

EL TEMA

**Los auténticos nativos digitales:
¿estamos preparados para la
Generación Z?**

EL TEMA

Nacidos en un mundo globalizado, marcado por la omnipresencia de Internet y la telefonía móvil, la Generación Z no ha necesitado adaptarse a las pantallas ni a la tecnología, son los auténticos nativos digitales. Su mundo no puede concebirse al margen de los 'smartphones', o la tecnología y estas herramientas condicionan, no solo su forma de comunicarse con los demás, sino su capacidad para generar cambios significativos en el entramado social.

Este tipo de cuestiones han hecho de esta generación una de las más observadas y analizadas de todos los tiempos. Por primera vez los jóvenes pasan del anonimato a convertirse en foco de atención de numerosos estudios que buscan conocer sus intereses, gustos y comportamientos casi en tiempo real, como una forma de predecir hacia dónde se dirige esta nueva sociedad hiperconectada, en constante transformación.

Este trabajo trata de arrojar un poco de luz en la forma de actuar de estos jóvenes, en los acontecimientos previos que modelan su identidad y en su forma de concebir la comunicación, la sociedad, la política, los nuevos medios, las empresas o la economía.

Más de 2.000 millones de auténticos nativos digitales, creadores, creativos conectados, críticos, con ganas de cambiar el mundo, son la Generación Z.

INTRODUCCIÓN

**Los auténticos nativos digitales:
¿estamos preparados para la
Generación Z?**

Los nuevos “Ziudadanos” que cambiarán la sociedad, ahora empiezan a incorporarse al mercado y en unos años accederán a puestos de responsabilidad. ¿Qué tipo de modelos económicos y empresariales surgirán del actual ecosistema tecnológico? ¿Hacia dónde se dirigen los nuevos medios de comunicación, las nuevas empresas, o la política? ¿Qué importancia tienen las redes sociales los dispositivos móviles en esta generación? y ¿la privacidad? ¿Cómo se ven ellos mismos como generación?

Todas estas preguntas encuentran un primer borrador a partir del análisis de los individuos que conforman la llamada Generación Z. Son estos jóvenes los que están dictando las reglas de los nuevos medios, de los nuevos consumidores y productores de contenido del futuro. De los nuevos “Ziudadanos” que como dicen algunos estudios quieren cambiar el mundo.

A partir de este trabajo profundizaremos, desde un punto de vista tanto sociotecnológico como socioeconómico, en el análisis de las características constituyentes de este grupo de individuos. Descubriremos quienes son estos adolescentes y jóvenes, qué hábitos de consumo tienen, cómo se relacionan con Internet, o qué lugar ocupa en sus vidas la conectividad y los dispositivos móviles.

Estamos hablando de una generación marcada por dos acontecimientos fundamentales como son los atentados del 11 de septiembre (2001) que en su desarrollo les mostrará una sociedad distinta a la anterior y la crisis económica que siguió al colapso de Lehman Brothers (2007). Esta coyuntura influye de manera directa en estos, niños, jóvenes y adolescentes, no solo en su forma de entender este mundo hiperconectado sino en el desarrollo de nuevas formas de entender la filosofía del compartir, tanto en Red como de forma horizontal, asociándose cada vez más al concepto de economía colaborativa. Los protagonistas de esta generación no solo están produciendo cambios en la economía por su manera de entender el actual ecosistema digital, sino que sus decisiones y hábitos afectan a los mercados, a los medios de comunicación y a otros muchos sectores que ahora deben prestar atención a un nuevo tipo de consumidor-productor. *Crowdfunding*, *crowdlending*, *couchsurfing*, *Carpooling* o *Carsharing*, *pooling economy* o *smart cities* serán términos directamente vinculados a esta generación concienciada en la economía del compartir, reciclar, reutilizar.

Los jóvenes Z se constituyen como la primera generación digital, nacida con una tasa de penetración, tanto de internet como de la telefonía móvil, insólita hasta el momento. Una generación sobre cualificada, con una capacidad intuitiva del funcionamiento y posibilidades de la Red de redes especialmente significativa, de tal forma que es fundamental comprender cómo piensan, qué necesitan, donde lo buscan y cómo se relacionan, para poder asomarnos a la radiografía de las sociedades venideras.

No solo encontramos un cambio en la forma de concebir la comunicación, sino de asumir los problemas de una sociedad en constante transformación.

La nueva forma en la que los Jóvenes Z se relacionan con su comunidad, con su entorno o incluso con las instituciones, así como la velocidad a la que asumen estos cambios, genera una nueva forma de entender la solidaridad y el voluntariado.

Nos acercaremos, a través del testimonio de ocho miembros de esta generación a sus inquietudes y especialmente al “factor diferenciador” que les une generacionalmente como elemento identitario. Qué piensan sobre los medios tradicionales, la educación o Internet o qué están aportando a la sociedad actual.

En este nuevo entramado social nos encontramos también con grandes depredadores. La privacidad y la lucha por salvaguardar la confidencialidad de esta nueva forma de enfrentarse a la comunicación, se convierte en un asunto prioritario. ¿Cuenta la Generación Z con un marco legal que les proteja frente a la intromisión de los gigantes de las redes sociales como Google y Facebook? ¿Qué valor otorgan a la privacidad de sus datos estos jóvenes acostumbrados a compartir en la nube gran parte de su vida? ¿Cómo funciona en nuestro país la ley de protección de datos y cómo se aplica esta ley en los casos en los que la privacidad de estos jóvenes haya sido violada?

¿Y qué sucede en el ámbito de la política? Los sucesores de los *Millennials* reclaman más apertura, mayor representatividad, la conquista y gestión de nuevos espacios así como de nuevos mecanismos que legitimen y ensanchen los pilares de una democracia vapuleada por la crisis global que atenaza el sistema.

La relación entre juventud y política nos plantea un cambio respecto a los *Millennials*. La Generación Z está más sensibilizada políticamente frente a cuestiones como el aumento de las desigualdades o el cambio climático. Quieren contribuir a la resolución de los problemas colectivos, pero no confían en su gobierno, de ahí que apuesten por una nueva forma de hacer política al margen de las instituciones.

Estos son algunos de los numerosos interrogantes que trataremos de descifrar a largo de este trabajo en el que un sector de la población habitualmente ignorado, se convierte en protagonista del cambio y la innovación de una sociedad en Red cuyas nuevas reglas parecen escribirse en tiempo real. ¿Serán capaces de cambiar el mundo que heredan de las generaciones anteriores?

“Esta es la primera vez en la historia en que los niños son una autoridad sobre algo realmente importante”. “Yo era una autoridad sobre modelos de trenes cuando tenía 11 años. Pero ahora tienes a estos niños de 11 años en la mesa del desayuno, que son una autoridad en esta revolución móvil que está cambiando el comercio, el gobierno, la edición, el entretenimiento, todas las instituciones de la sociedad”. Don Tapscot.

Óscar Espiritusanto Nicolás.

PeriodismoCiudadano.com - Universidad Carlos III de Madrid