

La generación "Y" (millennials) y la inteligencia emocional

Por Jorge A. Oriza Vargas © 327-2016

Existe una forma establecida hace años, para denominar a los individuos de una generación, o de un grupo de edades, conforme a sus costumbres de consumo y algunas otras características generales, o con base en un *conjunto de experiencias formativas que los distinguen de sus predecesores*¹ y que los identifican de manera diferenciada, de otras generaciones. Así, según este criterio, me toca pertenecer al grupo llamado "*baby boomers*" que somos quienes nacimos entre las década de los "cuarentas" y los "sesentas" del siglo pasado; nos siguió la llamada generación "X" (setentas y ochentas) y después, de la década de los "ochentas" a los inicios del tercer milenio, se les ha denominado a los individuos nacidos en esa época, como generación "Y" o *millennials*. Como no hay estudios sociológicos importantes que confirmen esta apreciación, o que la complementen² satisfactoriamente, podemos pensar que la mayoría de niños y jóvenes de esta época, hasta "alrededor" de los treinta años de edad, pueden pertenecer a esta caracterización general, como decía, más orientada a los aspectos de consumo, de esta economía mundial globalizada, que a aspectos sociológicos.

Sin embargo, no deja de ser destacable que ciertos rasgos que se mencionan en los artículos que hemos leído sobre este tema, coincidan con nuestra apreciación personal, que ahora me permito compartirles, sobre algunos rasgos que observamos en los individuos jóvenes de esta época, pertenecientes bajo este criterio, a la generación "Y" o *millennials*. Si usted está leyendo este artículo y es parte de este grupo, subrayo que lo que mencionaré, está enmarcado por mi respeto a todas las formas de pensar y actuar; aclaro que, seguramente, estas generalizaciones frecuentemente pueden no ser correctas y si en cambio subjetivas, por lo que en muchos individuos pudieran no corresponder a su realidad.

Hecha esta aclaración mencionaré que desde nuestro punto de vista, los individuos de la generación "Y" tienen hábitos de uso y consumo, desde pequeños, muy claramente observables en la gran mayoría, en relación con las tecnologías para entretenimiento, comunicación y otras aplicaciones, computarizadas; utilizando dispositivos y aplicaciones que evolucionan y cambian de manera dinámica y acelerada año con año; pc's, *tablets*, teléfonos inteligentes (*smartphones*), internet y redes sociales,

¹ Pueden estar equivocados algunos datos; sin embargo consulté fuentes como: Simón, C.y Allard, G. (2007). Generación "Y" y mercado laboral: Modelo de gestión de Recursos Humanos para los jóvenes profesionales. Instituto de Empresa Business School. España, p 7 o <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/4122530.pdf> (Buenos Aires).

² Si usted conoce un estudio sociológico serio, con investigación documentada por alguna Universidad, le agradeceré me corrija y me mencione la fuente.

videojuegos, etc. Además, su comportamiento parece caracterizarse por rasgos como los siguientes: a) son menos sociables cara a cara, pues sus vínculos de afecto ahora son por la red, es decir, parecen ser vínculos virtuales ya que están establecidos y se mantienen dentro de las redes sociales, b) la emotividad en ellos, parece que va cambiando, pues sustituye la manifestación emocional personal, cara a cara, del emocionalmente inteligente, del asertivo, por la comunicación de sus emociones mediante la red y con el uso cada día más frecuente, de los llamados "*emoticons*" de la virtualidad citada; se dice que tienen nuevos miedos, como el temor a estar desconectados, c) sus hábitos de distracción ya no contemplan la lectura de libros, sino que son absorbidos por la tecnología vigente en el día a día, lo que cambia gradualmente su base cultural, d) no saben, o se les dificulta, esperar, pues viven en la era de la inmediatez y son muy dependientes de los hábitos de consumo inducidos por el mundo global, e) ven a la educación como una mercancía para ser adquirida y consumida, esperan que el aprendizaje y el trabajo sean fáciles y divertidos f) al esmerarse los padres de familia en darles los satisfactores que la sociedad de consumo les impone, tienden a convertirlos en individuos egocéntricos, materialistas con notorias dificultades para controlar sus emociones y con alta tendencia a no ser disciplinados. Pero no me crea, esto puede ser cuestionable o debatible, y depende además de factores socioeconómicos y de la realidad familiar de cada quién, por lo que estas apreciaciones como decía pueden ser altamente subjetivas para caracterizar a todos los individuos del grupo.

Lo que sí es importante sin embargo, es que cada quién evalúe su propia realidad, porque aspectos como los citados, pueden ser solo tendencias, pero que a la larga si pueden mostrarse en muchos individuos, con impactos sociales un tanto impredecibles. Por lo anterior, es bueno recordar a quienes viven en ambientes caracterizados por estas tendencias, que la mejor relación humana es real, no virtual, de manera personal, directa; así es como se resuelven los problemas, se hacen amistades, y se muestran entre las personas, conductas orientadas por valores como la amistad, la tolerancia, el respeto y la solidaridad. Propiciando la relación directa, personal, se da la posibilidad de crecer como personas, de desarrollar nuestra inteligencia emocional, mediante la cual, podemos ser conscientes de nuestros estados emocionales, y ser dueños de ellos, regularlos, controlarlos, dirigirlos al logro de nuestros propósitos, y ser empáticos con los de nuestros semejantes, para poder relacionarnos *vivencialmente* con ellos, y no virtualmente.

Le aseguro que difícilmente podrá conocer bien a una persona, por *Facebook* o *WhatsApp*, porque las manifestaciones emocionales en su mayor proporción, se dan en las expresiones y en las actitudes, observadas personalmente, cara a cara; 35% de cada mensaje es por la vía verbal y el 65% por la vía no verbal (expresiones y

cuerpo), y en la actitud de quien se comunica, 7% del total de ella, se comunica de manera verbal, y en un 93% de manera no verbal³.

Dejo a su consideración las mejores conclusiones sobre estas reflexiones. Hasta la próxima.

Jaov

Cualquier comentario u opinión, se agradece de antemano y se puede recibir en mi mail: iem@iema-oriza.com

NOTA: Este artículo puede ser compartido, con cualquier persona interesada en el tema, siempre y cuando se mencione la referencia de su autor, y no sea para fines de lucro. El autor se reserva todos los derechos sobre sus artículos, conforme a las leyes vigentes. **Todas las Cápsulas de ADEF**, tienen registro de derechos de autor vigente.

³ Datos tomados de: Mc Entee Helen, *Comunicación Oral*, Mc Graw Hill, México, 1ª edición, 1996. p.184