

La Generación Y hará del mundo y del trabajo un lugar mejor

Por Alejandro Masco. Socio de Humanbrand, autor de "Entre Generaciones. No te quedes afuera del futuro".



Alejandro Masco.

Dos años han pasado desde que escribí mi libro "Entre Generaciones. No te quedes afuera del futuro". Fue la manera que encontré de plasmar los cambios que atravesamos en las organizaciones con el ingreso de la Generación Y, jóvenes nacidos entre 1982 y 1994.

Mis experiencias de trabajo en París y Nueva York me permitieron entender los nuevos desafíos a los que nos enfrentábamos desde las áreas de gestión con personas. Un desafío que crece y que día a día se nos hace más difícil de entender.

La Generación Y fue ampliamente descripta, analizada y categorizada en los Estados Unidos y Europa, por lo que -a pesar de la cultura global en la que se despliega- parece importante encontrar una clave latinoamericana y argentina para interpretarla y entenderla. En ese sentido, y como aspecto novedoso, creemos que urge poder definir una realidad local y regional para una generación de jóvenes que, por momentos, pareciera inquietar hasta en los sueños a jefes y gerentes también en la Argentina.

Vivimos en una sociedad que tiene una idiosincrasia propia en términos de estilos de vida, una economía histórica particular, y que heredó de las grandes corrientes migratorias un conjunto de aspectos que, como consecuencia, influyeron muy específicamente en la manera que tenemos de relacionarnos con los otros en comparación con otras sociedades en el mundo. Es necesario aceptar las diferencias y la diversidad. Esto significa no exigirle a un joven Y que se movilice por los mismos mecanismos que las otras generaciones tenían a esa edad. No es tarea fácil para ninguna generación entender esto. Es importante que todos comprendan que las diferencias potencializan el desarrollo del negocio y que es sumamente importante integrar las visiones y esfuerzos

para desarrollar el negocio. Es necesario correr la barrera de los prejuicios y las descalificaciones, y desarrollar contextos para potenciar habilidades existentes.

Es tarea complicada pero necesaria ayudar a las organizaciones a dejar de lado los prejuicios. Cada integrante de una organización trae consigo, debido a su educación, historia y familia, algunos prejuicios, pero también diferentes potencialidades. Al recortar prejuicios y maximizar potencialidades, se incluye de manera más efectiva a cada uno de los integrantes sin importarnos de qué generación se trate. Es preciso comprender que liderar implica convertirse en un servidor y facilitador de los procesos de nuestro equipo, otorgando y analizando en forma continua la mejor manera de acercarle herramientas para la consecución de sus logros. Integrar es la fórmula, pero para eso el líder debe generar espacios de interacción simétricos que fomenten la complementariedad.

La Generación Y es, hace ya unos años, materia prima de un proceso de profunda disección analítica por parte de académicos, estudiosos y empresas. Por simple curiosidad o realista preocupación, esta situación no es casual para esos jóvenes.

Sus únicas características, y las del mundo en el que navegan, están llamadas a originar una explosiva mutación genética. La producirán en la identidad de las organizaciones en tiempos en que los creadores de sus pilares fundacionales, los exitosos *BabyBoomers*, comienzan a retirarse.

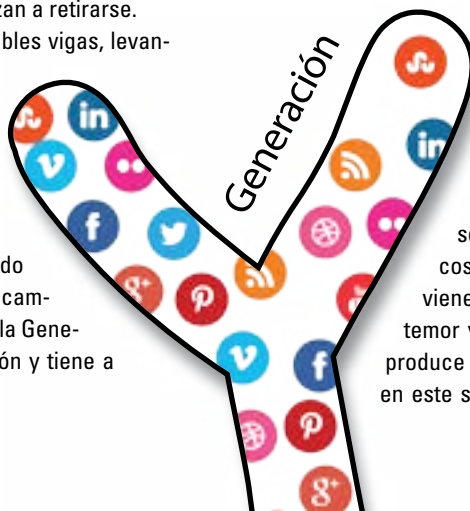
Las antiguas y estables vigas, levantadas por la caudalosa generación de posguerra, comenzaron a ser fuertemente cuestionadas por la flamante camada que ingresa al mercado laboral. Se trata de un cambio de signo que tuvo a la Generación X como transición y tiene a la Y como protagonista.

Parafraseando a un gran filósofo, Zygmunt Bauman, hoy todo lo sólido se desvanece en el aire. Esta es la principal característica positiva de un nuevo mundo maleable, cambiante, casi líquido del que emerge la *updated gen* como la he dado en llamar. En este contexto histórico social, los Y parecen ser los únicos preparados -por las cualidades de su natividad- para sumergirse en la impredecible marea social. Es por eso que entender e integrar a la Generación Y se convierte en un desafío extremo para toda organización que considere a la incorporación y retención del talento humano la piedra basal, no sólo de su estrategia-éxito, sino también de su exclusiva supervivencia.

Sabido es que el mito suele endurecer la visión, y desde ese espacio empobrece las estrategias. La Generación Y ha sido mitificada desde una definición que rígida es "peligrosa". Se la define mediante lo que podríamos denominar las "tres I": son impertinentes, infieles e irrespetuosos. Pero, ¿cómo se explica tal arbitraria y vaga clasificación? Se trata de una concepción que se consolidó a lo largo de muchos años y a través de la mirada de los otros.

¿Qué otros? Nuestros padres, nuestros jefes, y serán nuestros hijos. Básicamente se trata de una construcción elaborada desde antiguas generaciones sobre la cual la Generación Y se ha edificado y cargado de "otras miradas". Como todo prejuicio, la mirada de los otros no está exenta de

diferentes bagajes sociales que les son propios con su moral, su ética y sus valores. Pero, por sobre todas esas cosas, esa mirada viene empapada por el temor y la sospecha que produce lo desconocido. Es en este sentido que el mito



se convierte en una respuesta ciega -casi una fe- que ofrece soluciones fáciles a un mundo nuevo. Ese entendimiento precario del otro -para no llamarlo lisa y llanamente desconocimiento- nace, como dijimos, del miedo a la verdadera comprensión de los límites que nos impone la llegada de la nueva generación a un conocido viejo mundo en el que nos movemos las antiguas generaciones. En este escenario podría decirse que la Generación Y es paladín de un cambio que nosotros no entendemos. Un nosotros como los guardianes de una estabilidad que ya no existe.

Citando a la conocida teoría de Thomas Kuhn, todo cambio de paradigma está precedido de una crisis. En definitiva, la situación descrita produce conflictos, choques o colisiones en casi todos los ámbitos de la vida en la que los actores de las diferentes generaciones interactúan: la casa, el club, la iglesia, el templo y, sobre todo, el trabajo en las organizaciones. Los deseos y necesidades en la vida de la Generación Y son muy diferentes a los de la Generación X o *Baby Boomers*, que trabajamos de otra ma-

nera, con diferentes herramientas y valores que ellos. Y es en los contextos en los que interactuamos, que el sentimiento que suele aflorar entre nosotros es la amenaza. Cuando nos preguntamos por qué, debo responder como eje de razón que aún en este mundo perduran los mitos, como ha sucedido a lo largo de los siglos.

Mi propuesta es intervenir la realidad bajo una hipótesis de que habrá un nuevo camino y exigirá cuestionar esos mitos. Activada la acción, hallamos una inquietante revelación: la Generación Y hará del mundo y del trabajo un lugar mejor.

¿Qué es lo que hace de este conjunto de jóvenes algo diferente a lo existente? ¿Algo especial? Más allá de superficiales características algo desaliñadas -siempre desde el punto de vista del otro- lo que realmente los define es que son la primera generación de *updated gen*, nacidos en una era en la que el mundo es dominado por el cambio constante. Son también, en ese sentido, los primeros nativos digitales. Hijos de una época donde Internet y sus dispositivos asociados son auge. Se trata de jóvenes gobernados por la

actualización permanente, la inmediatez y un borramiento de límites espaciales y temporales. Para ellos nada es imposible, todo es ahora y no hay cosa que dure toda la vida.

Los directivos de hoy deben entender que las características de esta nueva generación -como consumidora o productora- tienen un impacto en el negocio. Esta generación está cambiando la manera de trabajar, lo que desafía las viejas -y hasta ayer exitosas- fórmulas. Se crean resistencias al cambio, pero hay que romper paradigmas y abrir la mente antes de que sea demasiado tarde.

Hoy desde Humanbrand, como consultor en recursos humanos, ayudo a las organizaciones a entender cómo convivir entre las diferentes generaciones, sabiendo que cada una tiene algo para sumar y que, desde la diversidad, lo diferente suma valor. Éste es un camino que continúa, ya que debemos prepararnos para atraer y retener a las nuevas generaciones. ¿Será ya hora de pensar en el nuevo desafío? ¡La Generación Z está arribando!

