sensible llega a hacer.”

ORTEGA Y GASSET (1951)¹

Boomers, X, millenials, Z, Alfa... son algunos de los nombres con los que se han llegado a denominar a las generaciones nacidas tras la Segunda Guerra Mundial. Los científicos han categorizado a la sociedad, en lo que yo denominaría una suerte de clasificación etaria amplia, para generar estudios que logren comprender los patrones de conducta que siguen los individuos pertenecientes a estos grupos. Pero, ¿realmente la época en la que nacemos puede definir nuestra identidad, costumbres y tendencias? ¿Nuestro *ethos*? ¿Es el hombre nacido en una generación específica un elemento diferenciador en la historia?

Ciertamente, y dejando a un lado nuestra edad y la afinidad que tengamos con nuestros antecesores, no pensamos ni actuamos igual que nuestros padres o abuelos. Incluso, es muy probable que tampoco queramos hacerlo. Tal como Ortega y Gasset, creador de la teoría generacional, lo afirma al inicio de este texto, estamos fuertemente marcados por las experiencias y el estilo de vida de nuestra niñez y juventud. ¿Acaso no se trata de eso la evolución del ser humano? En la actualidad, y no solo para los jóvenes, resultaría inconcebible una vida sin acceso a la *world wide web* o regirse por los mismos patrones éticos y morales de los años 60 o 70.

Y es que parece que fue ayer cuando los *millenials* eran el centro de atención del cambio generacional, jóvenes cuyas vidas estaban siendo determinadas por los avances tecnológicos en sus universidades, trabajos

y emprendimientos. Sin embargo, en la actualidad nos encontramos frente a niños y adolescentes que nacieron y crecieron en la era digital, que probablemente nunca tuvieron que usar un disquete, que no alcanzara el *giga* de almacenamiento para guardar información, o un módem de Internet debido a que todos los dispositivos que usan poseen conexiones inalámbricas en sus compactas estructuras; son jóvenes que están sobreexpuestos a la información, haciéndolos autodidactas y prisioneros de la inmediatez. Estos son los jóvenes que nacieron entre los años 1994 y 2009², la llamada "generación Z".

Nos lo dejaba muy claro Bauman al decir que vivimos una "modernidad líquida", flexible y cambiante³. A través de una metáfora nos explica:

[...] los fluidos no conservan una forma durante mucho tiempo y están constantemente dispuestos (y proclives) a cambiarla; por consiguiente, para ellos lo que cuenta es el flujo del tiempo más que el espacio que puedan ocupar: ese espacio que, después de todo, solo llenan 'por un momento' (p. 8).

No existe discusión en que hoy día, las nuevas generaciones se han encargado de romper los moldes que pudieran contenerlos, tal como los líquidos de Bauman, que se derraman, se desbordan e inundan.

No cabe duda, además, de que la tecnología ha sido un elemento primordial para la determinación del impulso vital de la generación Z. En recientes estudios como los de Iñaki Ortega, por parte de la *Deusto Business School*, y Nuria Vilanova, por ATREVIA⁴, se ha demostrado que los jóvenes Z no están inclinados a la educación superior tradicional porque, en su mayoría, no se integra en la burbuja tecnológica en la que ellos han crecido; prefieren tomar el camino de la innovación y el emprendimiento, incluso más que sus antecesores *millennials*. Es así como al mismo tiempo podemos observar el nacimiento de nuevos empleos y profesiones que responden, sobre todo, a la creación de contenido para las Redes Sociales (RRSS).

En este sentido, la última generación no busca empleos que le satisfagan únicamente en el aspecto económico o salarial, sino que buscan un ambiente laboral que vaya acorde a sus personalidades y valores. Los Z son una generación que gracias al mundo líquido y globalizado en el que vivimos hoy, son defensores de la igualdad de género y racial, el cuidado de la salud mental y la protección del medio ambiente, influyendo esto no solo en sus preferencias laborales, sino incluso en sus patrones de consumo y selección de marcas.

El Internet es la fuente principal de interacción entre los *centennials*, como también son llamados los jóvenes pertenecientes a la generación Z, esto aumenta exponencialmente su tiempo en RRSS y aplicaciones de mensajería instantánea, música, información, *streaming*, entre otros; repercutiendo, inclusive, en la manera en la que la Z se informa y entretiene, cada vez más alejada de los medios tradicionales.

Un claro ejemplo de esto ha sido el trabajo del *youtuber* y *streamer* español Ibai Llanos, quien entre Twitter e Instagram suma más de 10 millones de seguidores, pero incluso, las cifras individuales de estas dos redes sociales, no se comparan con los 7 millones de personas que lo siguen en la plataforma de transmisiones en vivo *Twitch*. Fue a través de esta última que Ibai puso en jaque al periodismo deportivo tradicional cuando, gracias a su nivel de exposición, obtuvo una exclusiva con Lionel Messi tras su llegada al equipo de fútbol francés Paris Saint Germain, entrevista que visualizaron más de 300 mil personas en vivo, o cuando en asociación con Gerard Piqué, famoso jugador del Barcelona Fútbol Club, consiguió los derechos de transmisión de la Copa América 2020. Fue así como los españoles pudieron disfrutar, de forma gratuita, del reconocido campeonato a través del mencionado canal.

Conocer un poco sobre lo que está haciendo esta generación, nos dará luces acerca de los valores e intereses de sus protagonistas, y según estudios de Ortega y Gasset, a esto se refería el filósofo al decir que de-

bemos indagar en el impulso vital de una generación. Los jóvenes de hoy, cuyos mayores ya están comenzando su vida profesional, serán los encargados de moldear la realidad futura, de plasmar sus ideologías y motivaciones en los cambios que inevitablemente llevarán a cabo en el mundo que heredarán de sus antecesores. Adecuar la educación a su forma de vida marcada por la modernidad líquida, asegurará que puedan recibir las herramientas necesarias no solo para comprender la historia y nuestros días recientes, sino también para que desarrollen su propio criterio e ideas para enfrentar las crisis que padecemos –y padeceremos–, y generar cambios positivos en los años por venir. Se trata de que no solo sea la generación con mayor exposición a la información, sino que también sepan administrar y hacer un buen y efectivo uso de la misma. No se trata de cantidad, sino de calidad.

Volviendo a mi pregunta inicial: ¿realmente la época en la que nacemos puede definir nuestra identidad, costumbres y tendencias? Con las fronteras líquidas que separan a las distintas generaciones que convivimos en la actualidad, bien seas *boomer*, *X*, *millennial* o *Z*, es difícil dar una respuesta certera, pero de lo que sí podemos estar seguros es de que el hombre, a través de las ideas y valores con las que se forme durante su infancia y juventud, será un elemento transformador del mundo tal como lo conocemos hoy.

*Internacionalista. Asistente del área de redacción de la revista SIC.

NOTAS:

- 1 ORTEGA y GASSET, J. (1964): *Obras Completas de José Ortega y Gasset Tomo V (1933-1941)*. Madrid: Revista de Occidente.
- 2 Los científicos sociales aún no han llegado a un consenso respecto al marco temporal exacto (inicio-fin) en el que se insertan las generaciones.
- 3 BAUMAN, Z. (2004): *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- 4 VILANOVA, N., & ORTEGA CHACÓN, I. (2016): *Generación Z: el último salto generacional*. Obtenido de Deusto Business Scholl & Atrevia: http://ethic.es/wp-content/uploads/2016/04/ResumenEjecutivo_GeneracionZ_140315-2.pdf