

BABY BOOMERS

RETOS EN UNA SOCIEDAD DIGITAL



Una escena de antología de la multipremiada serie de tv “Familia moderna” es cuando el patriarca Jay Pritchett (interpretado por el genial Ed O’Neil) le pregunta su hija a quien llamaba por videollamada: “¿Tú que haces en mi teléfono?” luego de una toma donde mostraba su oreja. Esta escena simple y cómica representa lo que significa para los nacidos entre la post II Guerra Mundial y el asesinato de J.F. Kennedy vivir en un mundo al que no están acostumbrados.

Y es que desde la década de los 80’s, con el desarrollo de la Tercera Revolución Industrial (o la Informática), poco a poco a esta generación le estaba costando seguir el paso a los avances

en tecnología y, como consecuencia de ésta, a los cambios en la sociedad. Con la inminente Cuarta Revolución (la Digital) esta distancia se hace mayor y se vuelve inalcanzable para un “Boomer” promedio.

Pero bueno, ¿es que eso significa que llegó el momento de convertirse en pieza de museo? La respuesta es sencillamente: NO.

La reticencia de los “Boomers” con la tecnología se da esencialmente porque quieren que lo nuevo se adapte a sus costumbres, cuando la realidad nos dice que esto no es así. La tecnología posibilita que las cosas se den más rápido y con ello la misma

sociedad se acelera. Un ejemplo de ello se da en la mensajería: Pasamos del correo postal al electrónico y ahora a la instantánea. Ya no tenemos que esperar nosotros (tampoco quien nos envió el mensaje) días ni minutos, todo es en segundos, así que la respuesta también va a velocidad.

No es fácil quitarse la costumbre de comparar (el clásico “en mis tiempos...”) en donde las situaciones de antaño y añoranza superan las actuales (y no se ven logros como el aumento de la expectativa de vida, la casi eliminación completa de la polio o que ya no entregan los alimentos envueltos en periódico). Esta actitud lo que hace es justificar lo anterior como “bueno” y lo que aún nos es desconocido como “malo” y envuelve a quien lo dice en una burbuja.

Un “Boomer” en su juventud debía de saber arreglar su auto y ser capaz de darle mantenimiento por sí mismo. Al casarse no había refrigeradora, cocina o sanitario que no haya pasado por sus manos primero para repararse. Por ello no concibe que la generación actual llame a un técnico para repararlo o, peor aún, compre uno nuevo de reemplazo. Si formas parte, o tienes a “Boomers” en casa, aquí vienen algunos consejos (so pena que digan “a los de mi generación nunca nadie daba consejos...”):

1.Mente abierta. Recibe lo nuevo con interés y sin querer que se adapte a tus costumbres. ¿Se han dado cuenta lo fácil que resulta a un bebé manejar una Tablet? No es porque haya llevado un curso de 9 meses. Se debe a que su mente no está anclado a patrones anteriores y las aplicaciones son (y deben ser) intuitivas.

2.Ser curioso. Siempre hay algo nuevo y se refleja más en estos tiempos. Cada vez salen tantas cosas nuevas (y desaparecen otras) que lo hoy es antiguo mañana. Esto es lo fascinante de esta era.

3.No ser “técnico”. Así como el auto no está para que lo arregles sino para que lo disfrutes, lo mismo ocurre con los avances. No entras al mundo digital para ser desarrollador, sino para ser consumidor (pero si logras ser desarrollador de contenido o de aplicaciones “estás en otro level”).

4.Beneficiarse de los avances. El “viejo” Facebook tiene 18 años y es la plataforma favorita de los mayores de edad (los más jóvenes utilizan otras) especialmente porque da la oportunidad de volver a conectar con viejos amigos (del colegio, del barrio, de la vida) sin importar la distancia, algo que una carta difícilmente podía cumplirlo. Asimismo, las aplicaciones de salud y bienestar contribuyen a una vida sana o en paz. Y demás está decir que en entretenimiento los avances se llevan todas las palmas porque ya no hay que esperar el canal, día y hora para ver la reposición de “Mi bella genio” o “Starsky & Hutch”.

Un detalle interesante es que, aunque usted no lo crea, los desarrolladores toman especial importancia a la generación “Baby Boomer” así como a la “X” (los “ochenteros y noventeros”) debido a que se toman el tiempo para ser más precisos, detallistas y cautelosos, cosas que no se observan en las nuevas generaciones. De esta información obtenida mediante el uso, comentarios y encuestas contribuyen a mantener la calidad y los procesos de las aplicaciones y productos en un mundo altamente tecnológico, veloz y competitivo. ■

La división generacional y el nombre de las generaciones, proviene de las categorías acuñadas por William Strauss y Neil Howe en su libro “Generations: The History of America’s Future, 1584 to 2069”. Cada país usa las categorías de Strauss y Howe para definir las generaciones de su país, según sus características. Recomendamos, tener muy claro, que es una generalización. No debemos estereotipar a las generaciones, ni encasillarlas según estos conceptos.

GENERACIÓN	Gen. GRANDIOSA	Gen. SILENCIOSA	BABY BOOMER	Generación “X” - Gen. PERDIDA	Generación “Y” - MILENIALS	Generación “Z” - CENTENIALS	Generación “T” - Generación ALPHA
Marco temporal estimado	1919 - 1934	1935 - 1948	1949 - 1969	1969 - 1980	1981 - 1993	1994 - 2009	2010 - 2025
Circunstancia Histórica	Conflictos bélicos	Conflictos bélicos	Paz y explosión demográfica	Crisis del petróleo, dólar ya no regido por el patrón del oro	Inicio de la digitalización	Expansión masiva del Internet	Dominio del Internet y desarrollo tecnológico rápido
Rasgo de personalidad característico	Glamour	Austeridad	Ambición	Obsesión por el éxito	Frustración	Irreverencia	Innovador
Competencia Digital	Pre digital	Mezcla de curiosidad y temor a lo digital	Migración de lo análogo a lo digital	Tecnología análoga y evolución temprana a lo digital	Nativos digitales, inicio de internet y digitalización	Digitales innatos, infancia directa a internet	Digitales innatos al 100% (smartphones, tablets, pantalla táctil)
Rasgos generacionales	Son fieles a las marcas	No crecieron con herramientas tecnológicas	Adaptables al cambio. Trabajo importante. No toman decisiones a la ligera. Analizan en qué invertir su dinero. Creen en recomendación de persona a persona	Generación en transición. Se le conoce como generación pérdida. Son reflexivos y se cuestionan. Aceptan normas de tecnología y conectividad.	Multitasking. Priorizan la calidad de vida. Emprendedores. Utilizan redes sociales activamente. Apego y dependientes del smartphone y wifi.	Prefiere lo visual. Ávido de vivir momentos únicos. Impatientes: buscan resultados inmediatos.	Cientes y consumidores del mañana. Individualistas y comunicativos. Cómodos en entornos colaborativos y multidireccionalidad.
Inventos que marcaron su vida	Automóvil	Radio	TV	Computadora Personal	Smartphone	La Realidad Virtual (VR), la Realidad Aumentada (AR), la Realidad Mixta (MR), y las relaciones entre ellas.	Potencial para usar la Realidad Virtual (VR), la Realidad Aumentada (AR), la Realidad Mixta (MR), y las relaciones entre ellas.
Figura Icónica	Gabrielle Chanel	Humphrey Bogart	Nelson Mandela	Mickael Jackson	Stephen Hawking	Steve Jobs	Elon Musk
Red social	Facebook	Facebook, WhatsApp para comunicarse con los nietos	Facebook, Fb messenger, WhatsApp, Line, Meetic, LinkedIn, YouTube	Twitter, Facebook, WhatsApp, Line, LinkedIn, YouTube	Twitter, WhatsApp, Line, Instagram, Tik Tok, Tinder, YouTube	Instagram, Tik Tok	Instagram
Medio de comunicación	Telégrafo	Telégrafo, carta postal	Teléfono, redes sociales	E-mail, SMS, redes sociales	E-mail, SMS, redes sociales	Redes sociales (uso constante de emojis)	Redes sociales (uso constante de emojis)