

Título Generación Ego: se impone sin jefes, reglas ni pudor

Tipo de Producto Divulgación

Autores Barimboim, Diana G.

Código del Proyecto y Título del Proyecto

A14S17 - Tendencias egoístas en los jóvenes de hoy; sus consecuencias en los vínculos familiares y sociales

Responsable del Proyecto

Barimboim, Diana G.

Línea

Psicología Educacional y del Desarrollo

Área Temática

Psicología

Fecha

2015

INSOD

Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas
Proyectuales

UADE 

Generación Ego: se impone sin jefes, reglas ni pudor

Los sub 30 pierden los complejos. Una encuesta reveló que 6 de cada 10 jóvenes no quiere depender de nadie en el trabajo y sólo el 11% admite normas.



Descontracturados. Una nueva forma de ver las relaciones laborales y cómo mostrarse. (Rubén Digilio)

- Ezequiel Viéitez

Para Alejandro, de 19 años, estudiante de Ciencias Económicas, no hay nada como ver “Ale” escrito en el vaso gigante que le dan en Starbucks. Mariana y Diego, un poco más grandes, se están por casar y por las vacaciones de invierno en la nieve tuvieron récord de “me gusta” en Facebook. Los ciento y pico de “likes” no les cambiaron la vida, pero los pusieron contentos. A Carolina (28) la ascendieron en el banco en que trabaja. Elegir la foto de perfil de WhatsApp, para ella, es clave. Porque el “marketing personal”

también juega. Esa imagen que todos ven cuando la buscan tienen que ser fresca, alegre, pero no demasiado sensual... En la vida de los sub 30, las reglas sociales están desacartonadas. Mostrar la intimidad o el éxito no está mal ni despierta culpa. Porque en la Generación Ego, la individualidad es el centro de la escena.

Esta realidad, de jóvenes de clases medias urbanas, tiene matices. Al mismo tiempo que ponen los deseos personales sobre todo, en las relaciones sociales se muestran tolerantes: suelen apoyar las movidas solidarias y respetar más las identidades sexuales. Acostumbrados al “on demand” digital, en el día a día buscan lo inmediato y en la vida, a lo sumo al mediano plazo. El cambio constante de la época no habilita construcciones largas o imaginarse adónde llegar en 10 o 20 años.

“Más que personas individualistas o egoístas, lo que se ve es un proceso que viene dándose desde los ‘60 y que se acentuó: supone el corrimiento del individuo de lo que les marcaban las instituciones tradicionales como la Iglesia o la escuela. Ahora, la sociedad de consumo permite construirte a vos mismo”, opina Cecilia Arizaga, directora de la carrera de Sociología de la universidad UCES. Describe: “Antes vivíamos en la obediencia; hoy, la propia sociedad te pide iniciativa individual, ser uno mismo, tener proyectos, ser espontáneo y sensible a los nuevos productos, es decir, ser cool”. Esa dinámica exige tener una identidad fuerte y diferenciada. Algo egoíca. Se retroalimenta: el mercado estudia los gustos de los jóvenes y desarrolla productos que acentúan esos gustos.

Las investigaciones, aunque algo arbitrarias, ponen porcentajes. Ejemplo: una encuesta a 800 estudiantes universitarios de Capital y GBA que publicó la Universidad Argentina de la Empresa (UADE) en junio pasado, señaló: 6 de cada 10 prefieren “ser jefes o un trabajo autónomo, para no depender de nadie”. La independencia es un valor de época y derriba la costumbre de pagar “derecho de piso” para que el beneficio llegue más adelante.

Sólo el 11% de los entrevistados admite entender el sentido de las normas: para el resto, es difícil cumplirlas siempre, porque dependen de situaciones particulares, como la de no respetar un semáforo de noche. En la encuesta de la UADE, “la felicidad” resultó elegida por 5 de cada 10, por encima del “bienestar de mi familia” (34%) y el “bienestar de mi país” (5%). A la hora de encarar una actividad, sea cual fuera, el 67% contestó que prefiere decidir sin pedir consejos. La investigación concluye: “La sociedad posmoderna genera ideales de libertad asociados a actitudes individualistas”

En enero, la multinacional Ford había presentado un informe sobre la denominada Generación Z (los nacidos a partir de 1995 y criados en la era de Internet) que se basó en encuestas en varios países. Entre los resultados: los más jóvenes adoran a los rebeldes y, para ellos, fracasar ya no es un estigma. En una era de transformaciones permanentes, el único fracaso es no atreverse. Quedarse quieto.

En la foto también entra la llamada Generación Y, los que llegaron al mundo a partir de 1982 hasta el 95. Un informe de la consultora Deloitte, terminado este año y con preguntas a 7.800 jóvenes de 29 países indicó que el 75% de esos jóvenes piensa que las empresas están demasiado preocupadas en su propia agenda y poco en mejorar la sociedad. Según la estadounidense Pew Research Center, dos tercios de la comunidad “Y” preferiría un trabajo que les guste antes que otro aburrido, pero mejor pago.

El médico psicoanalista Luis Minuchin, profesor de la Asociación Psicoanalítica de Buenos Aires (APDEBA), evalúa: “Antes, el modelo era el desarrollo ‘para toda la vida’ y había realidades, como el matrimonio, que podían asfixiar. La nueva cultura se permite corregir situaciones sin caer en criterios de éxito o fracaso. Esa búsqueda de libertad es algo positivo”.

Pero Minuchin también cuestiona: “Esa misma cultura impone que todo debe ser mostrado. La intimidad pasó a espectáculo. Es una especie de necesidad narcisística de revalorización de uno a partir de la valoración que te dan los otros”. Desde ese análisis, el paisaje superpoblado de egos puede enmascarar otra realidad: miedo a los cambios y fragilidad.

http://www.clarin.com/sociedad/generacion-ego-impone-jefes-reglas-pudor_0_1426057829.html