



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Bachelor in Global Communication / Grado en
Comunicación Internacional

Trabajo Fin de Grado

**“Impacto de la Globalización en
términos de la comunicación sobre la
generación Z.**

**Estudio comparativo con la
generación de los Baby Boomers”**

Estudiante: **Marta Tato Cerdeiras**

Directora: Prof. Nadia Rodríguez Ortega

Madrid, mayo 2021

Resumen

Los autores no se ponen de acuerdo con el rango de la generación Z (GenZ) lo que la convierte en la generación de estudio por excelencia. Sus características y particularidades vienen dadas por la era de la digitalización y la globalización que comenzó a mediados de los años 90. Esta generación ha sabido adaptarse a las novedosas tendencias que el ambiente le exigía con una eficacia y rapidez extraordinarias. El objetivo de este estudio es definir de que manera la globalización ha afectado a la GenZ en términos de comunicación y personalidad. El segundo objetivo es realizar un estudio comparativo entre la generación Z y la generación de los Baby Boomers con la finalidad de mostrar las diferencias abismales que existen entre ellas en relación a la comunicación.

Palabras clave: *generación Z, Baby Boomers, Globalización, Comunicación.*

Abstract

The authors do not agree with the range of generation Z (GenZ) which makes it the study generation par excellence. Its characteristics and particularities are given by the era of digitalization and globalization that began in the mid-1990s. This generation has been able to adapt to the new trends that the environment demanded with extraordinary efficiency and speed. The aim of this study is to define how globalization has affected GenZ in terms of communication and personality. The second objective is to carry out a comparative study between GenZ and the Baby Boomer generation in order to show the abysmal differences that exist between them in relation to communication.

Keywords: *generation Z, Baby Boomers, Globalization, Communication*

Índice

Capítulo I. Introducción.....	4
Capítulo II. Justificación.....	6
Capítulo III. Metodología	6
Capítulo IV. Marco Teórico.....	8
Capítulo V. Análisis.....	12
Definición de la generación Z.....	12
Definición de la generación de los Baby boomers.....	23
Capítulo VI. Análisis Comparativo.....	29
Capítulo VII. Conclusión.....	37
Capítulo VIII. Bibliografía.....	40

Capítulo I. Introducción

Durante el último siglo hemos sido partícipes de una creciente importancia hacia el nombramiento y correcta definición de las generaciones. En boca de todos están los términos generación X, baby boomers, generación Perdida, etc. A cada una de estas generaciones le pertenece un lapso de tiempo difusamente definido (ya que sus límites no son una ciencia exacta) y una serie de acontecimientos que han ido dando forma a los individuos pertenecientes a cada una de ellas. Estos han sido influenciados por su entorno, por las tendencias y por las interacciones con otras generaciones. De la misma manera que la historia moldea las generaciones, las generaciones moldean la historia (Strauss, 2005)

Todas ellas poseen unas características que las convierten en fenómenos sociológicos independientes y que las diferencian del resto. Las generalizaciones formuladas sin base teórica sobre las generaciones se decoloran cuando miramos casos individuales, por ello es necesario observar las similitudes que llevan a estos individuos a conformar un núcleo conjunto.

La Globalización ha jugado un papel muy importante en las vidas de últimas generaciones, es por ello menester proceder a definirla con el objetivo de comprender su importancia en esta investigación. La globalización puede definirse como un proceso en el que las fronteras tradicionales que separan a los individuos y a las sociedades retroceden gradualmente y de forma creciente. El proceso tiene claramente resultados tanto negativos como positivos y es probable que cree tanto perdedores como ganadores. La globalización ha prometido conceder al mundo una comunicación instantánea, medios de viaje rápidos y eficientes, un mayor acceso a la tecnología, una interacción cultural transfronteriza y enfoques globalizados de las cuestiones medioambientales. Sin embargo, también implica la desregulación del comercio y la creación de organismos políticos y económicos supranacionales. En consecuencia, se amplía la brecha entre las sociedades que disfrutan del conocimiento, la tecnología y la capacidad de controlar los acontecimientos y otras que siguen siendo atrasadas, ignorantes, frustradas, impotentes e incapaces de seguir el progreso y la autorrealización. (Okasha, 2005)

La evolución de la tecnología y especialmente la globalización que previamente mencionaba han afectado especialmente a la generación Z la cual se convierte en uno de los ejes centrales de este estudio. A esta me referiré durante el estudio a través de diferentes etiquetas: Gen Zers (haciendo alusión a los individuos pertenecientes a esta) Gen Z o simplemente como generación Z.

Esta generación posee una cualidad que la diferencia de las demás, es la primera en considerarse “global” y todos aquellos elementos que influyeron a las generaciones precedentes para esta han sido únicamente un elemento más que añadir a la lista de “fenómenos corrientes del día a día”. Fue en 2007 cuando Steve Jobs lanzó al mercado mundial el primer iPhone, el año que los primeros GenZers cumplían los 10 años, es decir, han crecido con la tecnología como una tercera extremidad, podemos referirnos a ella como la “generación del chip integrado”. Una de las características que más define a sus conformantes, es la rápida adaptación de las personas a las nuevas corrientes y las nuevas maneras de comunicarse e interactuar. (PewResearchCenter, 2019) La generación precedente, los Millennials, experimentaron esta transición tecnológica también pero tuvieron que esperar a que un documento se descargara durante un largo periodo de tiempo mientras que nuestra generación Z concuerda muy bien con la canción de Freddie Mercuri “*I want it all and I want it now*”, sin tiempos de espera ni barreras de por medio. El consumo de tecnología de esta generación es un hecho sin precedentes que les convierte en nativos digitales.

Era de esperar, que de la misma manera que la llegada de la electricidad a las casas a finales del siglo XIX tuviera un fuerte impacto en dicha generación, el vivir en un entorno que se encuentra de manera constante “activo” posee asimismo una serie de consecuencias que se están poniendo de manifiesto ahora. Como dice el Pew Research Center, actualmente se están llevando a cabo muchas investigaciones y estudios para demostrar el gran impacto que han tenido estas tecnologías en los comportamientos, actitudes y estilos de vida de los pertenecientes a la generación Z. No hemos de errar y generalizar ya que también han sido muchas las influencias positivas. (PewResearchCenter, 2019)

Capítulo II. Justificación

El objetivo principal de esta investigación es el de estudiar las principales diferencias entre la generación de los Baby Boomers y la generación Z en cuanto al efecto de la globalización y la comunicación. He decidido elegir este argumento ya que me atrae conocer la relación intergeneracional actual entre ambas generaciones a pesar de la brecha que existe entre ellas. Para ello comenzaré realizando una descripción de los principales rasgos de ambas generaciones para posteriormente llevar a cabo un estudio comparativo poniendo en el centro de la cuestión a la globalización y sus consecuencias en la comunicación.

Para lograr alcanzar este objetivo haré uso de ciertas pautas a lo largo del estudio, a continuación paso a exponerlas;

- Definir con coherencia y consistencia cuáles son las características más destacables de la generación Z y la de los Baby Boomers.
- Analizar cuáles son aquellas características y factores principales que las diferencian, con el fin de que el resultado obtenido nos sirva para en un sentido genérico, llegar a una conclusión.
- Comparar cómo el factor de la globalización ha afectado a la generación Z en contraposición a los Baby Boomers, focalizándonos sobre todo en el factor de la comunicación de ambas generaciones.

Las conclusiones nos permitirán conocer ambas generaciones con el fin de discernir y reconocer más adelante si realmente existe una diferencia profunda entre ellas en relación a la comunicación.

Capítulo III. Metodología

Para lograr alcanzar los objetivos previamente expuestos haré uso de un análisis comparativo. Como bien explican Sartori y Morlino, expertos en el campo del método comparativo en ciencia política y ciencias sociales, en “La comparación de las ciencias sociales” la comparación es un método de control de nuestras generalizaciones, el

objetivo general de la investigación consiste en entender (Sartori & Leonardo , 1999) y es que como define Durkheim “todos somos, por fuerza, voluntaria o involuntariamente, animales comparantes”. Cuando tratamos de llevar a cabo un análisis comparativo el elemento clave es definir correctamente aquellos elementos que tratamos de comparar, Sartori apunta que lo ideal es encontrar y comparar entidades similares en una gran cantidad de variables excepto en una, la cual nos interesa investigar (Sartori & Leonardo , 1999) Teniendo en cuenta esta premisa, la comparación entre la generación de los Baby Boomers y la generación Z en términos de comunicación será la base de nuestro análisis comparativo.

A continuación, hemos de proceder a definir la problemática que nos mueve a tal investigación. En este caso y como previamente se ha explicado, el desafío que nos presenta en relación a ambas generaciones gravita en el efecto que ha producido la aparición del fenómeno de la Globalización en el siglo XXI.

Una vez se tiene la cuestión precisada Sartori y Morlino coinciden en que el siguiente paso es definir que tipo de análisis ha de llevarse a cabo. Dado que su campo de experiencia es la Comparación de Sistemas Políticos considero que es Emilio J. Castilla quién define de manera exhaustiva el análisis comparativo en Sociología. Según Castilla, la comparación presenta dos estrategias principales de investigación, estas son el Estudio de Casos y el Estudio de Variables, el primero se basa en definir un número pequeño de casos (en esta cuestión se utilizarán dos casos para la elaboración del estudio comparado) y se procura alcanzar el rigor experimental a través de la identificación de efectos comparables de un fenómeno y el análisis de las diferencias y las similitudes que puedan existir entre ellos. Esta estrategia tiene como pionero a Max Weber, quien a través de la sociología pretendía entender e interpretar la acción social y la conducta humana utilizando este análisis. El caso del Estudio de Variables tiene como precursor a Durkheim y por su lado el objetivo primordial es formular generalizaciones amplias sobre sociedades y comprobar hipótesis abstractas derivadas de teorías que conciernen a relaciones entre características de las unidades sociales. (Caïs, 1997) La estrategia que presenta mayores ventajas para esta investigación es el estudio de caso-método comparativo ya que nos proporcionará la oportunidad de comparar ambas generaciones, sus sistemas similares y la variable “excepción” que caracteriza nuestro fenómeno. Por

lo tanto, el objetivo de esta metodología se apoya en la comparación binaria a través de la utilización de datos cualitativos que han sido obtenidos a través de diferentes fuentes secundarias.

El siguiente paso según Sartori y Morlino es la definición de los límites que abarcará temporalmente el estudio. En su estudio definen dos tipos de clasificación, la primera es la comparación diacrónica que se define como aquella que se realiza teniendo en cuenta diferentes momentos en el tiempo y la comparación sincrónica que es aquella que consiste en analizar el fenómeno y estudiar las distintas variables en un tiempo definido. Al tener este trabajo un carácter descriptivo y exploratorio, la clasificación utilizada será la sincrónica ya que el tiempo al que se hará referencia en todo momento está irreprochablemente acotado.

Para esta investigación emplearé numerosos estudios, especialmente me centraré en el realizado por Mark McCrindle y su equipo para el libro *“The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations”*. Para llevar a cabo este estudio, hicieron uso de una parte cuantitativa que se consiguió a partir de casi 200 encuestas completadas por más de 100.000 participantes y la investigación cualitativa que se configuró durante docenas de grupos de discusión. (McCrindle, 2015)

A continuación encontrará el lector, por tanto, una breve introducción al marco teórico, seguida de una primera parte centrada en la contextualización de la definición de las características de la generación Z. Seguidamente, procederé a realizar el mismo análisis sobre la generación de los Baby Boomers para finalmente proceder a realizar el análisis comparativo.

Capítulo IV. Marco Teórico

Según la Real Academia Española de la Lengua Española la definición del término “generación” es la siguiente; conjunto de personas que tienen aproximadamente la misma edad y/o conjunto de personas que, habiendo nacido en fechas próximas y recibido educación e influjos culturales y sociales semejantes, adoptan una actitud en cierto modo común (RAE, s.f.) Expertos de sociología por su parte entienden por generación una cohorte de personas nacidas en un lapso de tiempo similar (15 años en el extremo

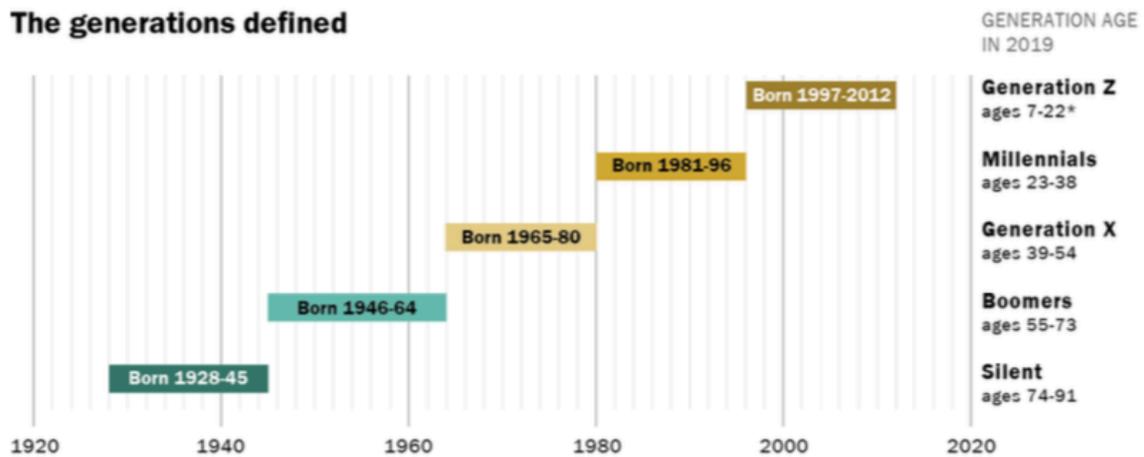
superior) que comparten una edad y una etapa de vida comparables y que fueron moldeadas por un lapso de tiempo determinado (acontecimientos, tendencias y evoluciones). (McCrindle, 2015) (Dorsey, 2016)

Los miembros de una misma generación desarrollan y comparten valores, creencias y expectativas similares. Dejando aparte las diferencias individuales, observar a las personas a través de la lente generacional ofrece una previsibilidad útil para aquellos que tratan de alcanzar, informar o persuadir a una gran sección transversal de una población. (Dorsey, 2016)

La complejidad oculta detrás de la definición de las generaciones viene dada por la diversidad de factores, que afectan e influyen a estas, desde factores políticos, demográficos, sociales, culturales, económicos, ideales, valores, etc. Los puntos de corte generacionales no son una ciencia exacta, sus límites no son arbitrarios. Las generaciones son a menudo consideradas por su duración, pero de nuevo no existe una fórmula acordada sobre cuánto tiempo debe abarcar esta duración. (Pew Research Center , 2019). Han sido muchos los autores y expertos del campo de la sociología junto con historiadores y demógrafos quienes han tratado de definir los límites que existen entre las generaciones, con el fin de lograr precisar los aspectos de cada una para poder diferenciarlas entre ellas y llevar a cabo su correcta definición. De esta manera se evita caer en estereotipos y conjeturas mientras que se trata de dominar el escenario cambiante en el que nos encontramos. El estudio de la segmentación generacional es más que una disciplina académica, los conocimientos y las aplicaciones que se derivan de este análisis generacional robusto son de gran valor (McCrindle, 2015).

Fue a principios del siglo XX cuando se popularizó el nombramiento de las generaciones, en este momento y basándonos en diferentes estudios hemos hallado que son cinco las generaciones que conforman la sociedad. Los primeros expertos generacionales fueron William Strauss y Neil Howe quienes en su ensayo “*Generaciones*” definieron la idea de la Teoría Generacional. Esta argumenta que habían existido y existían diferentes cohortes a lo largo del tiempo que comparten ciertos aspectos y poseen patrones específicos de comportamiento que se consideran entrelazados.

Figura 1: Definición de los puntos de corte generacionales



Fuente: (Pew Research Center , 2018)

Estas cohortes vienen situadas cada 20-25 años y son; los Baby Boomers nacidos desde 1946 hasta 1964, la generación X nacidos desde 1965 hasta 1980, los Millennials nacidos desde 1981 hasta 1996 y la generación Z nacidos desde 1997 hasta la actualidad. Es crucial comprender que estas definiciones pueden variar en términos de fechas y características dependiendo de la zona geográfica a la que hagamos referencia. Por ejemplo, en China la generación X es aquella que va desde el año 1961 hasta 1979. (Globe, 2011) Para apoyar esto véase el cuadro que recogemos a continuación,

Esto se debe principalmente a que la geografía influye enormemente en las creencias y comportamientos de las generaciones. Los acontecimientos sociales, políticos y económicos únicos de cada país dan forma a puntos de vista y actitudes específicas entre los adultos de hoy en día. (Globe, 2011) Es por ello que los modelos generacionales occidentales no deben ni han de tratar de aplicarse de manera generalizada.

Con la intención de ilustrar este último punto, a continuación, encontramos las diferentes denominaciones que se les han concedido a nuestras dos generaciones alrededor del mundo. Esto únicamente es una pequeña representación ya que sería irrealizable tratar de mencionar todas las etiquetas que reciben estas generaciones a nivel global;

Ilustración 1: Denominaciones de las generaciones

<u>Boomers</u>	<u>Gen Z</u>
Baby Boomers	Zeds
Generación Sándwich	Zeeds
Generación Jones	Niños burbuja
Generación del Amor	Los nuevos Millennials
Los Bebés de la Guerra	Screenagers
Los Hippies	Tweens
Generación Vietnam	Generación del Envejecimiento
Generación de la Discoteca	Generación de la recesión

Fuente (McCrinkle, 2015)

Entender estas cohortes generacionales es necesario por cinco razones:

1. Las generaciones son una realidad demográfica
2. Las generaciones son una de las divisiones más evidentes de nuestra sociedad actual. Existen cada vez más diferencias entre las generaciones -desde la edad y las prioridades hasta los valores, las actitudes y los estilos de aprendizaje y comunicación.
3. La generación tiene mayor significado en nuestra sociedad moderna que otras divisiones. Los encendidos comentarios generacionales de los Boomers sobre los GenX-ers y de los X-ers sobre los Boomers, en los medios de comunicación hasta en el lugar de trabajo y en el hogar, muestran que las brechas generacionales de edad siguen siendo una realidad y la fuente de mucha angustia.
4. Hoy tenemos más generaciones vivas que nunca, un factor de nuestra longevidad sin precedentes y de la contracción de los intervalos generacionales. Estas generaciones no están estratificadas en una jerarquía social o laboral por edad, sino que todas interactúan juntas en todos los niveles.

5. Las generaciones no son sólo cohortes científicamente identificables, sino cada vez más tribus e identidades. Existe una identidad que va más allá.

En el análisis es esencial separar la exageración y las conjeturas generacionales de la investigación y el análisis serios y útiles. (McCrindle, 2015)

Capítulo V. Análisis

A continuación procedo a realizar una introducción sobre ambas generaciones y los aspectos generacionales más destacables de estas. El objetivo principal de esta parte es que sirva de puesta en escena para que una vez pasemos al análisis comparativo poseamos el conocimiento necesario sobre ellas para ser capaces de generar una imagen mental que nos facilite la comprensión del análisis intergeneracional.

Definición de la generación Z

La generación Z surge como la generación compleja por excelencia. A ella pertenecen todos los jóvenes nacidos entre 1997 y 2012, a pesar de esto sus límites no han sido concretados por lo que pueden encontrarse fechas semejantes al buscar información sobre la generación Z en separadas bases de datos. La principal dificultad para acotar los límites de esta cohorte es que posee características similares con la de los *Millennials* (también denominada generación Y) a la cual pertenecen aquellos nacidos entre 1981 hasta 1996. Puesto que las diferencias en ciertos aspectos son prácticamente imperceptibles los expertos evitan solidificar los límites entre ambas, en esta investigación nos atenderemos a los periodos de tiempo previamente mencionados.

Fue el Center for Generational Kinetics quienes finalmente definieron a esta cohorte con la premisa de que aquellos que no eran capaces de recordar el ataque a las Torres Gemelas no podían estar incluidos en la generación de los Millennials. E aquí como surge el límite de 1997 a 2012 que marcará la barrera entre las generaciones. (The Center For Generational Kinetics, 2017)

Como anteriormente he indicado, los límites de las generaciones son permeables, esto se corrobora con los hallazgos de Dolot, quien tras realizar un estudio pudo observar que eran muy diversos los límites en los que se acotaba a la generación Z.

Tabla 1: Diferentes límites temporales de la generación Z

Age range	Author(s)
born 1990 or later	Świerkosz-Holysz (2016, p. 441); Żarczyńska-Dobiesz and Chomątowska (2014, p. 407); Wiktorowicz and Warwas (2016, p. 22); Wojtaszczyk (2013)
between 1990 and 1999	Half (2015)
between 1991 and 2000	Tulgan (2009, p. 5)
between 1993 and 2012	White (2017)
between 1993 and 2005	Turner (2013, p. 18)
after 1995	Opolska-Bieleńska (2016, p. 37); Ensari (2017, p. 53); Dudek (2017, p. 144)

Fuente (Dolot, 2018) (Tulgan, 2013)

Como se puede observar en el gráfico previo, los autores no han logrado demarcar los límites de esta generación y mantienen una postura vacilante. Esto es crucial ya que las vivencias de un sujeto nacido en 1990 no se asemejan a aquel nacido en 1995 de la misma manera que las experiencias acumuladas de un individuo hasta el año 2000 no son equiparables a aquellas que vivió otro hasta el año 2012. Contemplando únicamente el campo de los avances tecnológicos en referencia a la aceleración desde principios de los años 90 hasta los años 2000, como la ubicuidad del Internet inalámbrico, la integración de la tecnología y el aumento de los dispositivos de mano, equivale a un cambio histórico que no puede equipararse dentro de una misma generación. (Tulgan, 2013) E aquí donde radica la importancia de los estudios sociológicos generacionales.

Este conjunto que surge en los años 90 y se cría en la década de los 2000. El panorama internacional que le da forma se define con palabras como incierto, anormal, cambiante o extremo. Su década está marcada por eventos como; la caída de la Bolsa y su posterior crisis económica, la guerra contra el terrorismo, el auge de China e India como potencias financieras mundiales o los ataques terroristas del 11 de septiembre.

Es aquella que ha experimentado más temprano las mayores y más profundas transformaciones del siglo XXI; la globalización, la digitalización y los irreversibles

efectos que estas han supuesto para la sociedad. Algunos de los hechos más característicos son; la aparición de un mundo conectado a la red, la expansión de los teléfonos inteligentes y portátiles, la evolución de los ordenadores de sobremesa a los ordenadores portátiles, el surgimiento de la banda ancha , el paso del 2G al 3G y su correspondiente habilidad de permitir la comunicación desde cualquier lugar del mundo, la creación de redes sociales, y muchas más innovaciones que marcaron profundamente esta década. (Dangmei, 2016)

Es la generación más renombrada por excelencia, ninguna de las generaciones previas posee tantos términos descriptivos como la generación Z, tenemos por ejemplo: iGeneration, Gen Tech, Generación Online, Post-Millennials, Generación Facebook, Switchers, Generación C (que viene de la expresión "conectado") o Generación R (que hace referencia a la Generación de la Responsabilidad) (Dolot, 2018). Además, debido a la globalización, que en gran medida es posible gracias a las diversas tecnologías de hoy en día, la juventud de los jóvenes de Australia, los Estados Unidos, el Reino Unido, España, Alemania y Japón están a grandes rasgos afectadas por los mismos acontecimientos, tendencias y desarrollos (aislando el efecto que les han aportado las diferentes culturas y los acontecimientos nacionales de cada país). La generación Z se conoce por lo tanto como la generación global ya que es la primera interconectada globalmente a nivel geográfico. Esto complica mucho más su definición, ya que se deja a un lado los factores característicos y pasamos a definirla a través de la lente de la globalización. (McCrindle, 2015) No sólo la música, las películas y las celebridades son globales para ellos como lo han sido para las generaciones anteriores, sino que a través de la tecnología y la globalización, las modas, los alimentos, el entretenimiento en línea, las tendencias sociales, las comunicaciones e incluso los videos son globales como nunca antes. (McCrindle, 2015) Las barreras de comunicación existentes hasta el momento desaparecen y surge una comunicación sin límites que está al alcance de todos, este fenómeno se define como “híper comunicación” y hace alusión a aquella información que satura y se caracteriza por no generar una interacción real ni una respuesta en el usuario. Esta sobreinformación conlleva que estos individuos se enfrenten por tanto a una sobreexposición constante de información que acaba por saturarles.

Estos jóvenes forman parte de la nueva sociedad digital, los primogénitos de la cohorte nacieron cuando se necesitaban 10 aparatos diferentes para tomar una foto, hacer una llamada, reproducir música, llegar a una ubicación específica, etc. Y a lo largo de su niñez estos aparatos fueron unificándose hasta finalmente poder realizar todas esas funciones con un solo aparato, el teléfono móvil. Se ha convertido en un elemento crucial para el desarrollo de nuestro día a día, integrándose a su vez en la vida de todas las generaciones.

Dejaron pasar muy de cerca las cintas de radiocasete y la necesidad de hablar desde un único teléfono del hogar unido a un cable. No han tenido que buscar sus coordenadas en un mapa de papel ni han tenido que acudir a revelar sus fotografías para poder verlas (Gomez, Mawhinney, & Betts, 2019) En cambio, han utilizado los CD's y los aparatos de reproducción en *streaming*, han podido comunicarse desde cualquier lugar, las aplicaciones de geolocalización les han resuelto el dilema de la ubicación, y por supuesto ver las fotos al instante de tomarlas ha sido siempre una opción para ellos. Todos estos cambios han formado parte de la infancia de nuestros protagonistas y se han convertido por ello en parte de su identidad, algo que les diferencia del resto de generaciones previas que únicamente han vivido esta evolución como una extensión de sus posibilidades. (Dangmei, 2016)

Hemos de destacar uno de los factores que más diferencia a esta generación de sus predecesoras, y este es la explosión en la aparición y el uso de las redes sociales; Myspace y LinkedIn surgieron en el 2003 como las redes sociales centradas en los profesionales y las empresas. Facebook apareció de la mano de Mark Zuckerberg en 2004 y rápidamente se coronó como la red social principal. YouTube surge un año más tarde y toma el control del fenómeno audiovisual. Es en 2006 cuando aparece Twitter y sus notorios 140 caracteres, seguida de WhatsApp en 2009 inventada por un ucraniano y que años más tarde sería adquirida por el gigante Zuckerberg. Las últimas adquisiciones tuvieron lugar en 2010 con Instagram y Pinterest. Las generaciones previas también hacen uso de estas redes sociales pero es la generación Z la que se corona como creadora y controladora de contenido. La interacción a través de estas redes es un elemento clave en la comunicación para sus conformantes. La generación Z no sólo tiene soltura para aprender y divertirse en el mundo digital, sino que estos espacios se han convertido en un lugar para desacreditar a las autoridades, dialogar sobre enemigos comunes y hallar la manera de

hacer el mundo un lugar mejor, más justo y más compasivo. Sienten que pueden mostrarse como deseen ya que siempre existirá una comunidad que les reciba y proteja. (Napoli, 2020) El hecho de haber crecido en un ambiente de redes sociales les ha atribuido una predisposición ingente a relacionarse con ellas.

En la siguiente tabla podemos observar el número de usuarios activos al mes en cada plataforma/ red social desde su creación hasta el último año en el que se recogieron datos. Si comparamos los datos recabados en la columna “Start” (principio) con los de la columna “End” (final) vemos que, en la última década se ha experimentado un crecimiento sin precedentes de usuarios activos al mes. En dicha década nuestros usuarios de la generación Z alcanzaban la adolescencia y comenzaban a interactuar con las redes sociales, lo que explica el crecimiento formidable que han experimentado las redes sociales en lo que respecta a número de usuarios activos.

Tabla 2: Número de usuarios activos mensuales

	Start	End	Absolute Change
Facebook	100.00 million in 2008	2.38 billion in 2019	+2.27 billion
Flickr	3.68 million in 2004	80.00 million in 2013	+76.32 million
Friendster	3.00 million in 2002	28.80 million in 2009	+25.80 million
Google Buzz	166.03 million in 2010	170.00 million in 2015	+3.97 million
Google+	107.32 million in 2012	430.00 million in 2018	+322.68 million
Hi5	9.73 million in 2005	46.61 million in 2011	+36.88 million
Instagram	117.50 million in 2013	1.00 billion in 2018	+882.50 million
MySpace	980,036.00 in 2004	46.00 million in 2011	+45.02 million
Orkut	4.90 million in 2004	45.07 million in 2012	+40.17 million
Pinterest	143.25 million in 2016	291.00 million in 2019	+147.75 million
Reddit	248,309.00 in 2006	355.00 million in 2018	+354.75 million
Snapchat	238.65 million in 2016	238.65 million in 2016	+0.00
TikTok	239.14 million in 2017	500.00 million in 2018	+260.86 million
Tumblr	146.89 million in 2012	624.00 million in 2018	+477.11 million
Twitter	43.25 million in 2010	330.00 million in 2019	+286.75 million
WeChat	47.82 million in 2011	1.00 billion in 2018	+952.18 million
Weibo	19.53 million in 2010	431.00 million in 2018	+411.47 million
Whatsapp	300.00 million in 2013	1.33 billion in 2017	+1.03 billion
YouTube	1.95 million in 2005	1.90 billion in 2018	+1.90 billion

Fuente (Our World in Data, 2019)

Una vez finalizada esta sección, en los siguientes párrafos me centraré en elaborar una descripción de aquellos rasgos que debemos destacar de esta generación, estos nos ayudarán a entender más exhaustivamente el análisis comparativo que se realizará en la última parte de esta investigación. Desde el punto de vista práctico, estos atributos me

van a permitir analizar posteriormente ambas generaciones a través de las lentes de la globalización y la comunicación más fácilmente.

La generación de los problemas psicológicos

Nuestros factores de comunicación y globalización, juegan un papel crucial en el estado psicológico de esta cohorte, ya que ambos ejercen una fuerza mayor en su estado psicológico. La generación Z es la más solitaria y afirma tener peor salud que las generaciones anteriores. Debido a todo el estrés crónico que siente la generación Z a causa de la sobreinformación y las nuevas tendencias sociales, están aumentando sus niveles de ansiedad y depresión. Los expertos creen que estas presiones vienen asociadas a los medios de comunicación social (tecnologías y redes sociales), estos han hecho que la generación Z se estrese aún más, y afirman que estas presiones están directamente relacionadas con sus problemas de salud mental. (WGU, 2019) Aquí entran en juego las variables de sobreinformación y sobrexposición que mencionaba anteriormente, ambas ejercen un efecto directo en la salud mental de nuestros sujetos.

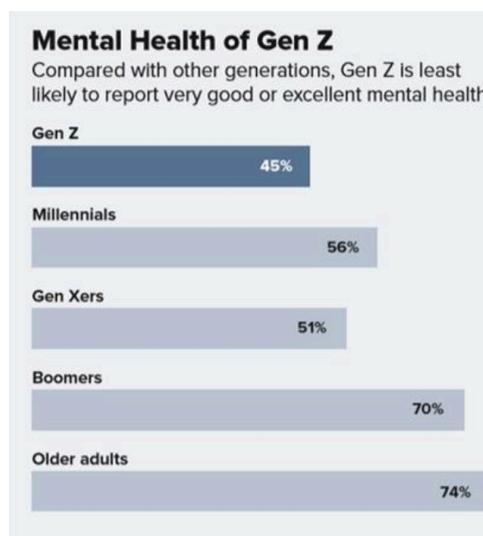
La Asociación Americana de Psicología (APA) llevó a cabo en 2019 una encuesta sobre el estrés en América en jóvenes entre 15 y 21 años, es decir, jóvenes pertenecientes a la generación Z. En ella encontraron que más de nueve de cada diez adultos de la generación Z (91%) afirmaron haber experimentado al menos un síntoma físico o emocional debido al estrés, como sentirse deprimido o triste (58%) o falta de interés, motivación o energía (55%). (APA, 2019) No hemos de generalizar estos resultados a la totalidad de individuos pertenecientes a la generación Z, pero si podemos tomar dicha información para conformar una imagen mental de la situación psicológica de esta generación.

Las redes sociales se han convertido en un hasta ahora desconocido paradigma de efectos adversos, estos ya pueden palpase en la sociedad y especialmente en los más jóvenes. Si apelamos a un ejemplo, la dependencia de los jóvenes hacia estas o su alto nivel de auto exigencia frente a la cantidad de “me gusta” recibidos que suele ir acompañado de una posterior ansiedad. Similarmente, la dopamina que les generan los estímulos recibidos desde la App se convierte en su peor enemigo causando una adicción a esta. Las redes proporcionan una sensación de conexión, incluso cuando no se está realmente conectado.

Por tal motivo, esta generación es incapaz de desconectar de manera integral, siempre queda un resquicio de ellos que está en línea con las redes sociales.

Al mismo tiempo, otro de los efectos secundarios de las redes sociales es la dismorfia de “Snapchat” que viene a ser un trastorno de la imagen corporal que se caracteriza por la necesidad de editar mucho la propia imagen digital. En su forma más grave, el trastorno puede hacer que las personas busquen procedimientos cosméticos para replicar las imágenes alteradas que presentan en línea. (Wigmore, 2019). Este nuevo problema de salud mental es una consecuencia del insidioso vínculo entre las redes sociales y la imagen corporal. Como las redes sociales están tan centradas en la apariencia, desencadenan la dismorfia corporal en los adolescentes, especialmente en las chicas. En respuesta a los estándares irreales de belleza perpetuados por las redes sociales, los adolescentes se vuelven hiperconscientes e hipercríticos de uno o más de sus rasgos físicos. (Newport Academy, 2020) La comparación con lo que se visualiza en la pantalla y la realidad no entiende de límites. La razón de esto puede achacarse a una falta de identidad. A menudo las redes sociales son denunciadas por generar prejuicios e implantar en los más jóvenes idealizaciones sobre la sexualidad, la forma corporal o el estilo de vida entre otros. Se atribuye a esto una difuminación y pérdida de la identidad individual que tiene como objetivo final la integración en una corriente social movida por la envidia y el ego.

Figura 2: Propensión generacional a confirmar la buena salud mental



Fuente (APA, 2019)

Como se puede observar en el gráfico anterior, en comparación con el resto de generaciones, la generación Z es la menos propensa a afirmar que posee una buena o excelente salud mental según un estudio llevado a cabo por la Asociación Americana de Psicología. En contraposición, a pesar de ser la generación que presenta un mayor índice de problemas relacionados con la salud mental, a su vez, es también la generación más propensa a buscar ayuda cuando tienen problemas de salud mental. Desde ir a terapia hasta medicarse, son la generación más propensa a buscar esa ayuda. Dado que se habla más de la ayuda a las enfermedades mentales, se apoya y se fomenta, no es de extrañar que esta generación se muestre dispuesta a buscar terapia u otros profesionales cuando necesita ayuda. (WGU, 2019) La Asociación de Psicología del Oeste a través de un informe analizaron como había afectado la globalización a la salud mental y a la práctica clínica psiquiátrica. Encontraron que el desarrollo de la tecnología ha conducido a una mayor información sobre una serie de servicios de atención sanitaria, lo que ha provocado un aumento de la demanda. (Okasha, 2005) Esto podemos atribuirlo a que esta generación sea la más propensa a buscar ayuda como previamente mencionaba. Asimismo, la globalización ha contribuido a un mayor énfasis en la aplicación de protocolos internacionales en la formación psiquiátrica, la política de salud mental y la protección de los derechos humanos de los pacientes mentales. (Okasha, 2005) Es decir, la globalización ha contribuido a la uniformidad de tratamientos y a la normalización de estos.

La generación de las mil descripciones

La generación Z se define como la generación impaciente, de mentalidad instantánea, carece de las ambiciones de las generaciones anteriores, es individualista, autodirigida, es la generación más exigente hasta el momento, y se encuentra dentro de las más materialistas y con derechos hasta ahora (Dangmei, 2016). Destacan por sus altos niveles de empatía y conciencia global. Como veremos a continuación, esta generación no teme salir a las calles para defender sus derechos pero por el contrario se muestran incapaces de decirle a un camarero que se ha equivocado en la comanda. Las situaciones cotidianas en las que han de imponerse suponen uno de los mayores retos, es decir, a gran escala y en grupo no presenta un problema para ellos pero cuando algo depende intrínsecamente

de sí mismos es cuando las barreras de la personalidad se magnifican y suponen un bloqueo. Esto podría considerarse como una paradoja, pero al tratarse de la generación Z supone únicamente un elemento que añadir a la lista de contradictorios de esta generación. Por otra parte, vivimos en un panorama en el que hace 30 años premiaba al equipo ganador mientras que hoy cada participante obtiene un obsequio por su participación, ¿Hemos dejado de premiar el esfuerzo? ¿Puede generar esto la pérdida de interés y esfuerzo? Como el autor Jeffrey Jensen Arnett bien describe en su ensayo “*The Evidence for Generation We and Against Generation Me*” este tipo de acciones han afectado fuertemente a la generación emergente acercándola hasta rozar el narcisismo en todos los niveles.

La Gen Z es totalmente diferente a las demás. Las personas que pertenecen a este grupo son orgullosas, nihilistas, sin remordimientos y sienten que no tienen nada que perder, por lo que hacen uso de sus conocimientos sociales sin miedo para acabar con pensamientos y sistemas anticuados a través del humor, la sinceridad y la vulnerabilidad (Napoli, 2020). Se jactan de ser la primera generación en conseguir una aceptación individual de todos sus miembros, han dejado la vergüenza de lado y la compasión forma parte de su ADN.

La generación del dilema social

Lo que es único para la generación Z es que todo lo anterior ha formado parte de sus vidas desde el inicio. El iPhone se lanzó en 2007, cuando los Gen Zers más “veteranos” tenían 10 años. Para cuando estaban en la adolescencia, el principal medio por el cual los jóvenes se conectaban a la web era a través de dispositivos móviles, WiFi y servicio de banda ancha. (PewResearchCenter, 2019) Estamos delante de lo que se entiende como la generación que nació con el Internet, en el momento en el que la interacción entre pantallas se volvió una realidad lo que conocíamos hasta el momento como interacción “normal” pasó a un segundo plano de manera instantánea. La interacción virtual desbancó a la interacción social (Lehel, 2018)

El Institute of Emerging Issues (2012) reconoce que estamos ante la generación más sofisticada tecnológicamente hablando. (Dangmei, 2016) Esta sofisticación tiene su cara oculta ya que estos usuarios han adquirido un trastorno de déficit de atención con una alta

dependencia hacia la tecnología y una baja capacidad de atención. Este hecho llega a generar un autismo interactivo del que la generación Z sabe mucho, su alta peligrosidad viene de que se considera que posee un efecto “vírico” ya que se extiende sin límites por la población.

El pasado septiembre veía la luz el documental original de Netflix llamado “El Dilema de las Redes Sociales” en él aparecían una serie de expertos de la tecnología y psicólogos de Silicon Valley. Este documental hace hincapié en como están afectando las redes sociales a los individuos pero sobre todo a la sociedad en general. Enciende la alarma del cambio, nuestros hábitos de comunicación, nuestra manera recibir y compartir información, nuestra manera de interactuar con los demás y sobre todo nuestra percepción de la realidad, todos ellos están viéndose alterados por las redes sociales y la globalización.

En el documental el profesor emérito de ciencias políticas e informática de la Universidad de Yale, Edward Tufte, comenta: *"Sólo hay dos industrias que llaman a sus clientes 'usuarios': el de las drogas ilegales y el del software"*. Con esta frase resume la parte del documental en la que se demuestra cómo a través de la Inteligencia Artificial nuestros movimientos en las redes son estudiados y se convierten en nuestros enemigos. Los algoritmos están configurados con el objetivo de conseguir el máximo de interacción por parte del usuario, es decir, no controlamos nuestro comportamiento. En el documental podemos observar como los individuos a los que más afecta esto pertenecen a la generación Z, ya que los adultos presentan un índice mayor de conciencia frente al riesgo de este tipo de tecnologías.

En línea con el autismo interactivo que antes mencionaba, en este documental también señalan la creciente evidencia de que los adolescentes, han perdido la capacidad de calmarse y tranquilizarse con la reflexión, las actividades y las relaciones del mundo real. En su lugar, se enfrentan a las emociones difíciles recurriendo a las redes sociales para distraerse y entretenerse. (Newport Academy, 2020)

La generación consciente

Como previamente he mencionado, sus individuos destacan por sus altos niveles de empatía, a pesar de lo que otras generaciones piensan de ellos, la generación Z no es egoísta o vanidosa. Sus preocupaciones se centran principalmente en el "panorama general", es decir, en la lucha por la igualdad, pero eso no significa que no se centren en ellos mismos. La generación Z no sólo se preocupa por su futuro, sino por el de todos. (Wattpad Brand Partnerships, 2019) Los integrantes no pierden el tiempo a la hora de movilizarse y tomar acción frente a circunstancias y hechos como por ejemplo el cambio climático, el movimiento social del *Black Lives Matter* o el del *MeToo*, la opresión, la desigualdad, el desempleo, y la deforestación entre otros muchos. Esto se debe a que sus padres les enseñaron desde pequeños que tienen voz y que lo que dicen y hacen es importante. (McGrath, 2021)

La globalización junto con unas políticas y unas sociedades cada vez más polarizadas han tenido un efecto ellos y les ha convertido en la generación más consciente, más políticamente y medioambientalmente comprometida hasta el momento según fuentes como el National Geographic o la revista Forbes. Particularmente, cada vez encontramos más jóvenes liderando el movimiento del cambio, ejemplo de ello son Greta Thunberg, la activista medioambiental que puso en marcha la revolución por el medioambiente tras su huelga escolar frente al parlamento sueco o Boyan Slat, un inventor y emprendedor que ha desarrollado barreras flotantes para limpiar de plástico el mar, o Disha Rabi fundadora de los *Fridays For Future*, los tres pertenecen a esta generación.

Asimismo, no solo estimulan la acción en la esfera social, sino que también ilustran cómo las redes sociales proporcionan una plataforma para que las masas amplifiquen sus voces y, a su vez, trabajen juntas para defender sus valores. (McGrath, 2021)

Con el fin de ilustrar aún más este punto, tomemos como ejemplo las recientes elecciones australianas, las cuales revelaron un aumento de la votación de los jóvenes sobre cuestiones ambientales, así como una creciente preocupación y demanda de políticas que sean tanto económica como ambientalmente sostenibles. (McCrinkle, 2015) También podemos ver esto en el panorama español con el ejemplo del Partido Animalista Español que pasó de tener 374.483 votos en 2011 a tener 1.034.617 votos en 2015 (PACMA, 2019) año en el que accedieron por primera vez al sistema electoral los Gen Zers más mayores.

Principales críticas

Por supuesto, arremeter contra los más jóvenes es una vieja tradición (Arnett, 2008) Esta generación en particular es señalada por sus mayores por estar poco preparados.

Estamos delante de la generación del *multitasking*, cuántas más tareas hagan a la vez mejor, el problema de ello radica en que también esta generación destaca por tener uno de los índices de atención más bajos. (Dangmei, 2016) Como encontró el Statistic brain Research Institute en un estudio reciente el índice de atención de los jóvenes de hoy en día ha quedado reducido únicamente a ocho segundos. (Statistic Brain Research Institute, 2019) Para ilustrar este punto, cabe mencionar que estamos ante una generación emergente, que prefiere ver un vídeo que resuma un tema frente a leer un artículo que lo discuta. Prefieren pasar a la acción a pesar de no poseer la información necesaria para desarrollar una tarea ya que confían en que podrán aprender en el discurso de esta.

Con todo lo expuesto anteriormente doy por finalizada la introducción a nuestra generación Z, a continuación pasaremos a denotar las características de la generación de los Baby Boomers que nos servirá para acercarnos cada vez más al análisis final.

Definición de la generación de los Baby Boomers

Son conocidos como la generación de la posguerra, la generación de las revueltas y las manifestaciones. Su nombre procede de la explosión de la natalidad que tuvo lugar tras la II Guerra mundial. Es la primera generación en ser bautizada con una etiqueta generacional, ya que posteriormente no se hacía referencia a las generaciones venideras con un calificativo. Los primeros Boomers entraron en la universidad a principios de los años 60, cuando la vida universitaria era inusualmente acogedora (y rendidora) para la juventud, esta es la experiencia generacional que los unió. (Strauss, 2005) Esta etapa estuvo marcada por las revueltas sociales, el pelo largo y el estilo desenfadado. Especialmente fue la Guerra de Vietnam y la Guerra Fría las que tuvieron un fuerte impacto sobre ellos.

Se caracterizan por ser oportunistas, poseer una fuerte ética de trabajo y estar abiertos a desafiar el statu quo de los roles de género tradicionales dentro de la educación y el lugar de trabajo. El trabajo define realmente a esta generación. Se basan en la creencia de que la autoestima está ligada directamente a su ética laboral. Estos individuos ven el equilibrio entre el trabajo y la vida privada como algo bonito, pero no realmente alcanzable. Es comprensible que esto pueda causar una gran tensión entre esta generación y las más jóvenes en la fuerza de trabajo. (...) Los Boomers son recordados por su propensión a cuestionar la autoridad, por haber introducido la unidad familiar nuclear y por haber adoptado un estilo de vida acomodado, lo que les ha llevado a ser etiquetados como la generación del yo (McGrath, 2021) como veremos más adelante.

Ninguna generación se ha visto tan influenciada por un evento como lo fueron los Baby Boomers por la Segunda Guerra Mundial. Los años previos y los años posteriores a este acontecimiento dieron forma a esta generación; la depresión económica, seguida de un crecimiento económico exponencial, un consumismo desmedido y la fuerte explosión tecnológica influyeron enormemente en las vidas de estos, por aquel entonces, jóvenes. Tuvieron infinidad de posibilidades, la capacidad de comprarse una casa, de ahorrar dinero y de elegir el trabajo de sus sueños. Los Baby Boomers son considerados como la generación de las mejores oportunidades (McCrinkle, 2015) y si a ello le sumamos el ansia incansable de esta generación de prosperar y progresar en todos los ámbitos, obtenemos como resultado unos individuos imparables y apasionados.

Debido al crecimiento de la población, una de las consecuencias fue la explosión en el consumo de juguetes infantiles. Este es el momento en el que surge el cómic. Los cómics ofrecieron a los Boomers una forma interactiva de debatir los problemas del mundo a través de personajes de ficción, lo que alarmó a muchos padres por el hecho de que sus hijos estuvieran expuestos a la violencia a una edad temprana (Troksa, 2016) Este último punto es entendible, pero teniendo en cuenta que la Guerra Fría tuvo un gran impacto en su cultura ya que crecieron con este panorama durante la infancia y la adolescencia, muchos Boomers estuvieron expuestos a simulacros de bomba en la escuela y a constantes amenazas del comunismo (Troksa, 2016) es comprensible que se buscara una manera de normalizar la situación a través de los comics a modo de vía de escape de la realidad.

Teniendo en cuenta lo expresado en los párrafos anteriores, no es sorpresa discernir que la personalidad de esta generación viene definida por los siguientes rasgos; estos individuos se caracterizan por ser materialistas, idealistas, trabajadores, energéticos, visionarios, entusiastas, apasionados y egocéntricos. Asimismo, su estilo de vida viene definido por frases como; “trabajar más tiempo, jubilarse más tarde”, “el consumo y el estilo de vida tienen prioridad”, “gastan la herencia de los hijos en viajes y actividades de ocio”, “muchos todavía tienen hijos mayores que viven con ellos y muchos cuidan de sus nietos con regularidad”.

La generación de la adaptación tecnológica

Siguiendo la línea de nuestro estudio, no podemos obviar mencionar el trato de esta generación hacia la tecnología. El Pew Research Center llevó a cabo un estudio en 2010 en Chicago para estudiar cómo había cambiado la relación entre los Baby Boomers y la tecnología a lo largo de la última década. A continuación, procedo a mencionar algunos de los resultados hallados, estos me permiten demostrar la premisa de que con el paso del tiempo esta generación ha sabido adaptarse a los cambios y ha llevado a cabo una transformación de sus hábitos respecto a la tecnología, como mencionaré más adelante estamos hablando de la cohorte de los inmigrantes digitales. Los resultados hallados son los siguientes; en 2000 el 40% usaba el internet mientras que en 2010 esa cifra aumentó en un 34%. A principios de la década menos del 5% poseía banda ancha en sus casas mientras que a finales de esta casi el 63% se había unido a la corriente de la banda ancha. Los teléfonos móviles no empezaron a hacerse comunes entre esta generación hasta 2005 lo que explica que en el año 2000 sólo el 34% tuviera un teléfono móvil en contraste con un 81% de ellos en 2010. (Pew Research Center, 2010)

Además, del 100% de usuarios del internet en el año 2000 los Baby Boomers conformaban un 28% y en el año 2010 subieron de posición a un 34%, esto puede no parecer un cambio significativo pero teniendo en cuenta la edad de esta generación y la aparición de nuevas tecnologías de manera constante esto es un insólito.

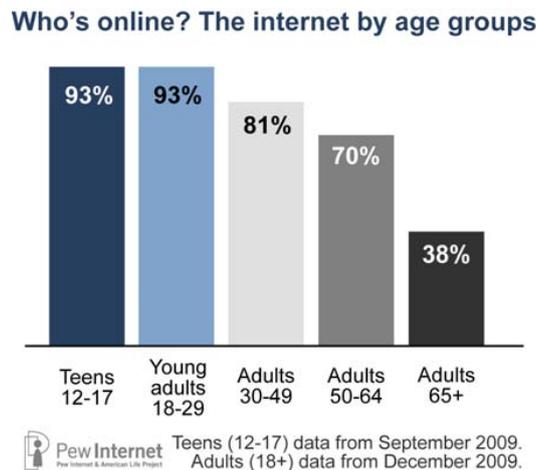
Las tendencias además demostraron que esta cohorte utiliza el internet de manera muy similar a las generaciones siguientes; uso del email, búsquedas online, lectura de noticias,

búsqueda de productos... (Pew Research Center , 2010) Al mismo tiempo, otro estudio llevado a cabo por el Pew Research Center en 2009, en el cual se estudiaron las tendencias de los jóvenes, adultos jóvenes y mayores respecto a la tecnología y a las redes también presenta resultados atrayentes para nuestra cuestión.

Los datos recabados de los jóvenes se consiguieron a través de encuestas realizadas en 2009 a 800 adolescentes de edades entre los 12 y los 17 años. Mientras que los datos recogidos de los adultos se obtuvieron asimismo en 2009 pero fueron 2,253 los adultos que participaron. (Pew Research Center, 2010)

En este, y teniendo en cuenta el año en el que se realizó el estudio, con el término “jóvenes” se refieren a la generación Millennial y con el término “adultos” a los Baby Boomers ya que concierne a aquellos adultos entre 50-64 años en 2009. No podemos utilizar esta investigación para nuestro estudio comparativo ya que la ausencia del grupo de la generación Z lo imposibilita. A pesar de ello, el estudio si que nos permite discernir cuáles son las tendencias de los Baby Boomers en comparación con las generaciones siguientes.

Figura 2: Generaciones en Internet



Fuente (Pew Research Center, 2010)

Este gráfico muestra el uso que cada grupo hace de internet, recordemos que nuestra generación de Baby Boomers pertenece al grupo del 70% y los Millennials al 93%.

Se demostró que los Millennials eran el grupo de edad más propenso a conectarse a Internet, a pesar de que la población de este sector ha crecido y de que otras cohortes de edad, como los adultos de 65 años o más, han aumentado el porcentaje de su población que se conecta. La comparación, como era evidente, muestra una tendencia a la baja entre los jóvenes y los adultos, demostrando que los últimos son menos propensos a conectarse a Internet. A pesar de ello, he titulado esta sección como la generación de la adaptación ya que no podemos negar la progresiva relación que han ido desarrollando los pertenecientes a esta generación respecto a la tecnología.

La generación del “YO”

En el diccionario de Collins se define la “*Me Decade*” como la década de los 70 que se considera caracterizada por el narcisismo, la autocomplacencia y la falta de preocupación social de muchas personas, especialmente las más jóvenes (la generación Yo) (Collins Dictionary, s.f.) o como nos referimos a ella en esta investigación, la generación de los Baby Boomers. El término fue acuñado por Tom Wolfe en 1976 en su famoso ensayo “The Me Decade and the Third Great Awakening” en la revista New York Magazine.

El narcisismo no sólo ocupa un lugar central en las historias populares y académicas de los Estados Unidos en la década de 1970, sino que ahora se atribuye ampliamente a una generación transnacional de “Baby Boomers”, a una nueva generación de usuarios de los nuevos medios de comunicación (telespectadores, blogueros y jugadores de juegos), a la cultura de las celebridades, a la cultura de la terapia y, más recientemente, a las culturas del terror. No fue solamente Wolfe quién se percató del cambio en las preocupaciones de esta generación respecto a la anterior, siendo el bienestar individual y el egocentrismo el núcleo de la sociedad y no la justicia social y política que habían sido los *highlights* de los años 60. (Tyler, 2007)

El desarrollo de una cultura juvenil tan centrada en la autorrealización fue quizá también una reacción contra los rasgos que caracterizaban a la generación anterior, que había crecido durante la Gran Depresión. Las privaciones de la Depresión habían enseñado a esa generación a trabajar duro, ahorrar dinero y no gastarlo; a valorar los lazos familiares y comunitarios. La lealtad a las instituciones, las creencias religiosas tradicionales y otros

vínculos comunes eran lo que esa generación consideraba los cimientos culturales de su país. Los Baby Boomers abandonaron gradualmente esos valores en gran número, algo que se afianzó durante la década de 1970. (Patrick, 2016)

La generación del “yo puedo”

Los Baby Boomers fueron educados en la idea de que debían trabajar duro y llegar al lugar deseado. Los Boomers seguirán avanzando en sus proyectos lo mejor que puedan. Esta generación es increíblemente autosuficiente, lo que es ideal para muchos lugares de trabajo. Aunque antes era normal que la gente se jubilara a los 65 años y dejara de trabajar del todo, la mayor duración de la vida y los mejores tratamientos médicos hacen que cada vez más personas vivan hasta los 80 y 90 años. Los Baby Boomers quieren seguir trabajando porque aún se sienten jóvenes y saben que tienen valiosas habilidades que ofrecer a la fuerza de trabajo. (Indeed Editorial Team, 2021) Esto como comentábamos anteriormente suele chocar con las expectativas de las generaciones más jóvenes en los lugares de trabajo.

Mientras que las generaciones jóvenes en la fuerza de trabajo de hoy en día prosperan en la colaboración, las generaciones mayores creen en permanecer centrados en la tarea y seguir adelante hasta que el trabajo esté hecho. Además, algunos Baby Boomers pueden tener problemas para pedir ayuda si tienen un problema. Fueron criados con la idea de resolver los problemas de forma independiente, lo que les hace menos propensos a pedir ayuda si hay un problema. (Indeed Editorial Team, 2021) Si analizamos esto bajo la lente de la tecnología y la globalización nos percataremos de la gran distancia que hay entre nuestras dos generaciones ya que una de ellas posee toda la información disponible sobre las tecnologías y en contraposición, la otra no busca que le expliquen el funcionamiento.

Capítulo VI. Análisis Comparativo

A continuación procedo a realizar el análisis comparativo de la investigación, en el cual compararé las cuestiones más relevantes de las generaciones teniendo en cuenta la información anteriormente señalada.

Diferencia en términos tecnológicos

En primer lugar, hemos de comparar cómo se hace alusión a cada generación en referencia a su relación e interacción con la tecnología. Sin duda alguna, cabe mencionar a Marc Prensky quien en su libro *“Enseñar a los nativos digitales”* hace hincapié en diferenciar a los nativos digitales y a los inmigrantes digitales.

La principal diferencia entre ambos grupos es la siguiente; los nativos digitales son aquellos que han nacido con la tecnología incorporada en sus vidas mientras que los inmigrantes digitales son aquellos que han tenido que realizar un aprendizaje y una búsqueda de sentido para adaptarse a su entorno. Siguiendo al pie de la letra esta teoría es sencillo definir nuestras dos generaciones, la generación Z vendría pues etiquetada como los nativos digitales y los Baby Boomers como los inmigrantes digitales. La cuestión es que esta teoría ha recibido numerosas críticas ya que hace alusión a un aprendizaje tecnológico inherente por parte de los nativos digitales que muchos expertos rechazan fuertemente. (Cerezo, 2019) Por esta razón, lo más acertado es hablar de estos dos conjuntos pero con una definición más precisa que no evoque ni fuerce un aprendizaje innato en materia de tecnología sobre la generación Z, por ello la correcta afirmación y siguiendo la línea de Marc Prensky consiste en formular únicamente que los nativos digitales son aquellos que han “crecido” en la era digital.

Por otra parte, los adultos (Baby Boomers en este caso) que utilizan la tecnología de forma práctica y funcional para realizar tareas que antes se hacían con la tecnología antigua se denominan igualmente transactores digitales en lugar de inmigrantes y a la generación Z como integradores digitales en vez de nativos. (McCrindle, 2015) Estos términos fueron impuestos por los investigadores del equipo de McCrindle durante sus investigaciones iniciales sobre estas generaciones. Los transactores digitales son aquellos que llegaron a la edad adulta sin tecnología digital en contraste con los integradores que se han visto inmersos desde su nacimiento, es decir, las mismas definiciones que previamente han sido expuestas. Esta transformación lingüística demuestra el impacto que pueden tener los términos en las personas.

Los Baby Boomers llegaron a la edad adulta sin tecnología digital. Aunque muchos adoptan las nuevas tecnologías, algunos lo hacen a regañadientes. Las tecnologías digitales empezaron a surgir (en sentido masivo) en gran medida durante la adolescencia de la generación X, a finales de los 80 y principios de los 90. (McCrindle, 2015) mientras las nuevas generaciones dan uso de estas tecnologías con gran soltura y facilidad.

Este fenómeno comunicativo presenta un grave problema para la educación hoy en día ya que nuestros instructores inmigrantes digitales, que hablan un lenguaje obsoleto (el de la era pre-digital), están luchando para enseñar a una población que habla un lenguaje completamente nuevo. De la misma manera, los nativos digitales se enfrentan a barreras comunicativas cuando tratan de exponer ciertas informaciones a los inmigrantes digitales. Esta brecha comunicativa perjudica a la comunicación intergeneracional.

La media de los universitarios pertenecientes a la generación Z no ha llegado ni a pasar 5.000 horas de su vida leyendo, pero sí que han estado más de 10.000 horas jugando a los videojuegos (por no hablar de las 20.000 horas viendo la televisión). (Prensky, 2001) En contraste con los Baby Boomers quienes a esa edad no habían pasado ni 6.000 horas delante de un televisor y no habían tenido contacto con los videojuegos, ya que los primeros aparecieron en 1971 con la comercialización por primera vez de Computer Space.

Diferencias en términos de telecomunicaciones

A continuación llevaré a cabo una interpretación de los resultados obtenidos a través de un informe que realizó Data Reportal con las bases de datos de Naciones Unidas, Gobiernos locales, Asociación GSMA, la Organización Internacional de Telecomunicaciones (ITU) la Oficina Europea de Estadística (EUROSTAT), el Centro de Información de la Red de Internet de China (CNNIIC), los Informes de ganancias y crecimiento de las empresas, el Google Weg Toolkit (GWT) y otras fuentes de datos similares. En este informe hacen un análisis de los datos más relevantes de la digitalización y globalización alrededor del mundo. En mi caso lo utilizaré para ilustrar la diferencia entre la experiencia a la que se han habituado los pertenecientes a la generación Z frente a los Baby Boomers.

A día de hoy existen en el mundo 4,20 billones de usuarios activos en redes sociales, de la población mundial más de la mitad, exactamente el 53,6% posee una red social. El 98,8% de los usuarios que se conectan regularmente a redes sociales hacen esto a través de su teléfono móvil. Una persona diariamente pasa seis horas y cincuenta y cuatro minutos en internet, dos horas y veinticinco minutos en redes sociales y tres horas y veinticuatro minutos es el tiempo invertido en ver la televisión o programas en *streaming*. (Data Reportal, 2021)

Por otra parte, aquí podemos observar unos datos procedentes de varios estudios llevado a cabo por el Pew Research Center, FRACTL y Global Web Index que nos muestran algunas de las estadísticas más llamativas para esta investigación en lo referente al consumo de medios e interacción con estos según las generaciones.

Según estos estudios, la red social más utilizada por los adultos era Facebook (73%) (Pew Research Center, 2019) lo que corrobora FRACTL afirmando que Facebook es la plataforma más popular para compartir contenido entre todas las generaciones, con el 51% de la generación Z, el 62% de los Millennials, el 58% de la generación X y el 63% de los Baby Boomers que lo utilizan con mayor frecuencia en todas las redes sociales. (FRACTL, 2015) Asimismo el 70% de los Baby Boomers que utilizan esta red social afirman que se conectan a la plataforma a diario. (Pew Research Center, 2019) Los Baby Boomers se han modernizado con el tiempo y no se han quedado fuera de las tendencias tecnológicas, por ejemplo, ahora es mucho más probable que los Boomers posean un teléfono móvil que en 2011 (68% ahora frente al 25% entonces). (Pew Research Center, 2019) esto hemos de ponerlo en contraposición con la Generación Z de los cuáles un 98% posee un teléfono móvil (Global Web Index, 2017)

Un hallazgo que me ha llamado sorprendentemente la atención ha sido que más del 25% de los Baby Boomers consumen 20 horas o más de contenido cada semana. (FRACTL, 2015) algo que al compararlo con que el 55% de la generación Z utiliza sus teléfonos móviles diariamente cinco horas o más y casi un 26% afirma estar pegado al teléfono más de diez horas diarias (Global Web Index, 2017)

Los Baby Boomers siguen estando por detrás de los Gen Xers y los Millennials en la mayoría de las medidas de adopción de tecnología, pero las tasas de adopción de este grupo han crecido rápidamente en los últimos años. (Pew Research Center, 2019)

Surge la comparación siguiente; la edad a la que utilizamos por primera vez la tecnología determina hasta qué punto se integra en nuestro estilo de vida. Podemos afirmar la premisa de que los integrantes de la generación Z entraron en contacto con la mayoría de las innovaciones tecnológicas a una edad muy temprana, mientras que los Baby Boomers el único contacto que tuvieron en su niñez fue con la radio del hogar y la televisión en blanco y negro.

Tras analizar estos datos podemos observar que a pesar de la brecha tecnológica y de estar comparando a los inmigrantes digitales con los nativos digitales y su uso de las telecomunicaciones, los resultados son menos abruptos de lo que me esperaba hallar. Es cierto que no es comparable la dependencia que tiene la generación Z de sus móviles con la de los Baby Boomers pero a grandes rasgos los hallazgos demuestran los Baby Boomers han sabido seguir la corriente de las telecomunicaciones.

Diferencias en la comunicación

En esta sección hablaré de las diferencias en términos de comunicación relacionadas por una parte con la interacción con los medios en lo referente al aprendizaje y por otra parte la manera de comunicarse que han adoptado las generaciones.

La generación Z a la hora de buscar información para llevar a cabo una tarea Universitaria tecleará en la página web de Google su búsqueda y hará *click* en Wikipedia. Los Baby Boomers cuando debían buscar información sobre algún tema en específico acudían a la Enciclopedia de la biblioteca o de sus padres. Irónicamente, hoy en día se percibe que un documento electrónico tiene más vigencia (y por tanto precisión) que la página impresa. (McCrinkle, 2015)

Anteriormente la formación procedía del libro lo que se convertía en un fenómeno lineal y estructurado, existía como bien indica Pepe Cerezo, un corpus global del conocimiento

jerarquizado y estandarizado. Esta apariencia dio paso a una nueva recepción de la información más fragmentada, difusa y heterogénea que nunca antes. (Cerezo, 2019) Las nuevas generaciones (Y y Z) han vivido toda su vida inmersas en las tecnologías digitales. Desde los primeros años escolares, los estudiantes interactúan en aulas inalámbricas con dispositivos de pantalla táctil que utilizan aplicaciones basadas en la nube y libros de texto electrónicos. (...) La educación está pasando de las aulas estructuradas a los medios colaborativos, de los libros de texto a las tabletas y de los informes a las infografías y presentaciones de vídeo. En esta era global, las palabras se sustituyen progresivamente por símbolos o iconos universales. No sólo nuestra comunicación está superando las restricciones de la palabra hablada y escrita, sino que los jóvenes (y muchas personas mayores) han adaptado su comunicación escrita a la tecnología moderna. (McCrindle, 2015)

Y aquí entramos en un apartado bastante complejo, en términos de comunicación intergeneracional las barreras como acabamos de ver han ido creciendo. El número de aparatos electrónicos que intervenían en el proceso de comunicación han ido evolucionando y volviéndose más complejos, al contrario que la comunicación verbal la cual se ha vuelto más escueta para la generación Z pero más complicada para los Baby Boomers.

Han aparecido nuevos metalenguajes, creados especialmente por la propia juventud, que han tomado estas tecnologías como parte activa de su identificación como grupo. A través de los chat en el caso de Internet y los SMS. La norma que parece seguir esta forma de comunicación es que «se admite todo mientras se entienda lo que dices». (Marín, 2004)

Podrían señalarse algunas normas habitualmente utilizadas por los jóvenes como:

- No acentuar.
- Los signos de interrogación y admiración van sólo al final.
- Desaparecen la h y la e al principio de cada palabra.
- Se suprimen las vocales en las palabras más comunes como «mñn» (mañana), «dnd» (donde).

- Se aprovecha entero el sonido de las consonantes: t (te), m (me), k (ca)...
- Siempre que se pueda se utilizarán números, signos matemáticos, bien por su significado, bien por su sonido: «x» (por) + o - (más o menos), 1 (uno/a), salu2 (saludos).
- Se aceptan todas las abreviaturas inglesas: «ok» (vale), «U» (you: tú).
- Se aprovechan los mismos iconos gestuales o emoticones que llevan años circulando por la Red en chats o correos electrónicos (se leen inclinando la cabeza a la izquierda): :-) contento, :-D sonriente, :-O asombrado...

Esta nueva jerga, a veces, además, se utiliza como signo de identificación generacional tratando de ampliar una frontera lingüística con los mayores. (Marín, 2004) A pesar de ello los Baby Boomers han demostrado estar integrados y ser capaces de mantenerse en la ola de las abreviaturas y los emoticonos. Incluso como si se tratara de un logro alardean de ser capaces de comprender los mensajes de los Genzers y de haber aprendido este tipo de comunicación para poder comunicarse con ellos. Es más, en contraposición los Genzers critican en determinados momentos el excesivo uso de este tipo de lenguaje por parte de sus mayores (Cerezo, 2019)

Diferencias en consumo de medios

Una clara diferencia entre ambas generaciones es la manera que tienen ambos grupos de consumir los medios de comunicación. Cabe destacar que cada uno se encuentra en una etapa vital que requiere el cierto uso de una telecomunicación sobre otra. Con el fin de ilustrar este punto, el uso que les dan respectivamente a los teléfonos móviles, aunque muchos de los Baby Boomers los poseen y utilizan sus aplicaciones, su forma de utilizar las nuevas tecnologías es más probable que sea secuencial, estructural, lineal y práctica que la de las generaciones más jóvenes. Los Transactores Digitales utilizan la tecnología como cualquier otra herramienta de forma transaccional para lograr una función. Por ejemplo, una cuarta parte de los Boomers (24%) es la que más utiliza la cámara de su smartphone, e incluso 1 de cada 10 mayores de 66 años utiliza este medio para hacer fotos regularmente. (McCrindle, 2015) Una vez realizada la función, dejan las herramientas.

En cambio, los Integradores Digitales, que se han formado en un mundo digital, inalámbrico y en línea, han incorporado estas herramientas a su estilo de vida. Las tecnologías están perfectamente integradas en sus vidas: casi se han convertido en una extensión de ellas, siempre encendidas. (McCrindle, 2015)

El consumo de los medios digitales también es dispar entre las generaciones, un 91,3% de los Baby Boomers afirma consumir televisión frente a un 80,4% de la generación Z. Respecto al consumo de Internet es la generación Z la que se corona junto a los Millennials como mayores consumidores con un 91,2% y sólo un 57,2% de los Baby Boomers. El medio de comunicación indispensable para los Baby Boomers es la televisión mientras que para la generación Z lo es el Internet. (Avante Medios, 2017) Estos últimos prefieren utilizar plataformas online de contenido como por ejemplo Netflix o HBO antes que usar la televisión.

Con la aparición de la prensa online era de esperar que los datos de consumo de prensa “física” disminuyeran, a pesar de ello los Baby Boomers la consumen un 21,8% más que la generación Z. (Avante Medios, 2017) Estos últimos prefieren acceder a las plataformas de noticias a través de sus teléfonos móviles. Los diferentes medios de comunicación están llevando a cabo su propia adaptación para ser capaces de llegar a sus públicos objetivos pero siempre teniendo presente que son las mismas generaciones las que se adaptan a los cambios.

Diferenciación gráfica

Con el objetivo de diferenciar aún más a las dos generaciones y de recalcar algunos de los datos comentados en esta investigación en cuestiones de comunicación, globalización y cultura, procedo a presentar la siguiente tabla en la que podemos ver de manera muy gráfica las principales tendencias de cada generación. De esta manera podemos ver fácilmente cuáles han sido sus tendencias y cómo ambas generaciones han tenido influencias diferentes respecto al momento social, político y cultural que han vivido.

Ilustración 2: Tabla tendencias generacionales

	Boomers	Gen Z
Iconic Technology	TV (56) Audio Cassete (62) Colour TV (75)	iPod, MacBook, iPad, Google, Facebook, Twitter, Wii, PlayStation
Music	Elvis Beatles Rolling Stones	One Direction Justin Bieber Taylor Swift
TV& Movies	Easy Rider Jaws The Graduate	Avatar High School Musical 3D Movies
Popular Culture	Mini skirts Barbie	Skinny Jeans V-necks
Social Markers	Decimal currency	War in Iraq/ Afghanistan
/Landmark events	Neil Armstrong Vietnam War	Global Financial Crisis Arab Spring
Influencers	Evidential, experts	Interactive, Forums
Training focus	Technical Data/ Evidence	Multi-modal E-learning /Interactive
Learning environment	Classroom style Quiet atmosphere	Lounge room style Multi-stimulus
Sales & Marketing	Mass/ Traditional media Above-the-line	Interactive campaigns Positive brand association
Purchase Influences	Brand-loyal Authorities	Brand evangelism Trends
Financial values	Long-term needs Credit	Impulsive purchases Life-style debt
Ideal leaders	Command and control Thinkers	Vissionary, empowering Macro-managers

Fuente (McCrindle, 2015)

Como podemos observar, las diferencias entre las generaciones son enormemente palpables. Desde el método usado para enseñarles en el colegio, las tendencias de compra, sus ideales hasta los eventos que les han afectado mayoritariamente. Todos estos factores hacen que el estudio de ambas generaciones haya sido tan rico e interesante, demostrando una vez más las diferencias entre ellas.

Capítulo VII. Conclusión

A lo largo de esta investigación hemos podido ver cómo ambas generaciones han desarrollado unas características que las diferencian del resto de cohortes generacionales.

La generación Z nació en una sociedad digital donde las barreras comunicativas fueron desapareciendo durante su primera década, maduraron con la explosión de las redes sociales y los nuevos aparatos electrónicos que dieron forma a su juventud. Debido a la hiperconectividad constante y la sobreexposición, es una de las generaciones con mayor índice de problemas psicológicos relacionados con la distorsión de la imagen, por el contrario un rasgo que ha desarrollado gracias a esta sobreestimación es la conciencia social. La globalización ha convertido a esta en la primera generación global ya que comparten tendencias, modas, entretenimiento e incluso gustos con sus homogéneos alrededor del mundo. Por su parte los Baby Boomers llegaron a la juventud acompañados de los comics y los primeros juguetes creados a gran escala, su primer contacto con la tecnología fue en su juventud con la televisión en blanco y negro. Aunque su juventud se vio muy influenciada por las guerras, son reconocidos por ser la generación de las mil posibilidades gracias a la época de bonanza que siguió a la Guerra.

Siguiendo la línea de la globalización y la comunicación, hemos podido discernir que tanto los Baby Boomers como la generación Z se han adaptado al momento generacional en el que se encuentran. Tras comenzar esta investigación pude observar como yo misma estaba influenciada por mi generación (la Z) y buscaba aquellos datos que apoyaran mis hipótesis. Gracias a esta investigación he podido percibir que estaba equivocada en muchas de las generalizaciones que había desarrollado en mi mente a través de mi experiencia. Primordialmente, esperaba encontrar que la brecha generacional fuera de enormes dimensiones sobre todo en lo relacionado con la comunicación, es decir,

consumo de medios, de redes sociales y de nuevas tecnologías. Gracias a esta investigación he podido descubrir que de la misma manera que hemos evolucionado desde el *Homo Habilis* y aunque la evolución no sea tan palpable como antaño, continuamos adaptándonos al mundo cambiante en el que vivimos. Los Baby Boomers han dejado atrás esa comodidad que tanto les define como generación para tomar las tecnologías del siglo XXI y adoptarlas en su día a día. Y aunque no podamos comparar en términos tecnológicos las vivencias de ambas generaciones ya que como hemos podido ver los Baby Boomers crecieron con un acceso limitado a la televisión en blanco y negro y a la radio mientras que la generación Z a los 10 años ya estaban siendo expuestos al primer iPhone, si podemos afirmar que su adaptabilidad a las nuevas tecnologías ha sido admirable. A pesar de que el consumo de medios de ambas generaciones sea diferente, un GenZer cogerá su móvil para leer las noticias mientras que un Boomer cogerá el periódico o encenderá el televisor, hemos podido observar que ambas se relacionan con los medios de comunicación tanto tradicionales como digitales. Asimismo, en lo que respecta a la comunicación directa, los Boomers han adaptado su lenguaje y no han tardado en aplicar la jerga “GenZer” a su vocabulario haciendo uso de *emojis* y de abreviaturas para comunicarse. Finalmente, quiero destacar el hecho de que ambas generaciones están presentes en las redes sociales e interactúen a través de ellas.

El último objetivo de esta investigación consistía en descifrar cómo había afectado el factor de la globalización a ambas generaciones dando una mayor importancia al componente de la comunicación. En relación a este punto he podido observar gracias al análisis comparativo cómo la globalización ha afectado a ambas generaciones, no obstante aquella que presenta un mayor indicio de influencia es la generación Z al desarrollarse en un panorama totalmente globalizado desde su niñez. Esta Generación ha nacido en la era de la globalización y por ello podemos considerarlos si seguimos las premisas de Marc Prensky y las adaptamos, que nos encontramos ante unos nativos de la globalización mientras que la cohorte Baby Boomer conformaría por el contrario el grupo de los inmigrantes globalizados.

Por todo ello, el análisis comparativo de ambas generaciones nos proporciona un interesante punto de vista que junto con otras perspectivas puede ser utilizado para ampliar incluso más estas cohortes y su relación intergeneracional.

Marta Tato Cerdeiras

5º RRIICOM

Impacto de la Globalización en términos de comunicación sobre la generación Z. Estudio comparativo con la generación de los Baby Boomers

Capítulo VIII. Bibliografía

- APA. (2019). *Gen Z more likely to report mental health concerns*. Obtenido de American Psychological Association:
<https://www.apa.org/monitor/2019/01/gen-z>
- Avante Medios. (2017). *Estilos de vida generacionales- INFORME COMPARATIVO DE CONSUMO Y COMPORTAMIENTO ENTRE LOS GRUPOS GENERACIONALES MÁS REPRESENTATIVOS DE ESPAÑA*. Obtenido de Cluster Communication:
http://www.clustercomunicacion.gal/download/marketing/Avante_Estilos-de-vida-generacionales_Septiembre-2.017-1.pdf
- Caïs, J. (1997). *Metodología del Análisis Comparativo*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Cerezo, P. (2019). *La Generación Z y la información*.
- Collins Diccionario. (s.f.). *Definition of Me Decade*. Obtenido de Collins Diccionario :
<https://www.collinsdictionary.com/es/diccionario/ingles/me-decade>
- Dangmei, J. (2016). *Understanding the Generation Z: The Future Workforce*. Obtenido de Researchgate:
https://www.researchgate.net/publication/305280948_UNDERSTANDING_THE_GENERATION_Z_THE_FUTURE_WORKFORCE
- Data Reportal. (2021). *Global Social Media Stats*. Obtenido de Data Reportal :
<https://datareportal.com/social-media-users>
- Dolot, A. (2018). *The Characteristics of Generation Z*. e-mentor.
- Dorsey, J. (2016). *Generational Breakdown: Information about all generations*. Obtenido de The Center for Generational KINETICS: <https://genhq.com/faq-info-about-generations/>
- FRACTL. (2015). *Content Engagement by Generation*. Obtenido de FRACTL:
<https://www.frac.tl/work/marketing-research/content-engagement-by-generation/>
- Global Web Index. (2017). *98% of Gen Z Own a Smartphone*. Obtenido de GWI:
<https://blog.globalwebindex.com/chart-of-the-day/98-percent-of-gen-z-own-a-smartphone/>

- Globe, G. A. (2011). *Harvard Business Review*. Obtenido de <https://hbr.org/2011/04/generations-around-the-globe-1>
- Gomez, K., Mawhinney, T., & Betts, K. (2019). *Welcome to Generation Z*. Deloitte.
- Hughes, M. E., & O'rand, A. (2004). *The lives and times of the Baby Boomers*. New York : Rusell Sage Foundation .
- Indeed Editorial Team. (2021). *Characteristics of "Baby Boomer" Professionals*. Obtenido de Indeed Career Guide: <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/baby-boomer-characteristics>
- Jensen, J. (2020). *The Evidence for Generation We and Against Generation Me*. Obtenido de Researchgate: https://www.researchgate.net/publication/275594368_The_Evidence_for_Generation_We_and_Against_Generation_Me
- Lanzieri, G. (2011). *The greying of the baby boomers. A century-long view of ageing in European populations*. Stat Focus. Obtenido de Eurostat : https://warwick.ac.uk/fac/soc/pais/research/researchcentres/csgr/green/foresight/demography/european_commission_the_greying_of_the_babyboomers_full_report.pdf
- Lehel, S. (2018). *Accelerated Decline of Generation Z* .
- Luttrell, R., & McGrath, K. (2021). *Gen Z: The Superhero Generation*. Rowman & Littlefield.
- Marín, J. (2004). *La comunicación abreviada como señal de identidad de la juventud actual*. Sevilla: ISSN.
- McCrindle, M. (2015). *The ABC of XYZ-Understanding the global generations* . mccrindle.
- McGrath, K. (2021). *Gen Z: The Superhero Generation*. Rowman&Littlefield.
- Napoli, C. (13 de Agosto de 2020). *Gen Z: Emociones en 2020*. Obtenido de WGSN: <https://www.wgsn.com/insight/p/article/88679?lang=es>
- Newport Academy. (2020). *4 Scary Concepts from Netflix's 'The Social Dilemma' That Every Parent Should Understand*. Obtenido de Newport Academy : <https://www.newportacademy.com/resources/empowering-teens/social-dilemma/>

- Okasha, A. (2005). *Globalization and mental health: a WPA perspective*. Obtenido de US National Library of Medicine National Institutes of Health: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1414710/>
- Our World in Data. (2019). *Monthly active users (Statista and TNW (2019))*. Obtenido de Our World in Data: <https://ourworldindata.org/grapher/users-by-social-media-platform?tab=table&time=2006..2019>
- PACMA. (2019). *Resultados electorales del PACMA*. Obtenido de PACMA: <https://pacma.es/resultados-elecciones/>
- Patrick, N. (2016). *The Baby Boomers were nicknamed the “Me Generation” due to their perceived narcissism*. Obtenido de Vintagenews: <https://www.thevintagenews.com/2016/09/05/priority-baby-boomers-nicknamed-generation-due-perceived-narcissism/>
- Pew Research Center . (2010). *Baby Boomers in the Digital Age*.
- Pew Research Center . (2018). *The generations defined*. Obtenido de Pew Research center: https://www.pewresearch.org/st_18-02-27_generations_defined/
- Pew Research Center . (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Obtenido de Pew Research Center : <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Pew Research Center. (2010). *Social Media & Mobile Internet Use Among Teens And Young Adults*.
- Pew Research Center. (2019). *Millennials stand out for their technology use, but older generations also embrace digital life*. Obtenido de Pew Research Center : <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/09/09/us-generations-technology-use/>
- PewResearchCenter. (2019). *Defining Generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Obtenido de Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Prensky, M. (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants*. MCB University Press.
- RAE. (s.f.). *Real Academia Española* . Obtenido de RAE : <https://dle.rae.es/generación>
- S.Rainer, T., & W.Rainer, J. (2001). *The Millennials*. Obtenido de Googlebooks: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=yKy4AwAAQBAJ&oi=fnd&pg=>

- PR9&dq=S.Rainer,+T.,+%26+W.Rainer,+J.+(2011).+The+Millennials&ots=9tT
wcy3sbA&sig=OzBdi0I5EmdzGDtSapgOmkbta1Q#v=onepage&q&f=false
- Sartori, G., & L. M. (1999). *La comparación en las ciencias sociales*. Editorial Alianza
- Statistic Brain Research Institute. (2019). *Generation Z*. Obtenido de Statistic Brain Research Institute: <https://www.statisticbrain.com>
- Strauss, W. (2005). Talking About Their Generations. *The School Administrator*, 10-15.
- The Center For Generational Kinetics. (2017). *THE STATE OF GEN Z 2017: Meet the Throwback Generation*.
- Troksa, L. (2016). *The Study of Generations: A timeless notion within a contemporary context* . University of Colorado .
- Tulgan, B. (2013). Meet Generation Z: The second generation within the giant "Millennial" cohort . *Rainmaker Thinking* , (1-13).
- Tyler, I. (2007). *From 'The Me Decade' to 'The Me Millennium': The cultural history of narcissism*. SAGE.
- Vera, D., & Taylor, P. (2010). *Baby Boomers Approach 65*. Obtenido de Pew Research Social & Demographic Trends: <https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/3/2010/12/Boomer-Summary-Report-FINAL.pdf>
- Wattpad Brand Partnerships. (2019). *Understanding Gen Z, The Socially Conscious Generation*. Obtenido de Wattpad Brand Partnerships: <https://brands.wattpad.com/insights/understanding-gen-z-the-socially-conscious-generation>
- WGU. (2019). *Stress, mental health, and Generation Z*. Obtenido de Western Governors University : <https://www.wgu.edu/blog/stress-mental-health-generation-z1906.html>
- Wigmore, I. (2019). *Snapchat dysmorphia*. Obtenido de Whatls: <https://whatis.techtarget.com/definition/Snapchat-dysmorphia>