

SAINT®

App-change: La migración de las nuevas generaciones

México, Julio 2016.— En nuestra era la cantidad de jóvenes es un número representativo y valioso para muchas industrias: entretenimiento, consumo, moda, tecnología, medios de comunicación, etc. Los Millennial (generación nacida entre 1985-1995) conjuntan características muy específicas del tiempo en el que les tocó vivir y crecer, y que al mismo tiempo han orillado al sistema a cambiar, cambios obligatorios que tuvieron implementar jefes de generaciones pasadas para conservar el talento Millennial en una empresa.

Ellos manejan la tecnología como si hubieran nacido con un chip integrado; prefieren consumir el contenido que Internet les brinda que ver televisión abierta, por lo que pasan gran parte de su día metidos en el móvil o la computadora; tienen la capacidad de hacer varias cosas a la vez, no son estáticos, les gusta estar en varios lugares a la vez, algo en lo que les ha ayudado la tecnología (Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, Whatsapp, Periscope, entre otros mejores aliados); gran peso de su socialización se basa en plataformas electrónicas, provocando un cambio en el dinamismo interpersonal; Antes de adquirir un producto o servicio investigan entre una gama alta de competidores, eligiendo el que cubra al cien sus necesidades (le llaman consumo consiente, crítico y exigente).

Para 2014 Telefónica Global Millennial Survey estimaba que cerca de un 78 % de los Millennials en Latinoamérica posee un móvil, un 37 % tablet, un 70 % laptop y un 57 % desktop. Cifras que en la actualidad han aumentado hasta en un 10% o 15%, pues poco a poco las demandas de este sector han evolucionado, siendo el mercado de las aplicaciones el más enriquecido. Los servicios intangibles que ofrecen miles de aplicaciones son los más populares para esta generación, por lo que día a día compiten por ofrecer mejores aplicaciones y actualizaciones basadas en los gustos y tendencias que imponen los Millennials.

Antes de la llegada del Internet, las personas tenían que comunicarse por teléfono o correo tradicional, la búsqueda de información se hacía en bibliotecas, las noticias se leían en el periódico o se escuchaban en la radio, las notas se hacían a mano, la música se compraba en acetatos y las películas se veían en el cine; ahora no es así, simplemente se puede hacer todo esto detrás de un ordenador, con un solo clic desde las aplicaciones en nuestro celular.

Mariel Cuervo, vocera de la campaña "Para Un Internet Seguro" argumenta que "los Millennial han vivido los avances tecnológicos de forma diferente a sus predecesores, siendo común el reclamo de los padres a las nuevas generaciones porque se vuelven distantes y prefieren embaucarse con sus dispositivos móviles y sus redes sociales, cuando muchas veces son ellos mismos quienes les facilitaron el uso de ese tipo de aparatos sin ninguna restricción".

Esto no quiere decir que generaciones anteriores (Generación X, baby boomers, etc.) no se hayan adaptado tecnológicamente, al contrario se han mostrado abiertos ante estos grandes avances y han tratado de seguirle el paso a las aplicaciones. Pero puede parecer una constante "guerra de privacidad" entre los Millennial y sus padres, pues en cuanto los "mayores" descubren y aprenden el uso de nuevas plataformas y aplicaciones que usan sus hijos (como lo fue Facebook), los jóvenes deciden migrar y explorar entre otras herramientas de la vida virtual donde su privacidad y su libertad no corra peligro (como es el caso de éxito de Snapchat, poco descubierto por los adultos).

"Facebook ya lo usa hasta mi abuela", "Mi tía se la pasa comentando mis fotografías", "Mi mamá se molesta por mis estados", son algunas reacciones de esta nueva generación al sentirse invadidos en algunas redes sociales. A pesar de que no las abandonan al cien, si las dejan de frecuentar y de mantener en uso. Esto complica en cierta medida la comunicación y acercamiento que se puede tener con los jóvenes respecto a los riesgos y peligros que pueden enfrentar en Internet, pues aunque se sientan expertos en tecnología no dejan de ser susceptibles a la violencia que se genera gracias a ella. Estando en un mundo que cada vez se vuelve más 'online', es casi imposible que con métodos 'offline' podamos cuidar a los menores de todas las amenazas que están colgadas en la red.

Acerca de "Para un Internet Seguro"

"Para Un Internet Seguro" nace como una iniciativa en Tijuana que busca cambiar la falta de conciencia por educación a través de pláticas y conferencias sobre las situaciones más comunes entre los internautas: redes sociales, grooming, pornografía y cyberbullying.

Contacto de RP
Judith Pérez Fajardo
GPS Imagen y Comunicación México
judith@gpscom.com