

Generaciones post millennials: humanistas y preocupadas por el mundo



El presente exige un cambio de paradigma en el modo en el que estamos acostumbrados a percibir la realidad.

Por | ARELY VILLA

Durante la última década, nos han bombardeado con información exhaustiva sobre la generación *millennial*, y no es para menos, pues fue parteaguas en la adaptación al mundo digital. Con los *millennials*, se revolucionó la manera de pensar y vivir el mundo.

Pero, se han preguntado ¿qué hay más allá de los *millennials*? ¿cómo será la siguiente generación? ¿qué retos implicará para las instituciones y las marcas entender a las generaciones *post millennials*?

Para responder a estas interrogantes, podemos reflexionar sobre la transformación social y tecnológica que estamos viviendo, así como la convivencia generacional y su impacto en la constitución de seres humanos hipersensibles a su realidad.

Bajo esta premisa, es pertinente tomar como ejemplo la lógica de pensamiento del nuevo modelo educativo, el cual ha generado una serie de discusiones enfocadas en lo político y económico, poniendo en tela de juicio sus alcances. Se cuestiona su viabilidad debido al rezago educativo que ha vivido el país por más de 45 años. Es decir, estamos ante una propuesta a la que no se le critica la pertinencia sino la credibilidad, al emerger de un contexto de corrupción en el que la confianza hacia las instituciones y sus dirigentes se encuentra en crisis, lo que provoca que se diluya el valor de la propuesta y se fije la atención en los errores, tal es el caso del incómodo momento en el que el Secretario de Educación Pública, Aurelio Nuño, fue corregido por una niña, situación que se viralizó con el famoso “ler”, esto sumado a la falta de involucramiento de la población promedio por revisar y leer desde una mirada crítica, la propuesta.

“Aprender a aprender” es la filosofía de la que parte el modelo y que no es otra cosa que la intención por desarrollar habilidades y herramientas cognitivas que les permitan a los alumnos seguir aprendiendo a lo largo de su vida. La relevancia de esto, radica en que se comienza a percibir a los alumnos como individuos activos, dinámicos e inmersos en contextos cada vez más

competitivos y cambiantes, donde la enseñanza del idioma inglés y el uso de plataformas digitales son una necesidad imprescindible.

En este sentido, el modelo apuesta por mirar a las generaciones *post millennials* y a pensar en la formación de individuos globalizados para quienes la inmediatez y la fugacidad en los contenidos son una característica inherente en su vida cotidiana, la lógica de “*dímelo en 10 segundos*”, inmediatez que trasciende las aulas, particularmente en la forma en cómo observan y aprenden actualmente. Es decir, estamos frente a niños y jóvenes que ya no se limitan con ser espectadores, sino que han migrado a ser productores de su propio contenido, el cual puede llegar a recorrer el mundo, proyectar la manera en que reconfiguran su realidad y tener la posibilidad de “*ser lo que quieren ser*” con un solo *slider*, *touch* o clic.

Googlear los porqué y para qué les facilita el acceso al conocimiento facilitando el que pueden convertirse en expertos en algún tema; los *vlogger* o *youtubers* se han convertido en figuras referentes y clave en su educación, así como los tutoriales en suplentes del maestro o tutor; nos enfrentamos a niños y jóvenes cuestionadores, críticos, impacientes y cada vez más autodidactas y autogestivos.

Las redes sociales se han convertido en su “mejor versión”, sumando a la construcción del auto concepto, autoestima y pertenencia. La popularidad se mide en *likes*. La tecnología es entonces, un sostén y contención emocional para estas generaciones.

Evidentemente, los cambios tecnológicos han influido considerablemente en el desarrollo emocional, cognitivo y social de los niños y jóvenes, transformando la manera en que se relacionan con otras generaciones. Sin embargo, no es el único elemento que los constituye como seres humanos y consumidores.

Hablar de *millennials*, nos sugería pensar en jóvenes digitales, idealistas, apasionados, abiertos, aunque egocéntricos en el sentido de enfocar sus esfuerzos en el cumplimiento de sus sueños. Pero hablar de la Generación “K” o Generación *Centennial*, nos sugiere hablar de jóvenes nativos digitales, globales y curiosamente realistas, comprometidos, sensibles y conscientes del panorama en el que viven.



LAS REDES SOCIALES

se han convertido en su “mejor versión”, sumando a la construcción del auto concepto, autoestima y pertenencia. La popularidad se mide en *likes*. La tecnología es entonces, un sostén y contención emocional para estas generaciones.



© iStock

**ARELLY
VILLA**

“Creo firmemente que la realidad social sólo puede entenderse cuando se vive de cerca.”

- Cuenta con 5 años de experiencia en diversos estudios de mercados, en su mayoría en el área cualitativa y de corte antropológico.

- Actualmente es integrante del grupo M30 de la AMAI México.

A la Generación “K” le tocó crecer en medio en un contexto de devastación de su planeta, de dilución de valores y de instituciones forjadas en un pensamiento del siglo XVIII, rezagadas y con una lógica conservadora basada en la competitividad y la memorización.

Aunado a lo anterior, la convivencia e influencia de otras generaciones (*Baby Boomers*, Generación X y *millennials*) los ha llevado a comprender el pasado, cuestionar el presente y pensar en el futuro.

La nostalgia heredada por sus abuelos los ha llevado a ser conscientes de los cambios en el mundo, anhelan a la reconstrucción del planeta,

se piensan en familia y sus sueños pueden estar vinculados no sólo al crecimiento personal sino al crecimiento como comunidad.

En la investigación de mercados es imprescindible marcar las fronteras y la correlación entre una generación y otra, lo que implica pensar al consumidor como un ser constituido de referentes, contextos y códigos cada vez más complejos.

Actualmente, nos enfrentamos con niños y jóvenes influyentes, decididos a cambiar el mundo, a buscar alternativas cercanas al cuidado y preservación del medio ambiente y que apuestan más a una actitud positiva que a un idealismo inalcanzable.

Ante este panorama, ¿por qué es pertinente conocer y hablar del nuevo modelo educativo? Precisamente porque pese las críticas, es una propuesta basada en el entendimiento de las circunstancias actuales y el futuro que se prevé a partir de los cambios sociales y tecnológicos.

El modelo de educación resulta pertinente al apostar por el desarrollo de seres humanos cada vez más integrales: desde lo académico, social y emocional. Propuesta que exige el involucramiento de figuras clave, tanto de los padres, profesores y del sistema educativo que ayuden a implementar el modelo educativo.



El reto es generar modelos pedagógicos que motiven a los alumnos a investigar y analizar la información que encuentran en Internet. Requieren de un acompañamiento que les enseñe a reflexionar en torno a la fugacidad y complejidad de los contenidos.



Las generaciones post *millennials* pueden sorprendernos, ya que actúan, critican y buscan posibilidades. Son seres humanos con una visión solidaria y humanitaria, independientemente de la influencia de la tecnología.

Pensar en un modelo educativo a la altura de las necesidades y exigencias de los alumnos resulta moderno y progresista. Incluir ejes vinculados al aprendizaje del idioma inglés, la interacción tecnológica, la autonomía de las escuelas y una nueva pedagogía asociada a habilidades socioemocionales y el cuidado del medio ambiente, nos lleva a pensar en seres humanos dotados de habilidades para responder a los retos sociales, laborales, tecnológicos y de consumo de un futuro que pinta cada vez mas globalizado.

Esto exige a las marcas y agencias de investigación pensar el mundo a partir de los cambios generacionales, tecnológicos y sociales, matizando en los contextos y en la comprensión de los códigos de comunicación. Hoy no podemos separar el mundo *offline* del *online* y tampoco podemos asumir que el ser humano está conectado totalmente con la tecnología. Su mejor versión está por venir y todos somos y debemos asumir la responsabilidad de empezar a tejer el camino y



Los atributos de la Generación K frente a las aportaciones del Nuevo Modelo Educativo

El titular de la SEP, Aurelio Nuño, presentó el mes pasado el nuevo modelo educativo, resaltando las necesidades de transformar el sistema. Aunque aún no entra en vigor y ha generado distintas opiniones, es una propuesta que conecta con las necesidades personales y estructurales de la Generación K, jóvenes nacidos después de 1995.

La Generación K busca dinamismo en el proceso de enseñanza, incluyendo recursos tecnológicos

Se comportan críticos y dispuestos a asumir compromisos

Buscan participar de experiencias que les generen satisfacción y felicidad personal



- Desarrollo de habilidades
- Aprendizaje en línea
- *Vloggers* o *youtubers*



- Multiplataforma
- Productores de su propio contenido
- Control sobre el contenido



- Libertad de expresión
- Equidad de género
- Defensores de ideales

El Nuevo Modelo Educativo vincula la educación hacia un perfil más global, basado en la inclusión, la co-participación y la preparación de seres humanos integrales que reconstruyan a favor del cuidado del mundo.

vislumbrar el futuro de las nuevas generaciones y del mundo que queremos vivir todos.

Para las generaciones post *millennials*, el futuro es volver al origen. #

