



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES

**“Más allá del cyborg la Generación “Y”: sin
frontera entre lo natural y lo artificial”**

REPORTAJE

**Elaborado en el
*Curso-taller para la Titulación en
Trabajo Periodístico Escrito***

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO(A) EN COMUNICACIÓN Y
PERIODISMO**

PRESENTA:

Morales Zamora Gabriela Nayeli

**ASESOR(A): Lic. De la Guerra Martínez María del
Socorro**





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la vida la oportunidad de nombrar con todo mi amor a las personas que con su apoyo y lealtad me acompañaron a lo largo de este camino profesional y que sin su respaldo no hubiera sido tan satisfactorio.

A mis padres Roberto Zamora y Armanda Zamudio por fortalecer mi corazón, ser mi soporte, creer en mi y darme la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida, y sobre todo por ser un excelente ejemplo de vida.

A mis más grandes ejemplos de fortaleza Lalito y Marco, dos hermanos intachables que han llenado mi vida de alegrías, amor y aprendizaje, unidos siempre me han enseñado lo mejor de la existencia, la dedicación y el honor.

A mis tíos por amarme y tolerado tano, por apoyarme en aquellos momentos de necesidad y por ayudar a la unión familiar.

A Carlos por ser una parte muy importante de mi vida, por ser un hermano y un ejemplo desde el día en que lo conocí, a su lado cada risa y llanto han significado más que eso, en gran parte mi fortaleza es gracias a él.

Y por supuesto agradezco a mí tan querida universidad por ser la institución en la que he madurado y que me ha dado el arma más significativa de la vida, una carrera profesión, gracias Universidad Nacional Autónoma de México, con toda lealtad en mi corazón llevo los colores azul y oro.

PRESENTACIÓN

Caminando por una ciudad tan grande, como lo es la ciudad de México, observo a toda esa gente que vive día a día enajenada en su quehacer cotidiano y en su rol social.

Paseantes que transitan perdidos en el aire y en sus rostros miradas que se pierden en el vacío infinito de una calle o una banqueta, en donde muchas veces su presencia pasa inadvertida como una sombra entre la muchedumbre.

Monstruos, sombras y fantasmas que conforman esta magnificencia globalizada y que también viven en la utopía experimental *online*, existiendo a la vanguardia y la moda.

Sin embargo, ¿de qué estamos formados nosotros los nuevos habitantes de sitios, reales y virtuales?, ¿hacia dónde vamos cuando muchos de nosotros tuvimos como tutor a la televisión en nuestra infancia?

En ocasiones, desde el amanecer hasta que anocheía impulsados por el desenfado del no tener qué hacer, mis hermanos mayores y yo entendíamos que la vida funcionaba según la programación en televisión o el Nintendo; imaginábamos que nuestra existencia sería a la Súper Sonicos, en un mundo lleno de ficción con carros volando y todo perfectamente diseñado para construirnos un futuro perfecto.

Máquinas robotizadas a las que les enseñaríamos desde cómo reír hasta cómo llorar; actualmente ¿qué tan cerca estamos de eso, cuando ya todos funcionamos tecnológicamente en nuestro exterior? Nos parece imposible la televisión sin cable o la computadora sin Internet, si no vemos carros volar sólo hay que preguntarnos ¿qué nos tiene preparado el futuro? o mejor aun ¿qué futuro está preparando la Generación “Y”?, ¿cuál es el límite?

Todos hemos eludido la realidad a través de la música que proviene del iPod, o cualquier otro dispositivo que compacte los kilobites de las canciones, videos y fotografías previamente descargados de la Internet; es así como hoy funciona la evolución humana: unir lo artificial o externo con lo biológico o interno, para actualizar el cuerpo/mente mediante la simbiosis funcional con la tecnología.

La Generación “Y” está viviendo una lógica de distancia, basada en utópicos sitios fuera del mundo para tener una segunda oportunidad de existir en una realidad diseñada según las necesidades digitales y tecnológicas, hallando variedad no sólo en las marcas del mundo globalizado y el frenesí consumista, sino que busca pertenecer a una de las conformadas comunidades cibernéticas.

Con fines de integración, socialización o reconocimiento incluso laboral o de la misma manera para comprar o cambiar productos o simplemente como medio de consulta, es inevitable que la generación esté fuera de la tecnología y el consumismo, y si así fuera ¿por qué?

En este reportaje, se distingue a esta Generación que crece cronológicamente cada día más, mutando, convirtiéndose en Cyborg, cuya diferencia más notoria se encuentra en oposición a la Generación “X”, quienes ven ante ellos a personas con más habilidades y decisiones a edades tempranas.

Porque el cambio no es sólo en el aspecto tecnológico e ideológico, sino también en el biológico, donde cada vez más se revela nuestra plasticidad, la maleabilidad de nuestra subjetividad.

Y la inevitable interpretación que vivimos con el mundo, donde el empeño por el control se acentúa.

Han llamado a la Generación “Y”, “la *generación de la muerte*”, sin intereses ni motivaciones, ¿A caso seremos una humanidad cosificada la cual ve a la tecnología como una extensión del ser, en donde al parecer los intereses más comunes son Facebook, Twitter, el VH1 y MTV?

En el capítulo 1 haré uso de las técnicas de investigación con textos de Douglas Coupland y Paula Sibilia entre otros. También emplearé como técnica de campo la entrevista, con enfoque médico para explicar el desarrollo neuropsicológico de dicha generación.

Para el capítulo 2 citaré argumentos de Gilles Lipovetzki y otros autores para definir conceptos y enriquecer los temas de este capítulo.

La información del capítulo 3 se fortalecerá con las entrevistas a profesores de distintos grados educativos así con las estadísticas que proporciona el INEGI en datos de educación y trabajo.

ÍNDICE

• PRESENTACIÓN	
CAPÍTULO I. APARICIÓN Y EXPRESIÓN DEL FENÓMENO “Y”	1
• SEMILLA DE UN CAMBIO	1
• ANTES DE LA “Y” LA “X” Y OTRAS MÁS	9
• REPROYECCIÓN DE LOS SERES HUMANOS	15
• TECNOCOSMOS DIGITALES	19
CAPÍTULO II. LOS SUPUESTOS DE LA EXISTENCIA IDEAL	27
• POR VER UN PIXEL DE TU VIDA	28
• LA RED, UN MERCADO PARA VENDERSE Y COMPRAR	33
• TV: MÁS QUE ENTRETENIMIENTO	
UNA IMPOSICIÓN IDEOLÓGICA	36
• EL <i>SHOPPING</i> COMO BASE DE LA ACTIVIDAD PÚBLICA	39
CAPÍTULO III. EL LEGADO DE LA GENERACIÓN “Y”	46
• ACTITUDES Y APTITUDES DE LA GENERACIÓN “Y” EN EL APENDIZAJE	46
• REMODELANDO LA EDUCACIÓN	51
• INNOVACIÓN EN EL SISTEMA DE PRODUCCIÓN	53
• GENERACIÓN “Z”, NIÑOS DE LA ERA DIGITAL	55
CONSIDERACIONES FINALES	59
FUENTES DE CONSULTA	61

CAPÍTULO I

APARICIÓN Y EXPESIÓN DEL FENÓMENO “Y”

SEMILLA DE UN CAMBIO

El primer pensamiento que me vino a la mente fue que yo tenía un rostro, manos, brazos, y toda la estructura mecánica de los miembros que se puede ver en un cadáver y que llamé “el cuerpo”.

René Descartes



Ilustración irreal de un Cyborg, manifestación predominante en la Generación “Y”. Editado de por Daniela Castillo, diseñadora grafica, y tomada del banco de imágenes de sxc/hu.

El mundo está cubierto de polvo radiactivo y es más difícil averiguar si los dientes, el pelo o los órganos internos de una persona son genuinos, o descifrar qué animales son imitaciones eléctricas porque hay que ocuparse del “animal” como si fuera de verdad, es la era de la Última Guerra Mundial Terminal, donde los

humanos “reales” y androides emigran a Marte para conseguir una “vida” mejor.

Este panorama lo planteó Philip K. Dick en 1968 en su novela de ciencia ficción *¿Sueñan los androides con ovejas eléctricas?*, y ahora no parece tan lejano ni tan irreal esta imagen futurista de la existencia humana.

Para 1981 brota en el mundo, el ahora revolucionado humano *postorgánico*, noción establecida por Paula Sibilia para referirse a la simbiosis entre mente,

cuerpo y mecanismo. Paulatinamente, lo natural pierde sus límites ante lo artificial y la tecnología va definiendo a una generación siempre conectada, semi-sincronizada e informatizada, con la necesidad de fusionar al organismo con lo cibernético para convertirse en Cyborg.

La Generación “Y” comprende la última veintena de años del siglo pasado. El término se dio a conocer en las páginas impresas de la revista semanal neoyorkina, *BusinessWeek* en 1999. Emplea la expresión “Y” para definir al bloque sucesor de la generación “X”, y se refiere a ella como una marca comercial a nivel mundial.

Sally Bibb en su libro *Generación Y for Rookies*, los refiere como *nativos digitales*, ya que aprenden la tecnología a la vez que su lengua materna, no necesitan traducir sus aplicaciones, a diferencia de los *extranjeros*, siempre obligados a definir este lenguaje.

La característica prominente de esta cohorte demográfica es su dominio hacia lo tecnológico-cibernético, desarrollan comúnmente multitareas como, mandar mensajes mientras trabajan en el portátil, escuchan música en el MP3 y ven la televisión a la vez, lo que deriva en un fenómeno denominado *conciencia parcial continua*.

El concepto introducido en 1997 por la vicepresidenta de *Microsoft*, Linda Stone, desarrolla una coevolución entre tecnología e inteligencia, afirma que las personas y sistemas digitales se convierten en más rápidos, más sofisticados y más capaces en la misma medida.

En un artículo publicado en la página oficial de la compañía en enero de 2008, señala que se trata de aprender para adaptar pensamientos y expectativas a sistemas digitales, a la vez que la inteligencia crea sistemas cada vez más complejos y poderosos para satisfacer cierta expectativas.

Los conceptos que Stone va desdoblado en el artículo sobre su idea de coevolución entre mente y tecnología, van de la *conciencia continua parcial* a la

atención continua parcial, ésta no sólo se limita al desarrollo de multitareas o pluriactividades, es el deseo de *conectar* y ser *conectado*, según la investigadora. En todo momento se quiere estar al tanto de todo el entorno (*online* y *offline*) en busca de oportunidades, actividades y contactos.

Estar activos, ocupados, conectados y ser reconocidos es prestar *atención continua parcial*, es poner esfuerzo en no perder nada, lo que constantemente obliga a estar en una situación artificial que se percibe como crisis.

Esa es la materia prima de esta generación de *hardware*, *software*, dispositivos móviles, tarifas planas de conexión a Internet inalámbrico, y de los entornos denominados *Web 5.0*.

En el sondeo mundial que anualmente realiza la *BusinessWeek* sobre las cien marcas más reconocidas de todos los continentes, *Blackberry*, *iPhone 4*, *iPad2*, *Skype 5.2*, *Twitter*, *Facebook*, están posicionadas como líderes a nivel mundial, porque brindan plena cobertura tecnológica y social en cualquier lugar y a cualquier hora.

A la teoría de Linda Stone se suman más científicos que aportan suposiciones sobre la evolución entre el humano y la tecnología, es el caso de James Cascio, ecologista e investigador del Instituto para la Ética y las Nuevas Tecnologías, quien en conferencia afirmó que avanzamos desde un mundo de *atención continua parcial* hacia un mundo de *conciencia continua aumentada*, es decir, que estamos entrando en una nueva fase de evolución, así fue publicado el 17 de febrero de 2008 en el diario *El País*.

Señala que, la Generación “Y” va hacia una *evolución auto diseñada* en el que es capaz de cambiar y mejorar su ADN.

Afirma que, durante el próximo siglo, descubrirá cómo modificar tanto la inteligencia, instintos y agresividad, rediseñando al ser humano, para reducir o eliminar el riesgo de auto-destrucción, a través de máquinas inteligentes

basadas en componentes mecánicos y electrónicos, que podrían reemplazar en algún momento la vida basada en el ADN.

Ahora ciertos cambios se comienzan a manifestar a nivel biológico, la Generación “Y” ha desarrollado más el hemisferio derecho del cerebro, aquel que piensa y recuerda en imágenes, por el surgimiento de estímulos que no existían antes, asevera Adolfo Bonilla, neuropsicólogo del Instituto Nacional de Neurología y Neurocirugía, “Manuel Velasco Suárez”.

Así mismo menciona que la educación compite hoy con consolas de videojuego inteligentes, la Internet y canales de televisión con programación y divulgación dirigida a dicho hemisferio cerebral.

Generando un compromiso más para la educación desde el punto de vista de la modernización, pues los educadores deberán aprender a estimular regiones del cerebro que quizás antes jamás se hubieran pensado.

La Generación “Y” tiene todo tan al alcance de la mano que cuando quieren saber algo, recurren a buscadores informáticos o buscan ayuda virtual en sus redes sociales de Internet para encontrar la respuesta.

Su conocimiento se va formando a través de experiencias *online* y por eso aprender datos en clase puede parecer aburrido, ¿por qué perder tanto tiempo aprendiendo cosas innecesarias que se pueden aprender fácilmente por medio de un buscador?, porque el acceso a la red es inmediato, así como las respuestas.

En la encuesta realizada en octubre de 2011 por la Asociación Mexicana de Internet, A.C. (AMIPCI) Iván Marchant, quien es *Country Manager* de *comScore* para México, mostró un estudio sobre la situación de la Internet en México, en el que se concluyó que, en el país, el incremento del número de usuarios del ciberespacio fue de 2.8 millones, de estos el 45% oscilan entre los 14 y 25 años.

Pasando 32.7 horas en línea al mes, ocho horas más que el usuario mundial de la misma edad. Cabe destacar que la búsqueda informática es la actividad más realizada en México con un 89%, duplicando su alcance por parte de las redes sociales tipo *Facebook* y *Twitter* multiplicándolo por nueve.

También el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), reveló en un ejercicio demográfico en diciembre de 2010, que en el Distrito Federal un millón 181 mil 579 hogares tienen computadora. Lo que la convierte en la entidad con mayor número de personas que cuentan con este aparato; sin embargo, la adquisición de éste no se traduce a cibernautas.

Son 4.11 millones de capitalinos los que tienen acceso a la red por distintos dispositivos y el rango de edad oscila entre los 12 y 20 años, es decir, jóvenes perteneciente a la Generación “Y” usan la comunicación virtual con distintos fines.

El interés del joven capitalino se reduce a la búsqueda constante de páginas cibernéticas a través de buscadores comunes, como *Google* o *Wikipedia*; sin embargo la investigación en Internet muestra que la velocidad a la que buscan sugiere que se destine poco tiempo a evaluar la información encontrada respecto a su relevancia.

Su aparente facilidad para manejar computadoras, esconde algunos problemas preocupantes como el analfabetismo informático y el consumismo espontáneo. Códigos concisos en su palabra escrita, les hacen brindar su confianza a gente en línea sólo fijándose en si cumplen su promesa de ventas en *MercadoLibre* o si escriben reseñas fiables y honestas de productos.

Su filosofía de vida y su conocimiento del mundo, así como sus intereses están en sitios *Web* a través de correos electrónicos o mensajes de texto de teléfonos celulares, orientada a la preservación y generación de amigos, relaciones sentimentales, familia, conocimientos y hasta sus compras cotidianas y lujos.

La Generación “Y” encaja en la definición de sociedad flexible, basada en la información instantánea, la estimulación y práctica satisfacción de necesidades, no obstante, el significado de ideología “Y” recae en el nuevo proceso de identificación con uno mismo para organizarse y orientarse en sociedad, señala Andrés Roemer en su libro *NO un imperativo de la generación next*.

La unidad “Y” como bloque pluricultural: erigiendo identidades

Cierta tradición occidental lleva a pensar al ser humano como una criatura dotada de una profundidad abismal y frondosa, en cuyos oscuros recovecos se esconde un bagaje tan enigmático como ilimitado: su yo.

Todos los sedimentos de la experiencia vivida y de la imaginación de cada uno están contruidos sobre la base de la experiencia social. Se supone que si fuera posible conocer todo lo que está resguardado bajo la piel y cobijado en el núcleo esencial de cada individuo sería capaz de revelar lo que es cada uno de nosotros.

Sus contornos apenas pueden intuirse ocasionalmente, como un destello que súbitamente reluce y enseguida se apaga. Entrevisto de manera oblicua, nublada, confusa, ya sea por casualidad o tras un arduo trabajo de introspección queremos ver qué constituye la materia más íntima de nuestro ser: nuestra identidad.

Gilles Lipovetsky en su libro *La era del vacío*, mencionó que la identidad es la poesía del alma, es el reflejo del ser que se ha construido a partir de la socialización para formar una imagen compleja de uno mismo que muestre la forma de actuar coherentemente según lo pensado, mutando conforme el desarrollo de la personalización.

Al gestionar el comportamiento para que prevalezcan las acciones privadas, el deseo, la comprensión y la tolerancia, la Generación “Y” encuentra la realización del sujeto en el proceso de individuación, interiorizando para poder lograr a

plenitud una apertura con los demás y conseguir intercambios complejos con otros seres humanos, señala Lipovetsky.

Esta generación se conduce conforme a la lógica individualista, el derecho a la libertad la ha conducido a escoger íntegramente el modo de existencia de cada uno, hecho social y cultural que ha provocado la expansión del yo.

La búsqueda de la propia identidad ha dado como resultados movimientos alternativos, diversidad de ideologías dentro de un mismo bloque generacional que incluso el consumo ha aprovechado. La gente se agrupa en redes situacionales para convivir con personas que compartan el mismo comportamiento y creencias.

La necesidad de identificarse y pertenecer a grupos afines a uno mismo, ha estado latente dentro de las sociedades desde mucho tiempo atrás. Sin embargo, actualmente dentro de la unidad “Y” se desarrollan diversas agrupaciones que coinciden bajo el código de tolerancia, se manifiestan al desencajar de la cultura perteneciente y se les ha catalogado como *tribus urbanas*.

Los antecedentes culturales, expresiones y experiencias personales han guiado el sentido de identidad hacia sociedades que muestran el mismo comportamiento, y se busca encajar en ellos, usualmente en la adolescencia (etapa de la vida conflictiva a nivel social, que supone el paso de la infancia a la madurez) se trata de un proceso cuya culminación responde a la completa definición de una personalidad forjada.

Según José Agustín en *La contracultura en México*, la definición de tribu urbana proviene de *subcultura*, siendo ésta un sistema de normas y valores de cierta autonomía, aunque sin desligarse de la cultura global. Son jóvenes cuyas asociaciones están basadas en un mismo estilo de vida y actividades.

Son más comunes en las grandes urbes o metrópolis, donde la complejidad y el inmenso tamaño de la ciudad y la sociedad crean una sensación de alienación o aislamiento a nivel individual.

La antelación de subcultura es contracultura, término acuñado en la época de la posguerra en Estados Unidos como una rebeldía contra los llamados “hombres estables”. Ultraconservadores mayores de 35 años, cuya mentalidad contrastaba en forma violenta con los movimientos contraculturales de esos años, tales como el movimiento *hippie*.

En México, José Agustín define contracultura como toda una serie de movimientos y expresiones culturales, regularmente juveniles, colectivos, que rebasan, rechazan, se marginan, se enfrentan o trascienden la cultura institucional.

En el país la primera manifestación contracultural tuvo lugar el 11 de septiembre de 1971 en Valle de Bravo, con el concierto de Avándaro, albergando a cien mil personas en un festival de rock nacional al aire libre.

En la actualidad, existen en México una vasta variedad de tribus urbanas que intentan vivir al margen de la sociedad con su propia cultura y diferenciándose del resto. Especialmente caracterizados por su vestimenta, evolucionan hacia una estética dictada por los cánones de la moda.

No se puede aislar el aspecto ideológico del físico, es prioridad mostrar de forma congruente lo interior en el exterior, por ello es común ver en la ciudad personajes extravagantes o fácilmente identificables a un grupo, incluso conviviendo en un mismo lugar como en el Multiforo Cultural Alicia, u otros recintos que permiten la mezcla de tribus con tolerancia y respeto.

La Generación “Y” quiere formar parte, integrarse y mostrarse, con sus creencias que no pretenden redimir al mundo, sino completarse a sí mismo y buscar la trascendencia consigo y quizá con los demás.

El proyecto de vida de la Generación “Y” es a corto plazo, se centran en la satisfacción inmediata, así como en sus relaciones interpersonales. Tal vez es contradictoria la forma de involucrarse, porque la convivencia internauta ha *acercado a los que están lejos y alejado a los que están cerca.*

Pasan más horas del día concerniendo con personas a la distancia, vía salas de conversación en Internet, que con gente que está físicamente presente, esto por un lado; y por otro, conciben el futuro estableciendo una relación profunda, que les brinde plenamente un panorama de estabilidad, crecimiento y perdurabilidad.

ANTES DE LA “Y” LA “X” Y OTRAS MÁS

En la huella histórica de la existencia humana se han perfilado diferentes manifestaciones sociales, con características específicas que las distinguen. En su conjunto se les denomina generaciones, pueden aparecer en periodos de 10 a 20 años y éstas a su vez tienen formación e influencia parecidas, con una postura definida, así como un objetivo preciso y concreto.

El entorno bajo el cual se desarrollan determina su conducta ante el mundo, aspectos culturales, políticos, sociales, tecnológicos, económicos, etcétera, encauzarán el compartimiento de individuos ante ciertas circunstancias, marcando su carácter y su posición ante la vida.

La escritora Sally Bibb en su libro *Generación Y for Rookies*, muestra un registro sobre distintas series sociales que encajan en bloques históricos y presentan características en común. La catalogación de los cambios data desde 1883.

Generación Perdida (1883-1899)

Una nueva estética narrativa nace en Norteamérica en la época de la Primera Guerra Mundial, inspirada por el estancamiento cultural, la pobreza y la

delincuencia que en el país se vivía mientras se promovía una visión capitalista de éxito y bienestar.

El término fue originalmente acuñado por la escritora Gertrude Stein, para definir a un grupo de literatos estadounidenses radicados en París, Francia, desilusionados con la tendencia a la que se encaminaba la cultura americana, el pensamiento y la política.

John Steinbeck, Hemmingway, F. Scout-Fitzgerald, Cummings y McLeish, Dos Passos y William Faulkner, encabezan el grupo que pretendía combatir el radicalismo. La crisis moral de su país de origen les llevó a romper con el realismo y a incorporar las innovaciones estéticas del arte europeo.

En Europa se percibía una serie de grandes desarrollos culturales y literarios, tales como el comienzo del existencialismo en Francia, que se relacionó estrechamente con las tendencias psicológicas literarias de un monólogo interno y la corriente de la conciencia en Reino Unido e Irlanda.

España también fue parte de este movimiento. Cuestionó la política, la literatura social y las normas de la personalidad. Muchos de los integrantes del grupo se identificaron con las luchas populares contra la injusticia y la opresión e incluso lucharon en contiendas contra las mismas.

Generación Interbellum

(1900-1913)

Interbellum es un término derivado del latín que significa inter-dentro y dellum-de la guerra, dentro de la guerra, que se utiliza para referirse a personas nacidas en los Estados Unidos durante la primera década del siglo XX.

El nombre viene del hecho de que los nacidos durante este tiempo eran demasiado jóvenes para haber servido en el ejército durante la Primera Guerra Mundial, y fueron en general demasiado viejos para servir como personal en la Segunda Guerra Mundial.

Esta participación muda entre ambos movimientos bélicos los convierte en espectadores de rencillas entre potencias de alrededor del mundo, que formaron en ellos un carácter de generosidad y buena voluntad.

Tenían la necesidad de participar en un mundo movilizadado por la guerra, en enfrentamientos militares de escala europea y acciones agresivas que dieron como resultados no sólo guerras consecutivas, sino que esta generación fue víctima del hambre extrema y testigo de un sinnúmero de muertes violentas.

Generación Grandiosa (1914-1924)

Las personas de esta generación son los niños que nacieron, vieron y sobrevivieron a los enfrentamientos bélicos de la Primera Guerra Mundial, y como característica fundamental es que dio muchos personajes destacados.

Suceso grandioso, ya que éste es el periodo en el que se dieron acontecimientos súmamente crueles que involucraron a más de la mitad del planeta, las disputas entre potencias por el dominio de la tecnología, la economía, la política, y el predominio comercial e industrial.

Desató un enfrentamiento que marcó el rumbo de las nuevas tecnologías militares y la posición de los imperios ante la descolonización e independencia de varios Estados.

Generación Silenciosa (1925-1939)

Más de dos décadas fueron marcadas por el cambio radical de la relación entre fuerzas internacionales, la consolidación de regímenes autoritarios, los avances técnicos y por el contraste entre un enorme desarrollo del capitalismo en la década de 1920 y su mayor crisis en la década de 1930.

Éste fue el panorama en general al final de la Primera Guerra Mundial y en los albores de la Segunda. Contexto en el que nace la llamada Generación Silenciosa.

Debido a que se manifiesta durante el tiempo de guerra y el período postbélico, se adaptaron a un ambiente de escasez, valorando la austeridad, en donde los valores de sus padres se contradecían con los de la vida moderna.

Las metas sociales de paz y prosperidad nacional son importantes para este grupo. Como regla, ellos son pragmáticos y disciplinados.

Generación de la Posguerra (1940-1960)

Posterior a los enfrentamientos bélicos se desvanece la confianza que la humanidad tiene hacia los ideales de bienestar y progreso, da inicio la reconstrucción mundial y comienzan a forjarse nuevos fines de organización social.

Se plantea un modelo universal con conceptos estadounidenses, y empiezan a surgir organismos e instituciones que regularan y controlaran ciertos aspectos de índole humana, económica, política, etcétera, y tienen como único objetivo brindar a la población mundial seguridad y confianza.

Con este nuevo replanteamiento global surgen manifestaciones de gente perteneciente a la generación de la posguerra, cuya característica es la prevención y anticipación de todo lo que les rodea, así como asumirse y resignarse ante circunstancias que son incapaces de cuestionar por temores arraigados.

La visión de estabilidad de la generación radica en el hecho de la productividad para alcanzar la plena certeza del bienestar en la adquisición, lo que cubrirá sus mayores intereses, respeto, poder, influencia, dinero y responsabilidad.

La ambición con la que está planteada su perspectiva de vida de la mayoría de los de la posguerra es de crecimiento, se ha creado para ellos un modelo especial de ahorro, de jubilación y de gastos que van siempre encaminados a hacerles sentir el poder del entorno.

Generación "X"

(1960-1980)

En este periodo el modelo estadounidense continuó influyendo en una diversidad de países y al mismo tiempo la generación "X" nace dentro de este contexto histórico en donde la "estabilidad" económica y política sigue siendo consecuencia de adoptar los paradigmas norteamericanos.

Fijando en la mente de los hombres la relevancia del ser "útil" para alcanzar un lugar que les permita ser reconocidos y valorados como personas mejor preparadas y especializadas.

El desarrollo económico que se vivía y la tranquilidad generada, también se vislumbra en México, el llamado *Milagro Mexicano* define el camino hacia el crecimiento sostenido por el que se orientaba el país, para llegar a formar una nación moderna e industrializada.

Aun así, empezaron a manifestarse inconformidades por parte de la población en general. A finales de los 60 México y Francia fueron escenarios de movimientos estudiantiles cuyas ideas revolucionarias provocaron la transformación en la visión del mundo entero.

Los modelos seguidos en la producción y el desarrollo comienzan a caducar y aparecen las crisis económicas. Es preciso un cambio, y en medio de el se manifiesta la generación "X".

Ideales y perspectivas rompieron, sin querer, con lo establecido, lo que provocó que todos a su alrededor los voltearan a ver esperando comprender a una

juventud incrédula, que estuvo inmersa en la caída de historias, ideologías y filosofías.

A la generación le tocó vivir en una época llena de cambios, de reajustes económicos y políticos, de inestabilidades y fracturas que también rompieron con su esperanza e interés general.

Según Rubén Darío Vázquez, maestro de la FES Aragón, en su trabajo de titulación de licenciatura, *Generación X y Medios Masivos*, plasma las características de la generación, siendo éstas, apatía política, apatía ideológica, no identificación con los valores de la época, hedonismo, falta de un proyecto de vida, incapacidad para establecer relaciones interpersonales profundas o duraderas y, finalmente señala, que la generación X es un fenómeno urbano.

Se considera que Douglas Coupland, escritor canadiense fue quien popularizó el término en su obra de 1991 del mismo título, *Generación X*, en donde muestra la vida de tres jóvenes que han abandonado sus respectivos domicilios familiares y han iniciado una vida poco menos que sedentaria.

La asociación negativa que se le da a lo *equis*, el cambio en las actitudes de esta generación hace precisar que algo detrás de los jóvenes los conducía a un camino incierto lleno de desesperanza.

Darío Vázquez asegura que la generación "X" se encontraba sola, viviendo lo más aceleradamente posible, amparados sólo bajo el velo de su indiferencia e incredulidad, sin esperar a que nada cambie, sólo que pase el tiempo.

La generación "X" vio de cerca la introducción de las nuevas tecnologías, la Internet como medio social, el consumo como forma de vida y el desvanecimiento de teorías ideológicas.

El concepto GX es negativo por si sólo porque no comprende, es decir, no implica orientación de ninguna especie, ni obliga a actuar de ninguna forma: se

trata de observar la vida y no involucrarse en nada, mantener una actitud contemplativa frente a todos y a todo.

Por otra parte, proporciona identidad a una generación de jóvenes que de repente se encontraron frente al mundo sin nadie que les dijera qué hacer con sus vidas; la X proporciona identidad a la no identidad, sitúa dentro de la historia y hace que esta generación no se vuelva transitoria, sino la coloca en el tiempo y espacio de esta era, asevera Rubén Darío Vázquez.

REPROYECCIÓN DE LOS SERES HUMANOS

Llegó el momento de preguntarnos si un bípedo, que respira, con visión binocular y un cerebro de 1.400 centímetros cúbicos es una forma biológica adecuada. No puede con la cantidad, complejidad y calidad de las informaciones que acumuló; lo intimidan la precisión y la velocidad. [...] El cuerpo no es una estructura ni muy eficiente, ni muy durable; con frecuencia funciona mal. [...] Hay que re proyectar a los seres humanos, tornarlos más compatibles con sus máquinas.

Stelarc, artista performance australiano cuya obra se centra en la ampliación de las capacidades del cuerpo humano.

Algunas características biológicas trazan y delimitan el horizonte de posibilidades en la vida de cada individuo, pero es mucho lo que esas fuerzas dejan abierto e indeterminado. Y es innegable que nuestra experiencia también está modulada por la interacción con los *otros* y con el mundo.

Por eso resulta fundamental la influencia de la cultura sobre lo que se es. Y cuando ocurren cambios en esas posibilidades de interacción y en esas presiones culturales, el campo de la experiencia subjetiva también se altera, en un juego por demás complejo, múltiple y abierto.

Sin embargo, en qué punto las permutas culturales trascenderán del plano psicológico al biológico.

En consulta con un especialista del sistema cerebral, en un aula que sin duda ha visto pasar varias generaciones, se delibera sobre la evolución del órgano más complejo que controla y regula las acciones y reacciones del cuerpo: el cerebro de la Generación “Y”.

Luis Adolfo Bonilla Sánchez, egresado del Instituto Mexicano del Seguro Social, y neuropsicólogo del Instituto Nacional de Neurología y Neurocirugía, “Manuel Velasco Suárez”, señala con exactitud que el cerebro es un miembro constituido por miles de fibras nerviosas y por distintas partes que de forma independiente efectúan precisas funciones, pero que en su totalidad definen la vastedad del hombre.

Con actitud de plena confianza y seguridad va desglosando el porqué la Generación “Y” ha desarrollado más el hemisferio derecho de la masa encefálica.

Afirma Bonilla que el hemisferio integrador es centro de las facultades visoespaciales (analizar y comprender el espacio) no verbales, se ubican la percepción u orientación espacial, la conducta emocional (facultad para expresar y captar emociones), controla los aspectos no verbales de la comunicación, intuición, reconocimiento y recuerdo de caras, voces y melodías.

“Diversas exposiciones han demostrado que en la Generación ‘Y’ el hemisferio dominante es el derecho, por lo que estudian, piensan, recuerdan y aprenden en imágenes, como si se tratara de una película sin sonido. Son muy creativos y tienen muy desarrollada la imaginación”, asegura el neuropsicólogo.

El doctor Luis Adolfo afirma que lo representativo de la generación en el impacto social de la tecnología, es que ha generado cambios que antes tardaban varias generaciones.

Esto se debe a una característica propia del cerebro humano que nos permite adaptarnos al entorno y, en definitiva, a sobrevivir: la plasticidad del cerebro se expresa en tres niveles”, señala Luis Adolfo.

“La sinapsis -conexión entre neuronas- se hace más rápida, por ejemplo, que los niños muevan sus pulgares con destreza y rapidez.

La capacidad de establecer nuevas conexiones es lo que ayuda a realizar mejor una tarea; y el uso de zonas del cerebro para otras actividades según los requerimientos.

Existen casos de niños que han perdido un hemisferio completo de su cerebro y el otro ha asumido completamente las funciones del faltante”. Señala que incluso ha conocido a adultos con un desarrollo completamente normal, en los que se descubre por casualidad en un escáner cerebral, la ausencia prácticamente completa de un hemisferio cerebral, cosa que había pasado completamente desapercibida.

Estos fenómenos de plasticidad cerebral se manifiestan en los casos de infartos o hemorragias cerebrales, permitiendo la recuperación de funciones que eran previamente ejecutadas por las zonas lesionadas.

“Este tipo de cambios ha sido demostrado en monos a los cuales se les secciona el pulgar y la zona dedicada a éste, en la corteza cerebral es invadida por los otros dedos. Estas experiencias demuestran que el cerebro se desarrolla de acuerdo a estímulos, pero siempre dentro de un límite”, sostiene el neurólogo.

Sustenta que, la plasticidad cerebral se manifiesta principalmente durante la etapa de mayor desarrollo del hombre, del nacimiento a los cinco años. Después se va perdiendo paulatinamente sin desaparecer nunca del todo, cuestión que está determinada en nuestra información genética.

El desarrollo del lenguaje, implicó un cambio importantísimo para el hombre, al igual que la necesidad de potenciar las capacidades viso-espaciales para cazar animales y defenderse, afirma.

El doctor apunta que en estos casos, desarrollar estas habilidades se transformó en una ventaja selectiva, es decir, aquellos que las poseían tenían mayores probabilidades de reproducirse y a la larga toda la especie pasó a tener estas características.

Es así como también la exposición diaria a las tecnologías digitales, como el Internet y los teléfonos "inteligentes", podría alterar el modo de funcionamiento del cerebro, indica.

Luis expresa que cuando el cerebro pasa más tiempo abocado a tareas relacionadas con la tecnología y menos tiempo expuesto a otros seres humanos, se aleja de las habilidades sociales fundamentales como la de interpretar las expresiones faciales durante la conversación.

Así, los circuitos cerebrales involucrados en los contactos cara a cara se pueden ir debilitando. Eso podría conducir a una inhabilidad social, a la incapacidad de interpretar mensajes no verbales, aislamiento y menor interés en el aprendizaje tradicional en clase, sugiere.

“El efecto es mayor en los llamados nativos digitales: los adolescentes y veinteañeros que han estado inmersos en el mundo digital desde su infancia”, afirma el Luis Adolfo.

Considera importante ayudarles a mejorar sus habilidades sociales, como también auxiliar a la gente mayor, *los inmigrantes digitales*, a mejorar sus habilidades tecnológicas.

Hace más de dos mil años, Sócrates advirtió acerca de una revolución informativa diferente: el avance de la palabra escrita, que consideraba un modo más superficial de aprender que la tradición oral.

Más recientemente, el advenimiento de la televisión suscitó preocupaciones de que haría a los niños más violentos o pasivos e interferiría con su educación.

Small, quien describe sus preocupaciones en un nuevo libro titulado *Cerebro: Sobreviviendo la alteración tecnológica de la mente moderna*, admite que no tiene evidencias irrefutables de que la tecnología digital esté cambiando la conformación del circuito cerebral. Pero su argumento es muy interesante y desde luego estimulante, aunque difícil de demostrar, opina la neuropsicólogo.

Cabe señalar que el hemisferio izquierdo es la parte motriz capaz de reconocer grupos de letras formando palabras, y grupos de palabras formando frases, tanto en lo que se refiere al habla, la escritura, la numeración, las matemáticas y la lógica, como a las facultades necesarias para transformar un conjunto de informaciones en palabras, gestos y pensamientos.

TECNOCOSMOS DIGITALES

Los nuevos tecnocosmos digitales trazan el fin de una era: la del hombre como su propio arquitecto.

“No se te ha dado ni rostro ni lugar alguno que sea propiamente tuyo, ni tampoco ningún don que te sea particular, ¡oh, Adán!, con el fin de que tu rostro, tu lugar y tus dones seas tú quien los desee y los conquiste. [...] No te he hecho ni celeste ni terrestre, ni mortal ni inmortal, para que tú mismo, como un hábil escultor, te forjes la forma que prefieras”.

Palabras de Dios en Génesis 1:27

No hay mejor definición del hombre que, la que recae en lo propio de su plasticidad, de lo modelable, lo inacabado, lo versátil, que a lo largo de la historia y geografías se ha mostrado, teniendo siempre la necesidad de perfeccionarse y superarse, e irónicamente, es quizás ahora cuando el hombre se ha superado a sí mismo, pero está siendo rezagado por su creación.

Las técnicas para moldear cuerpos y subjetividades están presentes desde los últimos tres siglos, las sociedades basadas en la economía capitalista han delineado la fusión entre la técnica y el hombre.

Se anuncian proyectos que hasta hace poco tiempo pertenecían exclusivamente al terreno de la ciencia ficción, y recién pueden ser realizables. Finalmente, el hombre dispone de las herramientas necesarias para construir vidas, cuerpos y mundos, gracias a la instrumental de una tecnología todo poderosa.

En la página oficial de ciencia y tecnología del Gobierno del Distrito Federal se señala que la mecanización de la vida tuvo su origen en la Revolución

Industrial; la economía basada en el trabajo manual fue reemplazada por otra dominada por la industria y la manufactura.

Así mismo dentro del sitio Web se asevera que la innovación tecnológica surgida a finales del siglo XVIII y principios del XIX dio la pauta al desarrollo del sistema económico capitalista que llegó hasta nuestros días ya globalizado y postindustrial.

La evolución del sistema capitalista industrializado al neoliberalismo, trazó un horizonte económico que se perfiló, paulatinamente, hacia los tecnicismos vanguardistas que se dominan y se vive a cuenta de ellos en todo el mundo.

De la máquina de vapor, a la existencia del primer Cyborg, han pasado aproximadamente 200 años, lapso que sirvió para fundamentar el régimen capitalista en México, cimentándose así en los años 1934 a 1940, sexenio cardenista cuyo fin era reformar el Estado en cuatro puntos principales, el agrario, el obrero, el industrial y el educativo.

Fin que encaminó al país a fundar nuevos institutos de investigación y universidades, como la UNAM y el IPN, durante la primera mitad del siglo XX.

En 1959 se fundó la Academia Mexicana de Ciencias (AMC), una entidad no gubernamental y no lucrativa conformada por un extenso grupo de distinguidos científicos.

Para 1960, la ciencia ya había sido institucionalizada en México, era considerada producto legítimo del esfuerzo de los mexicanos. En 1969 se fundó la Academia de la Investigación Científica, y en 1971, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt).

Así es como México se introduce plenamente en el ámbito científico y tecnológico reconociéndose en 1995 a Mario J. Molina como el primer mexicano en obtener el Premio Nobel en una disciplina científica y, en 1985, el ingeniero mexicano Rodolfo Neri Vela se convirtió en el primer ciudadano en

viajar al espacio exterior. Datos proporcionados dentro de la página oficial de ciencia y tecnología.

El mundo se centró en tiempos de creación tecnológica desde hace mucho, y México por su parte ha hecho lo mismo, incluso desde el 2008 se introdujo Wi-Fi gratuito en algunas zonas de la ciudad, soportado por la empresa china ZTE gracias a una iniciativa del Gobierno del Distrito Federal y de su líder Marcelo Ebrad, publicó el periódico *La Jornada* en mayo de 2010.

Así mismo señala que para el año 2011 se habrá instalado una red de acceso a Internet en las 250 estaciones del Metro de la ciudad, convirtiéndose en la más grande red de fibra óptica.

Globalmente los antecedentes han abierto puertas para que la magnificencia de la Generación “Y” sea lo tecnológico, su dominio, su desarrollo y su inevitable forma de vida.

Cyborgs, organismos postbiológicos:

sin frontera entre lo natural y lo artificial

El humano ha (re)construido un mundo por y para él, propiciando, inhibiendo y diseñando a su medida, mutaciones que exigen a empujar las limitaciones físicas y mentales creando encrucijadas adaptativas que se tienen que sortear de manera novedosa.

Ahora nos encontramos en un momento en el cual el cuerpo/mente, desnudo y sin aditamentos, es obsoleto.



Neil Harbisson, primer ciudadano británico que hizo valer sus derechos como Cyborg en el año 2004. Imagen tomada del buscador *Google* imágenes.

“Por ello lo estamos transformando, hemos generado herramientas que nos permitan ahorrar tiempo y espacio, aumentar nuestra fuerza, expandir los

sentidos y prolongar la vida, en su mayoría estas herramientas involucran algún tipo de tecnología, ya sea biológica o digital. En un principio las herramientas eran externas, pero hoy hemos comenzado a incorporarlas”, señala Paula Sibilia en su libro *El hombre postorgánico*.

La utilización de tecnologías bio/digitales, con el fin de restablecer la homeostasis (el medio interno), de mejorar las habilidades y de crear otras, ha arrojado una nueva etapa evolutiva, denominada evolución participativa, proceso que no corresponde únicamente a la naturaleza.

Ahora es un proceso de coparticipación en el que el ser humano deja de estar limitado por las posibilidades dadas por la naturaleza, para convertirse en creador de las condiciones deseadas.

Así, de ser *homo sapiens sapiens*, se ha mutado a posthumanos, como del autómata, al robot y de éste al Cyborg.

El término Cyborg acopla las palabras cibernético y organismo, para definir un ser compuesto, que es en parte animal y en parte máquina; organismo que se vale funcionalmente de extensiones tecnológicas a fin de mejorar sus capacidades.

La palabra fue acuñada por Manfred E. Clynes y Nathan S. Kline en 1960, para referirse a la nueva relación entre los seres humanos y la tecnología, ya que las implicaciones metafísicas de la interacción cada vez más íntima de los hombres con las máquinas hacen muy factible que los implementos tecnológicos alrededor sean indispensables, creando organismos incapaces de sobrevivir sin extensiones y postizos artificiales.

En el momento en que aparecen las primeras prótesis y se da la posibilidad de introducir en el cuerpo humano aparatos mecánicos que sustituyan algunas de las funciones corporales, el autómata deja de ser aquello que se opone al ser humano: el robot ya se encuentra en el interior del cuerpo y de esta manera surge el cyborg.

Por tanto, “el cuerpo se presenta como síntesis entre lo biológico y lo artificial, subrayando su carácter de identidad social y al mismo tiempo, algo construido tecnológicamente”, afirma Stelarc en la revista *PICNIC*, en la publicación 15 *Quimeras*.

Los planos excéntricos e inagotables que trazan los Cyborgs van ampliándose cada vez más, desde finales de los sesenta el trabajo de Stelarc hace resaltar la evolución mediante la unión de lo artificial.

Desde hace cuatro décadas ha estudiado el cuerpo/mente desde la perspectiva de movimiento, el espacio y el agente motor, con el fin de adaptar al ser humano al mundo tecnologizado.

Plantea que las extensiones prostéticas (sintéticas) deben estar incorporadas de manera armónica y sincrónica para ser realmente funcionales y lograr acceder a un nuevo estado evolutivo, modificando el cuerpo para que éste se adecue a las máquinas (cuerpo/mente/máquina).

Cabe mencionar, que el concepto de prótesis puede ser engañoso cuando es usado en el contexto de lo Cyborg.

Aquí no se refiere al proceso de añadir un elemento para que solamente expanda las posibilidades limitadas del cuerpo, sino que, al incorporar un elemento nuevo se están generando nuevas maneras de relacionarse con el entorno; por lo tanto, nuevas habilidades.

De tal manera que la prótesis no permite acceder a más de lo mismo, sino permite a acceder a situaciones y habilidades novedosas y diferentes.

En el proyecto *Extra Ear_Scale*, Stelarc busca mediante microchips recibir información emitida por computadoras para establecer intimidad sin la necesidad de proximidad.

El proceso para lograrlo consiste en desarrollar una oreja con tejido humano la cuál tendrá un microchip y se lo colocará en el antebrazo. Implantarlo aquí y no en la cabeza generará un cambio en la locación para escuchar y transformar la relación con el entorno, afirmó Stelarc para la publicación en la revista *PICNIC* en el número de *Quimeras*.

Así mismo, como el “órgano” receptor del sonido en este caso será un microchip se podrá recibir información que no puede el oído “natural”, cambiando con esto la relación con el medio exterior e interior.

Más allá del imaginario de la ciencia ficción, Kevin Warwick es tal vez la figura más importante en el desarrollo de una verdadera unión entre el humano y la *máquina*. El 26 de septiembre de 2009 en el número 29 de la revista *Electrónicos* fueron publicados los dos experimentos que lo colocaron como el mayor innovador en lo *Cyborg*.

La publicación señala que el 24 de agosto de 1998, Warwick llevó a cabo el experimento *Cyborg 1.0*, en el cual se le implantó debajo de la piel un chip RFID (usando exclusivamente anestesia local), con el cual fue capaz de controlar puertas, luces, calentadores y computadoras sólo con la señal emitida por el chip.

También publicado en este número de la revista aparece un segundo experimento, todavía más importante, el *Cyborg 2.0* que el 14 de marzo de 2004 fue implantado un chip de mayor complejidad en el sistema nervioso de Warwick por medio del cual se conectó a Internet en la Columbia University de Nueva York y logró mover un brazo robótico situado en la University of Reading del Reino Unido.

Además, se le implantó también a su esposa un microchip (con el objetivo de crear alguna clase de telepatía o empatía) permitiendo así la primera comunicación puramente electrónica entre dos sistemas nerviosos humanos.

Neil Harbisson, un ciudadano del Reino Unido en cuya niñez le fue diagnosticada una enfermedad llamada acromatopsia, un mal que le impide interpretar los colores con su visión, dejándole simplemente con la capacidad de detectar blanco, negro y la escala de grises. En el 2004 fue reconocido como el primer ciudadano Cyborg.

Irónicamente, su vocación resultó ser la pintura, lo que motivo a Harbisson a ser parte del *Proyecto Eyeborg*. El resultado de éste es una cámara que detecta los colores y de algún modo los convierte en ondas de sonido. Neil declaró en la publicación *Mutantes* de la revista *PICNIC* que la cámara y audífonos que siempre lleva puestas en la cabeza son su tercer ojo electrónico y le es indispensable.

“Llegó un punto en que mi organismo y la cibernética realmente crearon este nuevo sentido y que yo noté que el aparato electrónico ya no era algo externo, sino que se había convertido realmente en una extensión de mis sentidos”, afirma Harbisson.

Harbisson empieza una campaña para defender sus derechos como Cyborg y justifica que el ojo electrónico no es un aparato, sino una parte de su cuerpo y extensión de sus sentidos, con lo que logra que su ojo electrónico fuera finalmente aceptado como parte de su cuerpo y su foto con el *Eyeborg* incluida en el pasaporte.

La Generación “Y”, excéntrica, vanguardista, hipermoderna, diseñando y rediseñándose para revolucionar, viajando en automóviles que se estacionan solos (Ford Focus 2012, con Auto Park Assist), observando la televisión con más información del planeta, (Smart TV de Samsung) en una pantalla con acceso a Internet, controlada mediante una antena *Kinect*.

Mientras espera que el sol recargue su computadora (Samsung NP-NC215-A01US, la primera netbook solar del mundo), la Generación “Y” permanecerá siempre conectada a Facebook en celulares inteligentes indestructibles

(Motorola Defy), simplemente haciendo uso de la tecnología que está creando y recreando.

CAPÍTULO II

LOS SUPUESTOS DE LA EXISTENCIA IDEAL

*Hoy el mundo es mensajes, códigos, información.
¿Qué disección desplazará mañana nuestros objetos para recomponerlos en un nuevo espacio? ¿Qué muñeca rusa emergerá de ahí?*

Francois Jacob, doctor en medicina Frances cuya investigación radica en la forma en que los genes transmiten la información sobre la reproducción y el funcionamiento celular.



Imagen tomada del banco sxc/hu.com, que alude a la concepción de Paula Sibilía en su libro *La intimidad como espectáculo*, al decir que “todos nos vendemos, exponemos la intimidad ante los vitrales globales para ofrecernos impudicamente ante los ojos del mundo entero, como logotipos rentables que se convierten en un *fetichismo de la subjetividad*”.

La tecnología continúa migrando hacia el cuerpo, reconfigurándolo, expandiéndolo y transportándolo hacia lugares remotos en tiempo real. Cada vez más personas viven, interactúan y trabajan entre mundos interiores y exteriores a la computadora y la Internet.

De la mutación histórica de lo político-social a lo económico-financiero caducó la modernidad y se acopló la hipermodernidad a una *era líquida* que fluye en torno al capitalismo y a la cultura de masas. Están presentes las euforias del hiperconsumo, de la publicidad y los medios de comunicación, así como la

proliferación de una felicidad eminentemente visible, afirma Gilles Lipovetzki en su libro *La era del vacío*.

Triunfó el modo de vida basado en las apariencias y la transformación de todo en mercancía, se ha supuesto que en el siglo XX todo existía para ser contado en un libro, mientras hoy crece la imprecisión de que sólo existe lo que se exhibe en la pantalla.

POR VER UN PIXEL DE TU VIDA

La estructura de la Internet comenzó a forjarse desde los sesenta; sin embargo, es en la década de 1980 cuando empiezan a tomar forma las tecnologías que se reconocerían como la base de la Internet moderna; para los noventa se introduce el término World Wide Web (www).

Es un sistema de distribución basado en hipermedios enlazados y accesibles a través de la Internet, la red comercial hizo su aparición en 1992, aunque ya tenía 30 años de antigüedad aproximadamente a disposición del servicio militar y en distintas universidades con el fin de intercambiar información.

En el 2004 surge la Web 2.0, ésta facilita la producción de información y contenidos por los propios usuarios, es decir, que en este modelo para crear sitios Web o *site* ya no es necesario ser un *Webmaster*; hoy en día el consumidor es productor de lo que él mismo consume y cualquiera tiene la capacidad de crear una blog o bitácora.

La Web 2.0 abrió la oportunidad de que la gente común transformara la era de la comunicación y de la información, y que los medios masivos tradicionales poco a poco se vayan desplazando para ser *nosotros*, la Generación "Y", los que ahora estén modificando las artes, la política y el comercio, e incluso la manera en que se percibe el mundo.

Carlos F. Cortés López, psicólogo del Centro de Asesoría Psicológica del Distrito Federal señala que la aportación más positiva que ha traído la creación de blogs especializados, es la difusión masiva de información científica o

técnica; sin embargo, él duda del intercambio informático en las redes sociales porque carecen de un carácter ideológico fundamentado, afirma.

Asegura que los usuarios de las redes sociales sólo muestran su yo positivo, aquel que deja ver a una persona segura y atractiva, pero que del otro lado del monitor carece de autoestima o seguridad en sí mismo, creando relaciones superficiales a fin de *divertirse*.

Según Paula Sibilia, autora del libro *La intimidad como espectáculo*, afirma en su obra que a raíz del enaltecimiento de lo pequeño y lo ordinario, de lo cotidiano y de la gente común en los sitios Web personalizados, surgió una incitación permanente a la creatividad personal, a la excentricidad y a la búsqueda de diferencias.

Pero se han producido copias detestables de lo mismo, mientras que la celebración del yo en la Web puede enfocar a millones de mentes para que entren en la economía intelectual global y no se ahoguen en la oscuridad, También ha sido escenario para el derroche de sandeces e ignorancias.

México ha estado dentro de la práctica del fenómeno de la comunicación electrónica desde los años 30, pero la historia de la Internet en el país comienza en 1989 utilizando la conexión entre universidades de la nación y de Estados Unidos con fines académicos.

Así pues, la presencia de los medios de información colectiva, especialmente electrónicos transformó la manera de ver la vida, la forma de organizarse, la manera de desear, los hábitos de consumo, las estrategias políticas, la interrelación grupal, etcétera, y algo muy importante se dio el surgimiento del *video vida*.

Según el psicólogo Carlos Cortés; la necesidad de que la gente común quiera mostrar su vida en videos cibernéticos nace de la concepción de satisfacer su ego, a partir de la valoración excesiva de uno mismo. El que realiza el video se toma como punto de partida para verter una opinión, partiendo de su valoración

le hace ver al mundo su postura, sabiendo de antemano lo que el mundo puede opinar y lo que él tomará en cuenta.

Años después, demás acontecimientos comunicativos trajeron a nuestra región en el 2008 la posibilidad de ser plataforma para la sede de la presentación del estreno mundial de la Web 5.0 en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), campus Estado de México, anunció el periódico *El Universal* el 11 de julio de 2008.

La infraestructura de esta Web está relacionada a tecnologías de vanguardia que están más allá de la democratización *online* y de los co-desarrolladores. Ahora este sistema permite captar de manera sensorial contenidos que respondan a emociones, cambia en tiempo real la expresión facial de un avatar y personaliza las interacciones para crear experiencias que emocionen a los usuarios.

Cada vez hay más herramientas que ayudan a montar un espectáculo completo sobre el *yo*; la persona que es autor, narrador y personaje dentro del confesionario más grande del mundo, allí está siempre, a cualquier hora el verdadero festival de *vidas privadas*, que se ofrecen impudicamente ante los ojos del mundo entero.

Las confesiones diarias están ahí, en palabras e imágenes a disposición de quien quiera husmear, basta apenas con hacer clic. Y, de hecho, todos nosotros solemos dar ese clic.

La característica más importante de la Generación “Y” es esta *adicción* que tienen sobre plasmar su presencia en las redes sociales, estar latentes en la red mundial de computadoras que se ha convertido en un laboratorio, un terreno propicio para experimentar y diseñar nuevas subjetividades.

Poder crear nuevas formas de ser y estar en el mundo, y que en todo caso, no hay duda de que estos flamantes espacios de la Web 5.0 son muy interesantes

porque se presentan como escenarios muy adecuados para montar un espectáculo cada vez más estridente sobre uno mismo.

Exhibir la intimidad por la necesidad de trascender y, que según Sibilia, también por la necesidad de que sea otro el que cuente *mi historia*, o cualquier otra, cierta o falsa, porque al final, *yo es otro*. Esta subjetividad nos permite pensar que hay una ciudad dentro de la ciudad, y que del habitante real se desdobra otro que es omnipresente en la Web.

De esta manera es la vida de la generación, su visión del mundo y la forma en que se relacionan unos con otros e incluso la forma como se organiza el universo, porque el espectáculo recubre toda la superficie del mundo y se baña indefinidamente en su propia gloria porque el show del yo se proyecta en la visibilidad de todas las pantallas, siempre renaciendo, no sólo con otro diseño gráfico más bonito y actual, sino inclusive con un perfil renovado.

Todos buscan la posibilidad de renacer y re-existir con el poder de confección en sus manos, pensando que lo que realmente se es, está del otro lado del monitor. Habría que especular, si se es lo demasiado hábil para recrearse en espacios sociales, para dejar ver sólo lo que uno desea en la atracción del *show*.

Y entonces, ¿a dónde queda lo nos constituye, lo que da forma a nuestro comportamiento social?, ¿hasta qué punto los hechos que hicieron ser a uno entran en la Web?

Para la Generación “Y” el pertenecer a una red social es asunto ordinario, es consientes, sin demasiado asombro, del movimiento que se genera dentro y fuera de estas infraestructuras, ambas realidades avanzan al mismo tiempo.

La comunicación inalámbrica o red móvil permite que personas y objetos se conecten en cualquier momento y en cualquier lugar del mundo físico al virtual.

Esto es, integración en tiempo real; por ejemplo, el GPS que guía al automóvil ayuda al conductor a mejorar la ruta prevista y a ahorrar combustible, del mismo modo sucede en *Twitter*, con cualquier dispositivo móvil con acceso a la red es posible ser parte del flujo de información instantáneo.

Basta con lanzar la cuestión al *nanoblog* para que varios usuarios te orienten sobre el tránsito, zonas con mayor riesgo de asalto, lugares de esparcimiento, fiestas, bares, y hasta de evadir los puntos del alcoholímetro.

El poder de convocatoria que tiene la red social sobrepasa cualquier límite, desde abatir leyes que estaban a punto de aprobarse en el Senado, desafiar operativos policíacos, hasta promover la invitación para unirse a estos espacios que aún no se descifran, pero que se viven a plenitud.

Hace algunos meses todos debían tener una blog o fotoblog. Paula Sibia afirma que hoy en día están a punto de convertirse en una antigüedad, porque la nueva moda son los *nanoblogs* o *microblogs*.

Como un “*twitt*”, que se trata de mensajes mínimos, que jamás superan los ciento cuarenta caracteres –nunca más de dos renglones–, y circulan a un ritmo de decenas de miles por hora.

Esos miniartículos pueden enviarse por correo electrónico o por los celulares de sus autores-narradores-personajes, y tratan invariablemente sobre un tema crucial: ¿qué está haciendo usted en este momento?

Solamente *Twitter* reclutó 500 mil entusiastas usuarios en sus primeros meses de vida, gracias a las promesas que vende: ver un píxel de la vida de alguien, aseguro la revista *Chilango* en el número *#Somos adictos*.

Según la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), cerca del 40% de los usuarios de Internet en México emplea redes sociales, de las cuales las cinco más populares son: *YouTube*, *Facebook*, *Twitter*, *Yahoo Respuestas* y *Hi5: Tus amigos, tu mundo*.

Y más del 85% de los internautas cuenta con al menos una red social. Así como siete de cada 10 internautas en México están en *Facebook*, con un crecimiento en usuarios del 86%, respecto a 2009. Mientras que *Twitter* convoca a tres de cada 10; creció 39% en el mismo período, señala la asociación.

Los internautas que utilizan dispositivos móviles son los que generan más contenidos en las redes, y México es el séptimo país con más usuarios de *Facebook*: 21.9 millones de cuentas, asegura la asociación.

El Distrito Federal cuenta con más de nueve millones de perfiles en *Facebook*, lo que le convierte en la primera ciudad americana en número de usuarios de esta red social, por delante de Nueva York o Los Ángeles, según *SocialBakers*.

LA RED, UN MERCADO PARA VENDERSE Y COMPRAR

Crónica de un homo consumans ludens.
Hay que registrar la vida siendo vivida y la experiencia de verse viviendo, para ofrecerse en las vitrinas globales.

La computadora de María José dejó de funcionar por las decenas de virus que en ella existían; se confió del *demo* gratuito que Avast presenta como alternativa fácil de antivirus, logró respaldar algunos archivos, pero otros desaparecerán.

Le es difícil concentrarse en su trabajo en *CyberCafé*, el vaivén de la gente la distrae, los murmullos y susurros la irritan, y la música de fondo crean el cuadro perfecto de *déficit de atención* en ella, pero es extraño hacia dónde se fuga la concentración.

Casualmente sí ingresa a *Facebook* nada la distrae, es fluida y ocurrente, en un instante el dolor sobre sus hombros por estrés disminuye y se siente en total actitud para planear, hacer citas con gente que jamás hubiera pensado o subir aquellas fotos que sabe que son ridículas e innecesarias.

Al caer en cuenta de esto se detiene, y antes de iniciar la redacción sobre la marca, la publicidad, el marketing, el target, etc., observa al chico que está a su lado, de entrada bien parecido, cabello impecable, el corte y la cera que llevaba enmarcaban perfectamente su cara afilada, de rasgos muy finos y de una tez tersa y delicada.

Comenzó el análisis discreto de abajo para arriba y antes de llegar al armazón de sus lentes, se había dado cuenta de que era un maniquí de marcas, sus tenis *Adidas* edición *Star Wars* 2012, de ellos se asomaba la orilla de su calcetín *Vans*, sus piernas atléticas y largas las cubrían unos *Diesel* corte *Slim* inconfundibles, un cinturón *Levis* rodeaba su afilada cadera, y por sus hombros, brazos, pecho, espalda y abdomen caía una ligera playera Nike blanca de estampado colorido.

Claro que su cuello también iba recubierto *ad hoc* a su atuendo, inundaba delicadamente su alrededor de esa memorable *Donna Karan New York*. Subiendo un poco más, pensé que quizá su piel era tan tersa por esos productos para hombre que nada tienen que ver con lo afeminado, ¿o sí?

Tal vez, pero lo hacían lucir impecablemente masculino y no podía faltar el toque final: su lentes clásicos *Ray-Ban*, tan *sexys...*, “¡momento!, soy una víctima más del consumo y la publicidad, la que está sentada a punto de analizar las dos disyuntivas en torno al consumo (cliente y agencia) es parte de él y de una manera profunda”, pensó María José.

El *mensaje* publicitario, la marca en sí, está en nuestra existencia, tan clavada en nuestra inconsciencia que *somos* un logotipo andando, peleamos en la vida por la adquisición de bienes que nos distinguirán del *resto* o simplemente por lealtad a cierta marca.

Todo esto le hizo recordar a Naomi Klein y su *No Logo*, al pensar que la publicidad es la conciencia de las masas, dicta lo que el público solicita, se convierte en su altavoz, en una caja de resonancia de los deseos más inocentes de la gente, y la voz de la publicidad hizo de una forma real eco en mi cerebro, en mi ser, en mi forma de estar.

El *CyberCafé* está por cerrar, pero ya no le preocupa tanto la redacción de su trabajo, cree conocer el camino que hay que seguir. Vivir en el centro de la ciudad es un privilegio en todos los sentidos y más ahora que éste se muestra como un escaparate de signos reales y en línea.

Incluso nosotros mismos somos un logotipo rentable vía *online*, nos anunciamos en la red mundial de logos. Antes de llegar a casa se situó en la ciudad dentro de la metrópoli por medio de su dispositivo móvil para exponer su yo interior.

Abrió su confesionario electrónico que porta una sociedad confesional que se destaca por haber borrado los límites que antes separaban lo privado de lo público y que ha puesto en venta a todo cibernauta, lo que alude a Zygmunt Bauman y su *Mundo consumo*, todo usuario se convierte simultáneamente en promotor de un producto y en el producto que promueve.

Somos al mismo tiempo encargados del marketing y la mercadería, vendedor ambulante y artículo en venta, con el fin de que todos los productos en venta sean consumidos por compradores, pero sólo si ese consumo promete la gratificación de los deseos y el precio que hay que pagar depende de la credibilidad de esa promesa y de la intensidad de esos deseos, se dijo.

Somos una sociedad de consumidores cibernética, donde nuestra esencia es ser vendible para convertirnos en un elemento más del *fetichismo de la subjetividad*.

Se ve a sí misma confesando que ha estado en uno de esos portales para buscar pareja, autodiseñándose para ser atractiva, con la tendencia a la no interacción para no perder el control de ella, con la seguridad del monitor y con la necesidad de suplir “algo” por “otro mejor”.

Cuántos planos de nuestro ser son tocados por la retórica para confeccionarnos un exterior concreto y a la vez un interior complejo, la publicidad coloca a la marca en un altar próximo para que nuestro cuerpo y mente sean su templo, pensó.

TV: MÁS QUE ENTRENAMIENTO UNA IMPOSICIÓN IDEOLÓGICA

El hombre sufre de la memoria.
Sigmund Freud

En el reality-show Belleza Comprada, el personaje Pedro, conversando con su madre sobre las dificultades de mantener el peso, dice que incluso después de la lipo (en la espalda, el pecho y la barriga) le seguirán gustando las comidas grasas porque no perdió su “espíritu de gordo”. Entonces ella le responde: “eso es una cuestión de memoria, puedes borrarle ésa e implantarle otra”. Y Pedro contesta: “¿hay una cirugía para eso?”.

Iliana Feldman, comunicóloga argentina especialista en redes internacionales.

La idea del *Gran Hermano* como figura divina que controla todo a través de telepantallas, siempre a la expectativa de cada movimiento de todos los ciudadanos, fue concebida por George Orwell en 1949, en su libro *1984*, donde se ejercía un control absoluto sobre los súbditos a través de diversos instrumentos de control que conciernen a las personas, tales como su pasado, presente y futuro, consecuentemente acabando con la libertad y el verdadero afecto humano.

Medio siglo después la productora de televisión española *Endemol* hace realidad dicha concepción orwelliana, llevando a las pantallas la vida de gente común y sus reacciones ante ciertas circunstancias; el creador del Gran Hermano John de Mol actualmente figura entre las 500 personas más ricas del mundo, según la revista *Forbes*.

Sin embargo, la historia de la telerrealidad nace con los noticieros que pasaban notas en vivo y en directo de la situación que se vivía en ese momento, así como las cámaras escondidas, etc.

Según Giovanni Sartori en su libro *La sociedad teledirigida* dice que la televisión, como su propio nombre lo indica, es *ver de lejos*, es decir, llevar ante los ojos de un público de espectadores cosas que pueden ver en cualquier sitio, desde cualquier lugar y distancia. Tiene su origen comercial en Gran Bretaña, poco antes de que comenzara la Segunda Guerra Mundial (1939-1945).

En México y América Latina el primer canal comercial se inaugura el 31 de agosto de 1950 y para la década de los sesenta fueron los inicios de la televisión por cable, con la TV comercializada las expectativas del espectador cambian, ya no son orientadas hacia la fantasía televisada, sino esperan ver realidades expuestas.

Los guiones, escenarios de ficción y los personajes interpretados por actores son sustituidos por situaciones verdaderas que exponen vidas humanas en tiempo real; es ahí cuando se cumple la verdadera función de la televisión: *verlo todo*, gratis y en casa.

Sartori señala que el primer tipo de programa de telerrealidad fue la cámara escondida, la cual debutó con el programa estadounidense *Candid Camera* del año 1948. Le siguieron los programas de concursos televisivos originados en los años 50, cuyo primer exponente exitoso fue *Miss America*, basado en la belleza tradicional trasladada a la televisión.

A mediados de los años setenta, Estados Unidos vivió el primer boom del género, que fue desencadenado por el programa *An American Family*, un programa en el cual la cámara seguía semanalmente la vida de una familia, cuyos integrantes se convirtieron en estrellas de televisión.

Posteriormente, salió al aire *COPS*, un programa que acompañaba a policías durante su trabajo. Este programa fue copiado y adaptado a varios otros oficios como los médicos durante los años 90 y la primera década del siglo XXI.

Por otra parte, surgieron los shows del tipo encierro, cuyo origen se remonta al programa holandés *Nummer 28*, del año 1991, el cual fue adaptado un año más tarde por MTV en *The Real World* y complementado por elementos de game show en *Big Brother* en 1999.

El Reality-Show basa sus expectativas en los arquetipos, seleccionando gente que reúne ciertas cualidades, y éstas se utilizan mercadológicamente para crear grupos aspiracionales que inspiren iconos que promuevan atracción y

grandeza. Según el psicólogo Carlos Cortés ésta es la motivación que tiene la gente por ser parte de este espectáculo.

El pintor Óscar Rivera Menezes, egresado de la Escuela Nacional de Pintura Escultura y Grabado; “La Esmeralda”, del Instituto Nacional de Bellas Artes y fundador del colectivo Neza Arte Nel, fue uno de los aspirantes a participar en el Reality-Show mexicano *Big Brother* en el año 2001.

Le motivaba la idea del experimento de encierro con personas que no conocía, poner a prueba su tolerancia respetando las conductas de otros que probablemente no fueran afines a él, así como la compensación sólo por dejarse observar las 24 horas, señala.

Sin embargo, tras varias entrevistas le notificaron que no era apto para el proyecto de 106 días de aislamiento, sin televisión, teléfono, periódicos, radio, Internet o cualquier otro medio de contacto con el exterior.

Los perfiles seleccionados entre las seis mujeres y los seis hombres eran variados y contrastantes, pero definidos para causar entre ellos diferencias y alianzas que daban pauta a la competencia y la atracción. Su único contacto con el exterior era a través de Big Brother, al que podían escuchar, pero nunca ver.

Tenían la posibilidad de hacer uso del *confesionario*, un lugar donde los habitantes de la casa debían expresar sus sentimientos, frustraciones, pensamientos y las nominaciones de quiénes deberían salir del inmueble.

La primera edición del reality tuvo gran aceptación, Televisa alcanzó récord en *rating*, ningún acontecimiento en el país en ese momento fue más importante que la eliminación dominical que semana tras semana acontecía, señala el periódico *La Jornada* el 6 de junio de 2002.

El primer Big Brother logró su cometido en la pantalla comercial de Televisa: generar un fenómeno de *rating*, demostrando que la fórmula de Endemol

resulta y que la fama efímera es un poderoso narcótico despolitizador en una generación de teleadictos que le apuesta a la evasión, asegura el diario.

EL SHOPPING COMO BASE DE LA ACTIVIDAD PÚBLICA

Es preciso decir que el *Shopping* (comprar) es lo que queda de la actividad pública. A través de una serie de cosas cada vez más predatoras, ha sido capaz de colonizar, incluso reemplazar, casi todos los aspectos de la vida urbana.

Los centros históricos, los autobuses, las calles, las estaciones del metro, los museos, los hospitales, las escuelas, la Internet, inclusive el ejército están cada vez más condicionados por los mecanismos y los espacios del *Shopping*.

Los arquitectos áulicos desdeñan el mundo del comercio, pero usan las configuraciones de los *Shopping* para proyectar museos y universidades. Las ciudades enfermas se revitalizan al ser planeadas como galerías comerciales.

Se expande a base de difundir cada vez más de nosotros, a través de una nueva ola de invenciones tecnológicas, va más allá de la réplica y la escala, infiltrándose prácticamente en todas las parcelas de nuestra vida, por medio de dispositivos como las tarjetas de crédito, las tarjetas inteligentes y los dispositivos de seguimiento, que registran nuestras vidas como vívido detalle informacional.

A diferencia de otros programas estáticos, las transformaciones en el *Shopping* no tienen fin. Constantemente puesto al día y preempaquetado, éste siempre encontrará nuevos medios en los que expandirse y acabará por sobrevivir a todas las actividades públicas.

Frenesí consumista,

mutilación de la vida en la sociedad hipermoderna.

En el surco trazado por la crítica marxista de la religión, los filósofos y sociólogos no han dejado de interpretar la afición de comprar, como el nuevo *opio del pueblo*, destinado a compensar el fastidio del trabajo parcelado, las inconsistencias de la movilidad social y la desgracia de la soledad.

“Sufro, luego compro”, suele ser el lema de la sociedad hipermoderna. Según Gilles Lipovetsky, mientras más aislado o frustrado se encuentre el individuo, más consuelo busca en la felicidad inmediata de la mercancía. El consumo sólo ejerce su atractivo mientras tenga la capacidad de aturdir y adormecer, de ofrecerse como paliativo a los deseos decepcionados del hombre moderno.

Según con este apoyo ideológico, la Generación “Y” se ajusta a la definición de sociedad hipermoderna, su pasión por el consumo no es un intento de olvido, el hiperconsumo no se puede considerar exclusivamente como una manifestación tergiversada del deseo o uno de sus derivados; si bien es una forma de consuelo, también se trata de un agente de experiencias emocionales que valen por sí mismas

El consumo para la Generación “Y” resulta inseparable tanto de la idea hedonista como de los objetivos subjetivos del placer. Para ilustrar mejor la dimensión hedonista del consumo está el creciente papel del ocio.

Sabemos que el gasto relacionado con los sectores del ocio, la cultura y la comunicación ocupan un mayor presupuesto de los hogares, aumentan más rápido que la media del consumo.

Este predominio del ocio llevó a ciertos analistas a hablar de un nuevo capitalismo, ya no centrado en la producción material, sino en el entretenimiento y las mercancías culturales. La oferta de fines de semana y evasiones insólitas se desarrolla y llega a proponer noches en iglú, cascadas en coche, manejo de tanques de guerra, viajes en zepelín.

Más allá del equipamiento y los productos terminados, las industrias del ocio trabajan con la dimensión participativa y efectiva del consumo, multiplicando las oportunidades de vivir experiencias directas.

Ya no se trata sólo de vender servicios, sino de ofrecer una vivencia, algo inesperado y extraordinario, capaz de generar emociones, lazos, efectos, sensaciones.

Con la ayuda del hiperconsumismo la civilización de objeto fue reemplazada por la economía de la experiencia, del ocio y el espectáculo, del juego, el turismo y la distracción.

Lipovetsky asegura que el hiperconsumidor busca menos la posesión de las cosas en sí mismas que la multiplicación de sus experiencias, el placer de las experiencias por la experiencia, la embriaguez de sensaciones y emociones nuevas, la felicidad que ofrecen las pequeñas aventuras en paquetes, sin riesgo ni inconvenientes.

La Generación "Y" se encuentra ante una industria de la experiencia que se concreta en una orgía de simulacros, de artificios hiperespectaculares, de simulaciones sensoriales orientadas a que el individuo experimente sensaciones más o menos extraordinarias, vivir momentos emocionales supervisados en ambientes hiperrealistas, estereotipados y con aire acondicionado.

Se trata de acceder a un estado mágico, enteramente desconectado de lo real, un estado de euforia lúdica cuyo comienzo y fin se encuentran como en el cine, perfectamente cronometrados.

Una recreación embriagante en la que es divertido pensar que lo falso se volvió verdadero, que lo lejano está aquí y el antaño reemplaza el ahora.

A mediados de los años ochenta, los centros comerciales eran algunos de los lugares donde los adolescentes pasaban la mayor parte de su tiempo.

La actividad del consumo, concebida como modo de vida y fuente de placeres, nació con los grandes almacenes del siglo XIX. La fase de hiperconsumo se universalizó, se extendió de las mujeres burguesas a los sectores populares y juveniles, el *shopping* aparece como una actividad lúdica, de diversión para todos.

En la Generación “Y” todo es *híper*, existen excesos en todos lados, en esta sociedad de hiperconsumo, el consumo se separa radicalmente, se organiza entorno a dos ejes: por un lado *la compra castigo o compra práctica*, por el otro *la compra hedonista o compra fiesta*.

Sin embargo, la compra casi siempre recae en el placer, ya que con frecuencia la publicidad erotiza la mercancía, crea un ambiente festivo y de estimulación permanente de los deseos, por la teatralización de los lugares de venta, de las animaciones diversas, del *marketing experiencial*, cuyo objeto es crear un ambiente de convivencia y deseo para introducir placer en los *sitios* de venta.

Una de las principales características de los bienes de consumo es que cambian indefinidamente, la oferta no deja de innovar, es un vínculo estructural el que existe entre novedad y consumo, y en palabras de Freud “la novedad constituye siempre la condición del disfrute”.

Los compradores asemejan *coleccionistas de experiencias*, deseosos de que algo ocurra aquí y ahora. En fase de hiperconsumo hay que ver al consumo como un proceso de intensificación del placer.

Para la Generación “Y” el consumo ya no es tanto un sistema de comunicación, un lenguaje de significantes sociales, sino un viaje, un lenguaje de extranjerización cotidiano que alimenta la interminable escala de necesidades.

Los “Y” viven en la época del consumo emocional, no les es tan importante acumular cosas, sino intensificar el presente. Ávidos de sentirse “mejor”, llenarse de sensaciones renovadas. Son hiperconsumidores que les aterra el

envejecimiento de lo sentido, se preocupan menos por ocultar la muerte que por luchar contra los tiempos muertos de la vida.

El hiperconsumo *rejuvenece* sin cesar lo vivido a través de la renovación de experiencias: el frenesí de las compras se alimenta del hedonismo del perpetuo comienzo.

Sin embargo, la cuestión inquietante en el plano actual de la sociedad mexicana sería si es posible el hiperconsumo en términos económicos, cuando según el INEGI muestra en el 2011 que el 50% de la población mexicana se encuentra en índices de pobreza y una cuarta parte en pobreza extrema. En la XII Conferencia Internacional de Análisis Económico, Isaac Katz presenta su estudio sobre el sistema económico en México y el rol de los jóvenes en torno a éste.

La Generación “Y”, frente a un sistema económico débil

El concepto Tercer Mundo surgió a mediados del siglo pasado bajo términos políticos; actualmente, de manera anacrónica, la expresión se utiliza para referirse a los países periféricos subdesarrollados o "en vías de desarrollo" que muestran los peores índices de desarrollo humano y económico, señala Zygmunt Bauman en su libro *La globalización. Consecuencias humanas*.

México encaja en la definición por su situación de atraso económico-social, como el analfabetismo, el hambre, las carencias hospitalarias y de salud pública, las viviendas y servicios sanitarios precarios, escasas expectativa de vida, desigualdad social, la corrupción y los problemas con el narcotráfico, así como los altos índices de inseguridad y violencia, etc.

Sin embargo, la debilidad en el sistema económico del país empezó a delinearse desde la construcción de su historia como nación independiente, al no definir eficientemente sus derechos privados de propiedad, y por lo cual los agentes económicos privados no han enfrentado los incentivos necesarios y

adecuados para asignar de manera competente los recursos de los cuales son propietarios.

Esta ineficiente asignación de recursos ha implicado que México, a pesar de su potencial de desarrollo, sea en la actualidad un país con un ingreso por habitante apenas cercano a los seis mil dólares anuales, pero, más lamentable aun, un país donde casi la mitad de la población vive en situación de pobreza y donde persiste una notable iniquidad en la distribución del ingreso, afirma Isaac Katz.

Entonces, cómo es que la Generación “Y” juega el papel de hiperconsumidor cuando se estima que en 2011 la economía mexicana tendrá un crecimiento menor al año pasado, situándose en torno al 3.8% (menor en 1.3%).

Significándose una recuperación moderada, insuficiente para la generación de empleos formales y permanentes. En este sentido, y dado que el 57% de la población ocupada obtiene de uno a tres salarios mínimos (más de 25 millones de personas), y que la tasa de desocupación se mantendrá en un rango de 5 a 6% este año (y en la informalidad seguirán alrededor de 12 millones de personas), así que en empleo el problema continuará.

Isaac Katz asegura que los individuos de esta generación, en cuanto a hiperconsumidores, tratan de maximizar su nivel de bienestar y no queda la menor duda de que siempre van a preferir un mayor nivel de bienestar a uno menor, siendo su naturaleza y su racionalidad, siempre prefieren más que menos de todo aquello que les brinde satisfacción.

Por consiguiente, para poder alcanzar mayores niveles de bienestar buscarán acumular una mayor riqueza, no por la riqueza en sí misma, sino porque esto es lo que les permite tener un mayor número de satisfactores.

En razón del interés individual por maximizar su nivel de bienestar y debido a esa escasez de recursos, la forma más eficiente de asignarlos es a través del mercado, ejerciendo cada quien su libertad de elección.

Actualmente en el país la población juvenil es de 29 millones y el 62% cuenta con empleo. Esta generación registra varios elementos a su favor que nunca antes se habían observado en todos los jóvenes de la historia, asevera Isaac Katz.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) ha detectado las tres grandes contradicciones en materia de empleo para los jóvenes de todo el mundo.

La primera es que tienen más acceso a la educación que sus antecesores, pero menos empleo; la segunda es que son la población con más acercamiento a la información cibernética, pero con menos presencia en el poder y la tercera es que a pesar de estar más preparados que sus padres, triplican las tasas de desempleo que existían hace dos décadas.

Isaac Katz señala que la generación “Y” ha demostrado ser una generación que es adaptable a los cambios, por ello busca su propio camino. La mayoría de los jóvenes lo ha encontrado en el comercio informal, en la migración e incluso en la delincuencia.

En el actual sexenio, buena parte de los jóvenes han procurado empleos formales; sin embargo, ante la pérdida de más de 700 mil plazas en el último año, buena parte de ellos ve en el empleo informal una alternativa, en la medida en que no se generan empleos en la formalidad o éstos son muy reducidos, asegura el economista.

CAPÍTULO III

EL LEGADO DE LA GENERACIÓN “Y”

La Generación “Y” surge en plena revolución tecnológica y adecua su vida en torno a ésta, modificando la manera de laborar y estudiar, es decir, los *nativos digitales* están creando nuevas técnicas que el sistema de enseñanza y de producción han ido adoptando.

El sistema educativo que hasta hace algunos años funcionaba óptimamente, caducó y dio paso a una enseñanza vanguardista que paulatinamente el país ha incorporado; sin embargo, habría que preguntarse si en una nación como la nuestra se incorporan adecuadamente las nuevas formas de enseñanza o si sólo se navega en la utopía de revolucionar y mejorar la educación en México.

Así también, habría que preguntarse si el país está listo para el surgimiento de la nueva producción, en una realidad empresarial totalmente diferente y que se ha ido renovando para adecuarse a las nuevas generaciones y a su desarrollo intelectual, profesional y laboral, en un mundo donde todo es entendido a *distancia*.

ACTITUDES Y APTITUDES DE LA GENERACIÓN “Y” EN EL APRENDIZAJE

Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) actualmente existen en México 35 millones de estudiantes, de los cuales tres millones pertenecen a la entidad federativa de la ciudad de México, sin embargo, en materia de competitividad desde hace más de 15 años el sistema educativo del país, desde el jardín de niños hasta el posgrado, está agotado.

El sistema educativo mexicano presenta un modelo pedagógico obsoleto, debido al centralismo, autoritarismo y paternalismo con el que ha sido dirigido por los gobiernos en turno, afirmó el director de investigación del Instituto

Mexicano para la Competitividad, Salvador Malo, para el diario *La Jornada* el 20 de febrero de 2012.

El doctor en pedagogía por la Universidad Nacional Autónoma de México, Pavel González, asegura que se tiene que transformar el modelo pedagógico, crear centros de capacitación y aprendizaje fuera del sistema escolarizado formal e impulsar un sistema de competencias laborales.

Lo anterior, afirmó, se debe a que los jóvenes de la Generación “Y” dejaron de estar en el enfoque pedagógico organizado en torno a conocimientos y contenidos que conducen al enciclopedismo y está centrado en el profesor y el aula, donde la memorización y repetición tienen un papel central.

El pedagogo indicó que la generación muestra ciertas características que la educación actual no satisface, es por eso la existencia de los índices de deserción y bajo rendimiento.

Manifestó que es momento de hacer caso a las cualidades de ésta cohorte, llevando al aula la integridad, la honestidad, la apertura, la actitud de apoyo, el tutelaje, los nuevos modelos de interacción social y revolucionar la enseñanza alrededor de los nuevos canales de comunicación.

Entendiendo y encausando a la Generación “Y”

La mente y la conducta de las personas son el reflejo de la sociedad y el tiempo en el que se vive. Es fácil precisar de qué está conformado su mundo al observarles actuar en ciertas circunstancias, y conducirse de acuerdo a sus experiencias.

Ejemplo de ello es cuando un joven acostumbra a poner su mínimo esfuerzo en sus tareas cotidianas sin exigencias de los padres, pero sí obteniendo continuas recompensas entonces le será fácil no comprometerse consigo mismo para un tener un mejor futuro.

Según A. Franichevich en su libro *Sangre nueva en la empresa asegura*, que la forma de actuar de la Generación “Y” puede resultar en una convivencia difícil con cualquier figura de autoridad porque la generación a veces se comporta de una forma extraña y desconocida pues trae consigo nuevos paradigmas que por ser distintos a los ya conocidos generan un alto índice de rechazo y crítica de los demás.

El mundo en el que ha crecido la generación es radicalmente distinto en muchos sentidos del que conocieron las generaciones anteriores como la “X” o la de la posguerra, sobre todo en cuanto a la tecnología y su repercusión en la forma de comunicarse entre los jóvenes. Para ejemplificarlo, basta con observarlos cómo utilizan las redes sociales para interactuar, comunicarse y relacionarse en forma inmediata y en tiempo real.

En concordancia al proceso de comunicación idónea, es preciso conocer los intereses de ambas partes, pero en las relaciones jerárquicas de la Generación “Y”, la comunicación suele estar fracturada, es decir, los padres, profesores y jefes de trabajo están acostumbrados a entablar siempre una comunicación unidireccional con sus hijos, alumnos y empleados que hasta ahora había “funcionado”.

Pero los jóvenes de esta generación ya no quieren que únicamente se les indiquen sus deberes a modo de exigencia, quieren y piden una comunicación bidireccional y si no es de forma personal, para ellos no existe ningún problema responder vía *mail*, o mensajes de texto, o en el *chat*.

La Generación “Y” nació, y otros más crecieron sumergidos a profundidad en la tecnología, y es ahora que algunos, muy pocos adultos de otras generaciones, están abiertos a la posibilidad de comunicarse utilizando vías hípermodernas, asegura el profesor de filosofía del Colegio de Ciencias y Humanidades Oriente (CCH-OTE), Armando Perea.

Señala que aunque para otros más sí existe conflicto, es ahí cuando los miembros de la generación empiezan a alejarse y a sumergirse en *su mundo*.

No les interesa lidiar con gente que no pretende abrirse a una comunicación efectiva en la que ambos se sientan cómodos y obedecer nuevas normas de relaciones, provocando desinterés y surgimiento de la deserción escolar y laboral, y que aunado a ello, las relaciones familiares se hacen superficiales.

Asegura que la ruptura comienza cuando se asume que es como las demás generaciones. Grave error, porque ni siquiera entre los miembros hay homogeneidad, existen muchas variaciones dentro del grupo que dan pie a la aparición de otras ideologías denominadas tribus urbanas y entre otras están los *NiNis*, que en el ámbito laboral no les importa cuántas veces haya que cambiar de trabajo o ausentarse de éste, siempre y cuando se sientan cómodos.

La Generación “Y” usa el lema de que no renuncia a un trabajo, sino renuncia al jefe y está condicionada a que debe buscar un empleo que verdaderamente le guste.

Apunta el profesor Perea, que en los últimos años la psicología se ha popularizado y existen cientos de libros que animan a hacer el trabajo para el que has nacido. Pero ellos no esperan a que las empresas les ofrezcan el puesto que les apasione, porque esto nunca pasaría, asumen la responsabilidad de buscarlo.

Lo único que esperan es recibir ayuda de las generaciones más maduras para averiguar qué tipo de trabajo es adecuado para ellos y cómo asegurarse que puedan modelar su puesto para que les apasione.

Según el INEGI, en el 2011 el 25.5% de la población joven del Distrito Federal tiene empleo, es decir, que 1.1 millones de entre 15 y 29 años son económicamente activos (PEA); es mayor la cantidad de Población Económicamente Activa que oscila en esa edad que jóvenes desempleados.

Es así, debido a que la Generación “Y” además de necesitar el ingreso económico, busca y conserva empleos para satisfacer su plenitud personal.

Valora más que las otras generaciones la oportunidad de aprender y sentir la realización profesional, aunque el significado de la preparación profesional ha variado en los últimos años, no es sinónimo de estabilidad.

Para la Generación “Y” es sinónimo de crecimiento, porque quizás no encuentre empleo inmediato en puestos en los que pueda desarrollar sus capacidades profesionales e incluso estén mal remunerados, asegura Gonzalo Muñoz, maestro de Letras Hispánicas del Tecnológico de Monterrey.

Donde se coloquen laboralmente incrementarán su intelecto, ya sea en el lugar de trabajo o a través de los contactos con compañeros en cualquier red social, ven el potencial de aprendizaje por todas partes.

Un buen mentor puede hacer la diferencia de si un joven “Y” renuncia a un empleo o deserta de una clase. La orientación con la que pueden apoyarlos es trascendental a tal punto de definir su futuro profesional, parte del ausentismo de clases es porque no hay quien les dé una asesoría certera sobre su cualidad vocacional e incluso las consecuencias de una mala información se traducen en el abandono de carreras por no contar con ofertas de trabajo, afirma el maestro.

La Generación “Y” quiere que sus superiores le apoyen y le ayuden a aprender. Pero el problema surge a raíz de que cada generación define a su manera los conceptos de aprendizaje, formación y desarrollo.

Las generaciones precedentes tenían un modelo de aprendizaje instruccionalista, básico en las sociedades industriales, que era vertical, jerárquico y exclusivo, a la vez que consideraba a los alumnos como receptores pasivos, mientras que el aprendizaje actual y futuro de la sociedad se basa en el conocimiento digital es más horizontal, heterárquico y abierto, y considera a los alumnos como colaboradores activos.

Señala que ha sido el factor determinante en la forma de aprendizaje, a tal punto que hoy en día existe la posibilidad de trabajar y estudiar sin salir de casa.

Distintas instituciones de educación media superior y superior cuentan con la modalidad de *Universidad en Línea*. Así mismo el 26 de octubre de 2010 fue aprobada la *Ley del primer empleo*, que se basa en sugerir empleos para jóvenes recién egresados que no tengan experiencia en el campo laboral y entre otras opciones brindan la oportunidad de trabajar en *línea*, publicó la noticia El Universal el 27 de octubre de 2010.

REMODELANDO LA EDUCACIÓN

La sociedad enfrenta cambios acelerados y transformaciones profundas que evidentemente repercuten en los procesos educativos. La integración de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y su impacto en todos los campos de actividad humana, imponen cambios en la concepción de los procesos de enseñanza-aprendizaje considerando en dichos procesos elementos mediadores en el *aula*.

En México, el concepto *futuro interactivo en la educación* adquiere relevancia en el 2005, con la utilización de Enciclomedia, una plataforma que buscó enriquecer la experiencia en el aula, poniendo a la mano del maestro y del alumno, recursos educativos para hacerla más significativa, amena, participativa e integral, a partir de la edición digital de los Libros de Texto Gratuitos y de la creación de variados hipervínculos en diversos formatos.

Según Alejandra Brandolini, encargada del *Programa Enciclomedia* en la página oficial de la Secretaría de Educación Pública, señala que el fin de innovar la educación es constituir un importante recurso didáctico, con posibilidades para la investigación, documentación, retroalimentación y construcción del conocimiento, generando novedosos escenarios de aprendizaje y nuevas rutas de acceso a la información, con la intención de

contribuir al fortalecimiento del logro educativo en las escuelas primarias del país.

La implementación de dicho programa introduciría a integrantes de la Generación “Y”, a nivel educativo, en una etapa digital ya institucionalizada. Se llevó a cabo la capacitación a maestros de distintos grados para el dominio de las herramientas interactivas; sin embargo, en palabras de Georgina Lorena, contralora de la Secundaria Diurna N. 192 Teotihuacán, no fue aceptado al programa.

Menciona que en varias aulas del lugar donde labora están instalados dichos pizarrones y los maestros fueron capacitados, pero éstos no hacen uso del material digital. Afirma que al menos en su escuela todos los maestros siguen enseñando en la pizarra tradicional.

No obstante el material digital se está instalando en las preparatorias de la ciudad y el profesor de matemáticas José María Rojas, del CETIS número 55, señala que en su escuela dicho recurso es de gran ayuda e importancia en la impartición de su materia.

Otra de las modalidades que el sistema educativo en México está llevando a cabo a través de la tecnología, es el de educación a distancia, una forma de enseñanza en la cual los estudiantes no requieren asistir físicamente al lugar de estudios.

En este sistema de enseñanza, el alumno recibe el material de estudio (personalmente por correo electrónico u otras posibilidades que ofrece Internet). Al aprendizaje desarrollado con las nuevas tecnologías de la comunicación se le llama aprendizaje electrónico. Dos plataformas importantes que emplean esta modalidad son *Moodle* y *Docebo*.

Dependiendo del centro de estudios, los estudiantes pueden acudir físicamente para recibir tutorías, o bien deben realizar exámenes presenciales.

Existe educación a distancia para cualquier nivel de estudios, pero lo más usual es que se imparta para estudios universitarios.

“La educación en línea es una forma accesible de concluir una carrera para todos los que trabajamos, pues no tenemos que acudir a un aula diariamente, lo que me parece excelente pues de ser así tendría que pedir permiso en mi trabajo repercutiendo directamente en mi sueldo” dice Eduardo estudiante a distancia de la carrera de derecho UNAM.

Estudiar una carrera en línea no limita a una educación cerrada, pues aunque estés sola frente a tu computadora se puede interactuar con tus compañeros, ya que aun en este sistema existe el trabajo en equipo y la comunicación constante con el grupo y los maestros aun fuera de los horarios establecidos para el chat o el foro, afirma Nancy de la Rosa, estudiante de enfermería en Programa de Estudios Complementarios de Competencias para obtener el título de licenciado en Enfermería (PECCLE), del Instituto Politécnico Nacional (IPN).

INNOVACIÓN EN EL SISTEMA DE PRODUCCIÓN

Con la restructuración educativa se abrió el campo del trabajo a distancia mediante las tecnologías de información y comunicación, lo que fomenta la autonomía, descentralización y movilidad.

Patricia Ponce del Ángel, coordinadora de capacitación en el Área de Educación a Distancia, en la Unidad de Investigación Educativa del Centro Médico Nacional Siglo XXI, asegura que el trabajo a distancia abre nuevas oportunidades de trabajo para diversas categorías de trabajadores potenciales, sin límites geográficos.

Sin embargo, es un tema de estudio ya que el trabajo a distancia también interviene generando aislamiento y marginalidad, aumenta la tensión de los trabajadores de esta modalidad y muchas veces puede favorecer su explotación, señala.

En el ámbito de la educación existen tres concepciones fundamentales, organización, localización y tecnología, términos que la Generación “Y” ha adoptado en su vida laboral, afirma la coordinadora.

Gerar Blanc en su libro *El mundo de la tecnología apropiada*, señala que el trabajo a distancia se puede realizar *online* (en línea con conexión directa con el ordenador) y *offline* (fuera de línea), así como organizarse individual y colectivamente; puede constituir la totalidad o parte de la tarea del trabajador, y puede llevarse a cabo por trabajadores independientes o empleados.

Marco Aurelio, diseñador gráfico para la agencia publicitaria Facto Comunicaciones, de 27 años de edad, afirma que trabajar a distancia le ayuda en su economía, así como el hecho de trabajar en su hogar, dentro de una ambiente y comodidad personalizada y confortable favorece su creatividad, siendo ésta su principal herramienta de trabajo.

Según datos de la Subsecretaría de Empleo y Productividad Laboral, en enero del 2012, el porcentaje de Población Económicamente Activa (PEA) fue del 49.5%; de este rango el 24.7% corresponde a trabajadores de la Generación “Y”, es decir, jóvenes entre 20 y 30 años y que el número se reduce a un 8.7% de los que laboran en una modalidad a distancia.

A pesar del relativamente alto costo de los equipos de comunicación y de los problemas asociados con la supervisión y dirección diarias, las organizaciones están adoptando crecientemente el trabajo a distancia debido a la flexibilidad que ofrece en la producción y organización del trabajo

GENERACIÓN “Z”, NIÑOS DE LA ERA DIGITAL

Después, cuando aprendí a leer, devoraba los libros y pensaba que eran como árboles, como animales, cosas que nacían. No sabía que había un autor por detrás.

De repente descubrí que era así y me dije “yo también quiero ser eso”. [Pero...] escribir memorias no es mi estilo, implica darle al público pasajes de una vida. La mía es muy personal.

Clarice Lispector, escritora brasileña perteneciente a la generación del 45 brasileño.

Cada generación tiene sus propias características que dependen de las diferentes situaciones económicas, sociales y tecnológicas de cada periodo. Antes del siglo XX las generaciones cambiaban cada cientos de años, pero a partir de este siglo los cambios se han acelerado notablemente.



Imagen tomada del banco sxc/hu.

“A Manuel de ocho años lo que más le gusta de sus clases es el tiempo que pasa en el aula, porque sus materias son impartidas con el apoyo de una tableta electrónica que hace la función de libreta de apuntes y biblioteca”, afirma Maura Claudia, madre de familia.

La generación “Z” es la penúltima en nacer, aquellos niños no mayores a los 11 años, se encuentran en una etapa de evolución por lo que sus paradigmas mentales aún se están formando; sin embargo, su sociedad existe en internet o celulares y tienen una habilidad superior para manejarse en los entornos virtuales, afirma Carlos Rodríguez en el reportaje titulado “Mutantes” de la revista *Código*.

Los nativos digitales se rodean de pantallas, lo que genera así una predilección por fotografías, gráficos e imágenes antes que textos. Los textos extensos sin impacto visual, son evitados por esta generación.

Todo lo que conoce la generación “Z”, es consultarlo en su medio preferido, la web. Allí, a través de diversos buscadores y cientos de ventanas que se despliegan simultáneamente, investigan y profundizan los contenidos de su interés.

A Manuel Zamudio, de ocho años, lo que más le gusta de sus clases es el tiempo que pasa en el aula, porque sus materias son impartidas con el apoyo de una tableta electrónica que hace la función de libreta de apuntes y biblioteca.

Estos niños nacidos en el periodo de 2001 a 2010, que se encuentran aún cursando la primaria, ya tienen un *Smartphone* con Internet ilimitado para satisfacer cualquiera de sus necesidades.

Por su dominio acelerado de la tecnología, a principios de la década se les denomina *Niños Índigo*, a aquellos que representan un estado superior de la evolución humana, con características tales como una mayor intuición, espontaneidad, rechazo a una moralidad estricta y una gran imaginación.

Atribuyéndose frecuentemente capacidades con ciertos dones paranormales y la capacidad de sanación; sin embargo, no existe área de la ciencia que ponga de manifiesto la existencia de estos seres superdotados.

Sin embargo, para cierto sector de la población estas características son vistas como un avance espiritual, ético y mental, ideas descartadas según el *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales*, de la Asociación Americana de Psiquiatría, al señalar el término índigo como un trastorno de comportamiento conocido como Déficit de Atención con Hiperactividad (TDAH).

Esta característica es comprendida como un rasgo propio de la generación "Z", asegura Carlos Ruiz, psiquiatra del Hospital Regional de Psiquiatría Morelos Centro Médico, al sugerir que el síndrome es resultado del mundo en que se vive, en vez de una extraña epidemia infantil.

Es decir, la habilidad que tienen los niños "Z" evoluciona junto con la de su computadora y es probable que ese proceso no implique apenas una pérdida de la vieja capacidad de concentración, sino también un beneficio en lo que respecta a nuevas formas de cognición que estarían engendrándose, asegura el psiquiatra.

Un ejemplo de esto son los juegos de computación, ya que pueden mejorar algunos aspectos de la atención, tales como la capacidad de contar objetos rápidamente en el periferia del campo visual, afirma Carlos Ruiz.

Así mismo, especifica que los niños que navegan por la *Web* buscando información pasan menos de dos segundos en un sitio antes de pasar a otro.

Sin embargo, en vez de ver en este dato un mero indicio de desconcentración y ansiedad, o al menos más allá de eso, es un signo de capacidad de análisis incisivo y veloz que promueven los nuevos medios.

Al compás de una cultura que se sustenta crecientemente en imágenes, se desmonta el viejo imperio de la palabra y proliferan fenómenos en los cuales la lógica de la visibilidad da pauta a las nuevas técnicas de estudio para la más reciente generación.

El estudio sobre la enseñanza en la era digital recae en la creación de videojuegos que sirven como herramientas para mejorar valores humanos y educativos. En algunas escuelas están utilizando el programa *Games for Change*, proyecto que aprovecha el entretenimiento para fomentar el compromiso y el bien social, así como las buenas iniciativas e ideas innovadoras al respecto de los más jóvenes.

Con el propósito de hacer frente a las necesidades de la generación “Z”, se deberá avanzar en el uso de las herramientas digitales para la enseñanza y el aprendizaje, con énfasis en la instrucción de estudiantes de escasos recursos. Y, sobre todo, mejorar la formación del profesorado en este terreno o el establecimiento de un cuerpo de “profesores digitales”, así como la integración de los avances tecnológicos y la infraestructura fundamental en las escuelas.

El aprendizaje que está teniendo la generación “Z” será crucial para su vida laboral, pues ella creció en un contexto que valora más el “tener” que el “ser”, y donde todo es instantáneo. Pretenderá llegar a la cima rápidamente, y

cualquier cosa que no le produce satisfacción inmediata es aburrida, por lo que cambiará sus gustos y decisión constantemente.

Ese condicionante le hará ser más impacientes para alcanzar los resultados esperados en cualquier circunstancia. La actitud del “lo quiero YA” la puede hacer más vulnerable a las frustraciones, más individualistas, e incluso, más pesimistas.

Para el 2020 será evidente cómo trasladan sus características al modo de trabajo y la cultura de cada empresa. Por lo pronto, parece que darán el mismo valor al trabajo que a la familia y los proyectos personales, potenciando el concepto de vida en balance (*life balance*), asegura Astrid Martínez, psicóloga terapeuta cognitivo conceptual.

En la Generación “Y” se está marcando la pauta, al ser jóvenes profesionales que sirven a más de un jefe, en vez de ligarse a largo plazo a una empresa. Son varias las razones que motivan esta nueva manera de ver la dimensión laboral.

Las organizaciones tienen que empeñarse por conquistar a una generación que parece renuente a la comunicación y a los vínculos personales. En este contexto, las herramientas tecnológicas de colaboración e interacción serán recursos clave para impulsar el acercamiento a este grupo de jóvenes, asegura la terapeuta.

Se deberán plantear esquemas de trabajo basados en la interacción virtual e Internet. Esta tendencia se alinea, en parte, a los rasgos que distinguen a la Generación “Z”, cuya forma de trabajo es multifuncional ya que son capaces de hacer varias tareas al mismo tiempo, como resultado de una fuerte estimulación visual y la propia dinámica de la Web, afirma Astrid Martínez.

La Generación “Z” es una gran aliada de la Internet. Estos jóvenes están por incorporarse al mercado laboral. Por lo que las diferentes empresas habrán de contar con empleos y estrategias para afrontar y retener esta nueva filosofía.

CONSIDERACIONES FINALES

A lo largo de este trabajo de investigación se definieron las características de la Generación “Y”, aquella que fue denominada como nativa digital por su dominio hacia lo cibernético-tecnológico; se precisó al humano “Y”, aquella cohorte demográfica que abarca los años de 1980 al 2000 y que se perfila como hombres *postorgánicos* por la asociación establecida entre mente cuerpo y mecanismo.

Fueron de gran importancia las aportaciones de la antropóloga argentina Paula Sibilía en el reportaje, ya que con el apoyo de sus investigaciones sobre esta generación se pudo concretar la comprobación de la hipótesis del trabajo, aquella que dice que no existen los límites entre lo natural y lo artificial.

Una generación cuya evolución parte de las nuevas tecnologías llegando al punto de concebir hombres que perciben el mundo con los códigos actuales de la vida moderna o hipermoderna como se estableció: las imágenes y su implicación para el desarrollo de la cotidianidad y su inevitable forma de percibir la existencia, gracias a la evolución cerebral que muestran los de esta generación.

Para la Generación “Y” es de gran importancia la develación que hacen de su intimidad en las redes sociales, exponiendo su vida con la finalidad de trascendencia, de mostrar y satisfacer el *ego* y de ser parte del movimiento mundial más importante en la actualidad.

Así mismo, se puntualizó que con el surgimiento de la generación y por el necesario cambio económico en la historia humana, encaja el bloque en la dilucidación de hiperconsumista, son jóvenes que encuentran deseo no el hecho de lo *material*, sino en la satisfacción de las experiencias emocionales que valen por sí mismas.

Fue fundamental en el reportaje el tocar los antecedentes de la generación para poder delinear las particularidades de ésta y establecer el cambio más importante, jóvenes “Y” totalmente opuestos a la generación “X”, que buscan

establecer su vida a más temprana edad de una manera enfocada al crecimiento profesional, intelectual, laboral y personal.

Ha llegado a abrir nuevos horizontes en la forma de enseñar, aprender y laborar en las condiciones establecidas por las transformaciones profundas que repercuten en estos ámbitos y que están siendo heredadas a las siguientes generaciones, la más inmediata a la generación “Z”, niños que nacieron y crecen en la era digital y que están preparando un futuro prometedor para las siguientes generaciones.

FUENTES DE CONSULTA

BIBLIOGRAFÍA

- BIBB Sally, *Generación "Y" for Rookies*, Ed. LID Editorial Empresarial and Marshall Cavendish, España 2009.
- BAUMAN Zygmunt, *Mundo consumo: Ética del individuo en la aldea global*, Ed. Paidós, España 2010.
- CLYNES Manfred, *Emociones biociberneticas de la comunicación de la Academia de Ciencias de Nueva York*, Estados Unidos de Norteamérica, 1973, The Academy.
- COUPLAND, Douglas, *Generación X:cuentos para una cultura acelerada*, Estados Unidos 1991.
- DANTO Arthur C., *La transfiguración del lugar común*, México, Paidós, 1981.
- DICK, Philip K., *¿Sueñan los androides con ovejas eléctricas?*, Ed. EdHasa, Barcelona 1997.
- FREUD, Sigmund, *El porvenir de una ilusión*, Ed. Orbis, 1988, págs. 138
- KLEIN, Naomi, *El poder de las marcas*, Paidós, México, 2001.
- LIPOVESTSKY Gilles, *La era del vacío*, Ed. Anagrama, Barcelona, 2002.
- MORÍN, Edgar, *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*, México, Paidós, 2005.
- RAMÍREZ, José Agustín, *La contracultura en México*, Ed. De Bolsillo, México.
- SARTORI, Giovanni, *Homo videns: La sociedad teledirigida*, Ed. Punto de lectura, 2006.

- SIBILIA, Paula, *La intimidad como espectáculo*, 1ª edición- 1ª impresión, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2009.
- SIBILIA, Paula, *El hombre postorgánico*, 1ª ed. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2005.
- VERDÚ, Vicente, *El planeta americano*, Ed. Anagrama, Primera edición 1996.
- VÁZQUEZ, Romero Rubén Darío, maestro de Facultad de Estudios Superiores Aragón de la UNAM, Trabajo de titulación para licenciatura, *Generación X y medios masivos*
- ŽIŽEK, Slavoj, *El sublime objeto de la ideología*, Siglo XXI, México, 1992.
- ZYGMUNT, Bauman, *Consumismo y otros poderes*, Celtia-Gedisa, Rusia, 2000.

HEMEROGRAFÍA

- MALLETT, Ana Elena, "The lost generation", *BUSINESSWEEK*, 14 de marzo de 1999, Sección Vanguard, Pág. 84, Ed. McGraw-Hill, Nueva York.
- ARVIDE, Cynthia, "La era de las redes sociales. #Somos adictos" *CHILANGO* N. 91/Año 8 Redes Sociales, 3 junio de 2011, Sección Reportajes, Págs. 42-48.
- RUIZ, Antonio J., "La felicidad paradójica y la huella ecológica", *PICNIC*, N.13, Noviembre/Diciembre 2008, Sección Filosóficos, Págs. 46-49.
- ALANÍS, Salvador, "Quimeras", *PICNIC*, N. 15, Septiembre/Octubre 2009, Sección La posibilidad de una isla, Págs. 61-67.

- ZEPEDA, Juan Manuel, “Cerebro más desarrollado en las nuevas generaciones”, *REVISTA MEDICA DEL IMSS*, Volumen 48, número 5, 13 de noviembre de 2010, Sección Aportaciones originales, Págs. 60-58

CIBERGRAFÍA

- BRANDOLINI Alejandra, “Programa Enciclomedia”, Secretaria de Educación Publica, www.sep.org.mx, 18 de enero de 2009
- CASCIO, James, investigador del Intituto para la Ética y la Nuevas Tecnologías, en conferencia sobre “La generación “Y” y la próxima evolución”, publicado por el diario *El País*, www.elpais.com.mx, 17 de febrero de 2008 en
- CASTILLO, Omar, “Enciclomedia, proyecto de un sexenio”, *La Jornada*, Educación, www.lajornada.com.mx, 18 de enero de 2009
- G. Emideth, “Niños índigo, niños TDHA?”, Instituto Mexicano de Pediatría, , www.ametep.com.mx/aportaciones, abril 2006
- KIRSCHENBAUM, Diego, “La generación Z desembarca en el mercado laboral”, Estrategias de negocios para México, www.estrategiaynegocios.net, 20 de marzo 2012
- MALO, Salvador, director de investigación del Instituto Mexicano para la Competitividad, testimonio vertido en *La Jornada*, Educación, *El sistema educativo obsoleto*, www.lajornada.com.mx, 15 de abril de 2012
- MARCHANT, Iván, “Situación de la Internet en México”, ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET, A.C. (AMIPCI) www.amipci.org.mx, en octubre de 2011

- MÁRQUEZ, Leticia, “La generación Y se le desarrolla más el hemisferio izquierdo”, Instituto Mexicano del Seguro Social, www.imss.org.mx/desarrollos, 20 de junio de 2011
- MÁRQUEZ, Rafael, “10 inventos hechos en México triunfan en el mundo”, EL INFORMADOR.COM.MX, Guadalajara, Jalisco, 18 de Octubre de 2010, <http://www.informador.com.mx/tecnologia/2010/242037/6/10-inventos-hechos-en-mexico-triunfan-en-el-mundo.htm>
- R. Castillo, Boletín UNAM-DGCS-232, “No hay una demostración científica de la existencia de los denominados niños índigo”, Boletín UNAM, www.dgcs.unam.mx/boletin, 15 mayo de 2008
- S/A, “Hogares con computadora en el Distrito Federal”, INEGI Instituto Nacional de Estadística y Geografía, www.inegi.gob.mx, 20 de diciembre de 2010
- S/A, “Actividad laboral en México Distrito Federal”, SUBSECRETARÍA DE EMPLEO Y PRODUCTIVIDAD LABORAL DEL DISTRITO FEDERAL, www.stps.gob.mx, 05 marzo 2012
- S. Ventura, “Generación Z: cómo hablarle al público que viene”, Consultores de Empresas, www.consultoresdeempresas.com, 26 de mayo de 2012
- STONE, Linda, Vicepresidenta de Microsoft, artículo publicado en el año 2008 en www.microsoft.com 10 de abril 2012

FUENTES VIVAS

- BONILLA Sánchez Luis Adolfo, Neuropsicólogo del Instituto Nacional de Neurología y Neurocirugía, “Manuel Velasco Suárez”, 10 de junio de 2009

- CORTÉS, López Carlos, psicólogo del Centro de Asesoría Psicológica del Distrito Federal, 20 de enero 2012
- CORTÉS Perea Armando, Profesor de Filosofía de la UNAM, 8 de diciembre 2011
- GONZALEZ, Pavel, Doctor en pedagogía por la UNAM, 10 noviembre de 2011
- GUTÍERREZ, Ramírez Servando Sociólogo/Demógrafo Jefe del Área de Investigación de la Cultura de la Universidad Autónoma de México Iztapalapa, 12 octubre 2011
- KATZ, Isaac, Maestro de economía en el Departamento Académico de Economía del Instituto Tecnológico Autónomo de México, 11 de septiembre de 2010
- LEJÍA, Esteban, Publicista en medios audiovisuales e impresos urbanos, 4 de junio de 2010
- LORENA, Georgina, Contralora de la Secundaria Diurna N. 192 “Teotihuacán”, 03 marzo 2012
- MARTÍNEZ, Urbano Isaac, Miembro de la Generación “Y”, Egresado de la Licenciatura de Relaciones Internacionales de la FES Acatlán de la UNAM, 7 de febrero de 2012
- MARTÍNEZ, De Yta Astrid, Psicóloga Terapeuta Cognitivo Conceptual, 9 de agosto de 2010
- MUÑOZ, Gonzalo, Maestro de letras hispánicas del Instituto Tecnológico de Monterrey, 27 de febrero de 2012
- PEREA, Armando, Profesor de filosofía del Colegio de Ciencias y Humanidades Oriente de la UNAM, 23 de febrero de 2012

- RIVERA, Menezes Oscar Pintor egresado de la Escuela Nacional de Pintura Escultura y Grabado “La Esmeralda” del Instituto Nacional de Bellas Artes y fundador del colectivo Neza Arte Nel, 5 de febrero 2012
- ROJAS, José María, Profesor de matemáticas del CETIS 55, 25 de marzo de 2012
- RUIZ, Carlos, Psiquiatra del Hospital Regional de Psiquiatría “Morelos” Centro Medico, 16 mayo de 2012
- TOVAR, Zamora Eduardo Especialista en sistemas integrante de la generación X (1960-1980) 13 de mayo de 2012
- ZAMUDIO, Mejía Armanda Maestra jubilada integrante de la generación silenciosa (1925-1939) 13 de mayo de 2012
- ZAMORA, Zamudio Laura Enfermera jubilada integrante de la generación de la postguerra (1940-1960) 13 de mayo de 2012