

GENERACIÓN



¿CÓMO SON LOS HIJOS
Y ALUMNOS DEL SIGLO XXI?

José María Bautista



GENERACIÓN



¿CÓMO SON LOS HIJOS
Y ALUMNOS DEL SIGLO XXI?

José María Bautista

EDUCAR



Diseño: Estudio SM

© 2015, José María Bautista Guadalupe

© 2015, PPC, Editorial y Distribuidora, SA

Impresores, 2

Parque Empresarial Prado del Espino

28660 Boadilla del Monte (Madrid)

ppcedit@ppc-editorial.com

www.ppc-editorial.com

ISBN 978-84-288-2827-7

Depósito legal: M-6.461-2015

Impreso en la UE / *Printed in EU*

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra sin contar con la autorización de los titulares de su propiedad intelectual. La infracción de los derechos de difusión de la obra puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (arts. 270 y ss. del Código Penal). El Centro Español de Derechos Reprográficos vela por el respeto de los citados derechos.

ÍNDICE

CAMBIO DE PARADIGMA, Teresa Duch Rodés	7
LIDERAZGO COMPARTIDO, Marta Romo	10
DE LA GENERACIÓN INDEFINIDA A LA GENERACIÓN	
DE ALTA DEFINICIÓN	13
Nuevas escuelas, nuevas familias, nuevas empresas	14
Generación <i>boomer</i>	17
Generación X	18
Recetario de urgencia	21
¿Cómo leer este libro?	22
1. GENERACIÓN TRANSRACIONAL	25
1. Generación <i>dj</i>	25
2. Generación caos	29
3. Generación «gamificada»	32
4. Generación hipertextual	39
5. Generación divergente	44
6. Generación ultrarrápida	45
7. Generación de la identidad	51
8. Generación <i>free</i>	54
9. Generación transparente	59
<i>Recetario de urgencia para convivir con la</i> <i>generación transracional</i>	63
2. GENERACIÓN APP	68
10. Generación táctil	68
11. Generación multipantalla	71
12. Generación con viejas tecnologías	79
13. Generación de la disrupción	83
14. Generación <i>geek</i>	92
15. Generación wifi	100
16. Generación móvil	104
17. Generación mediática	107

18. Generación poslibro	112
<i>Recetario de urgencia para convivir con la</i>	
<i>generación app</i>	119
3. GENERACIÓN DEL AUTOAPRENDIZAJE	124
19. Generación de la auto-organización	124
20. Generación multitarea	126
21. Generación wiki	132
22. Generación p2p	137
23. Generación automotivada	142
24. Generación emprendedora	146
25. Generación <i>flipped</i>	151
26. Generación algoritmo	156
27. Generación personalizada	160
<i>Recetario de urgencia para convivir con la generación</i>	
<i>del autoaprendizaje</i>	165
4. GENERACIÓN SOCIAL	169
28. Generación geolocalizada	169
29. Generación <i>social-media</i>	173
30. Generación Twitter	176
31. Generación TED	181
32. Generación nodo	184
33. Generación aumentada	189
34. Generación <i>cloud</i>	193
35. Generación <i>networking</i>	197
36. Generación indignada	202
<i>Recetario de urgencia para convivir con la</i>	
<i>generación social</i>	205
FIN	210

*Para Angie.
Inspiración de mi vida.
Gracias por ser tan buena,
tan lista y tan importante*

CAMBIO DE PARADIGMA

Hay cosas que no se buscan, simplemente se encuentran. Soy Misionera Hija de la Sagrada Familia de Nazaret y actualmente estoy viviendo en Australia, donde hemos comenzado a abrir nuevos caminos de evangelización y a dar a conocer nuestro proyecto educativo.

Cuando cae en mis manos un libro que insiste en la idea «cuida de las personas, no dejes que se vayan», y voy viendo que en la vida todo depende de las personas, tanto en la familia, en la escuela, como en el ocio y el trabajo, entiendo que hay que acercarse a nuestros niños y jóvenes, hablar su lenguaje y no perder a nadie en el camino para construir un mundo mejor para todos.

Hoy la educación ha de hacer posible *que las personas crezcan de manera feliz*. Pero para conectar con estos jóvenes de hoy necesitamos cambiar de paradigma mental. Tras la lectura de *Generación Y*, y junto a los más de veinte años de experiencia docente con niños y jóvenes, considero, al igual que el autor, que hay unos factores que permiten optimizar a las personas:

1) *Los sentimientos*, no las emociones, que tienen una percepción más externa. ¿Sabemos los educadores qué siente un alumno cuando está en el aula, cuando no entiende algo, cuando ha cortado con su mejor amigo, cuando se compromete a vida o muerte con unos temas y no con otros?

2) *El lenguaje*. Si falta la competencia comunicativa no sabemos cómo expresar lo que pensamos, creemos o sentimos, y eso nos lleva a veces a ser violentos, intolerantes o sumisos. Tenemos un serio problema, por ejemplo, cuando no podemos hablar de cosas sobre las que *no* estamos de acuerdo.

3) *Comprender la realidad de nuestro entorno y poder expresarlo*. Las cosas no se comprenden solo por estar cerca de nosotros. A veces pasa que ni siquiera las vemos. Educar la

mirada en el alumno será clave si queremos que la educación sirva para algo más que para formar futuros profesionales.

Educar es *crear condiciones*. ¿Para qué? Para que la persona crezca en tres mundos: razón, sentimiento y voluntad, que le llevarán a ser feliz.

Todos buscamos la felicidad, que se disuelve en tres entornos:

- Una vida agradable, que supone disfrutar de un clima afectivamente rico.

- Una vida de participación en que las personas se sientan aceptadas.

- Una vida de significado en la que vivamos siendo altruistas, implicados con la realidad de la comunidad donde estamos.

Conocí a José María hace años en FERE. Él colaboró en la formación de profesores en el colegio Sant Andreu-Badalona, donde estuve nueve años; he asistido a sus ponencias en diversos congresos de educación, me ayudó de nuevo en la preparación del último Capítulo General de nuestra congregación para hacer un análisis del joven actual. Pero lo que más aprecio es su *amistad*, que se forja y nutre de conversaciones inspiradoras.

Hablar con él es establecer un diálogo del que se puede aprender mucho, en el que se crean momentos significativos y que genera un progreso intelectual.

Siempre valora el aprendizaje continuo y la apertura a nuevas maneras de hacer las cosas.

Para José María, entregarse y dar su tiempo a los demás es su profesión. Cada paso de su vida es un reto, y hoy nos ofrece este interesantísimo libro con la mirada puesta en la gente joven.

Si queremos ver este mundo necesitamos un cambio de paradigma mental. Este libro concreta con una minuciosidad microscópica cientos de detalles, pero también ofrece una mirada holística que casi nunca se produce en un sector como la educación, donde siempre buscamos las recetas.

Necesitamos nuevos ojos para percibir la nueva escuela, la nueva familia y la nueva empresa.

¿Por qué tienes que leer este libro? Porque, a partir de cuatro grandes ejes: la generación transracional, la genera-

ción *app*, la generación del autoaprendizaje y la generación social, el autor nos marca una ruta de navegación, unas claves para conocer y comunicarnos bien con el joven del siglo XXI. Y no olvidemos que nuestros talentos se adaptan a los retos que encontramos en la vida.

Si queremos cambiar el qué, hemos de cambiar los cómo –dice José María–, y no vende optimismo, transmite esperanza, no desaprovecha ninguna oportunidad y forma parte del futuro.

José María pertenece a la «clase creativa», que disfruta con lo que hace, que pone en valor su talento y que aporta de manera ingeniosa e innovadora.

Aquí tenemos un manual para adentrarnos en esta generación Y. Si conectamos bien con el joven de hoy, esta generación dará más luz a nuestra vida.

Hoy no se aprende acerca del mundo, hoy se aprende con el mundo.

Recordemos que el aprendizaje es un viaje que dura toda la vida.

Gracias, José María, y felicidades.

TERESA DUCH RODÉS, MN

LIDERAZGO COMPARTIDO

Conocer a José María hace ya unos cuantos años fue todo un descubrimiento. Recuerdo que fue en una cafetería en Madrid, estaban también su mujer y su hija. Conectamos rápidamente, hablábamos el mismo lenguaje y teníamos ganas de transformar el mundo de la educación, las empresas, la sociedad... De eso hace ya mucho tiempo y ningún encuentro con él ha dejado de sorprenderme, siempre con nuevos proyectos entre manos, temas de conversaciones disruptivos y ganas de seguir aprendiendo. Me siento muy afortunada por escribir un prólogo a este libro, porque soy fan de José María y porque el libro es excelente. Es un libro de transformación, de apertura, provocador, dirigido a cambiar directamente nuestros paradigmas.

Doy fe de que este libro es fruto de mucho tiempo de trabajo; José María se ha dejado la piel. Como en todo lo que hace. Está escrito con todo su cerebro, tanto con el hemisferio izquierdo, que es más lógico y detallista, como con el derecho, que es holístico y creativo. Estoy segura de que saciará la curiosidad de todo tipo de mentes, pues está dirigido a todos los públicos y atiende verdaderamente a la diversidad. Es un libro que practica lo que predica.

Hay un momento en la vida en el que haces clic y dejas de mirar a los más mayores que tú como auténticos carcas, para empezar a mirar a los menores que tú como tremendos inconscientes. Es el momento en el que tu generación es superada por otra diferente y en el que te unes al grupo de los que antes llamabas antiguos. Y ahí te alías con todas las generaciones anteriores para mirar a los nuevos intrusos con ojos inquisidores. Frente a este viejo paradigma sobre la juventud, por el que siempre cuestionamos a los más jóvenes que nosotros, José María nos invita de forma amena y profunda a dirigir una mirada positiva sobre ellos. Nos descubre la cantidad

de oportunidades que nos ofrece la generación Y, y sobre todo nos ilustra sobre los retos a los que nos enfrentamos los mayores ante esta realidad. ¡Me encanta este enfoque optimista de la cuestión! Es una invitación a dejar de sufrir y criticar, para comenzar a disfrutar y a fascinarse por el mundo Y.

Leyendo el libro me doy cuenta de que, en realidad, José María nos está haciendo una invitación a que el liderazgo sea compartido entre generaciones. ¿Acaso compartimos algo? Pues sí. Los valores que subyacen en realidad unen a todas las generaciones, pues pasan por conseguir un mundo mucho más justo y sostenible, solo que ahora la participación y la transparencia son la norma y no la excepción.

Y lo que se está cocinando es grande. No es solo tecnología, es mucho más. Miles de personas en todo el mundo colaboran de forma voluntaria para crear algo juntas. Estas iniciativas reales y radicalmente transformadoras resumen perfectamente el espíritu de esta generación: la colaboración. Compartir es la forma más poderosa de crear valor, y todos estamos invitados a la fiesta. Me he dado cuenta de que yo no me la quiero perder. Para mí, lo más sorprendente es que no es nada complicado; esta generación Y no necesita jerarquía, ni estructura de coordinación formal, ¡ni siquiera incentivos económicos! La motivación ahora parte del deseo de contribuir a una causa común y formar parte de ello. Es mucho más que tecnología, es nuestra necesidad, la primitiva necesidad de todos los seres humanos de comunicarnos y estar conectados con los demás.

Estos jóvenes han creado nuevas formas de comunicación, nuevas reglas, incluso nuevos países virtuales, y se mueven como pez en el agua por este nuevo mundo. Al final han conseguido que la Tierra sea más plana que nunca, que las barreras se vengán abajo. Aunque los mayores todavía no estamos habitando del todo esta nueva realidad, pues estamos con un pie dentro y otro fuera –por si acaso–, lo cierto es que estamos en ello. Necesitamos nuevos mapas para movernos por este planeta... aunque nadie los tiene... En este libro tampoco los encontrarás, pero sí descubrirás las preguntas adecuadas y algunas claves para que tú mismo empieces a caminar y hagas tu propio camino. El reto que tenemos es fascinante, es

una invitación a formar parte de este mundo, participar en su desarrollo, jugar con su transformación y construirlo junto con los Y. Necesitamos dar un salto importante, empezando por la educación. Como dice José María, tenemos escuelas del siglo XIX con profesores del XX y alumnos del XXI. Nuestros chavales demandan más espacio para liberar toda su potencia creativa. Y lo mismo sucede en las empresas, espacios de trabajo que aíslan el talento, con estructuras que frenan el desarrollo, jefes que «jefeán» y no lideran y que todavía no saben lo que se les viene encima.

Menos es más. Agilidad, simplicidad, transparencia, autenticidad... son algunas banderas de este nuevo territorio, suena bien, pero implica mayor madurez y responsabilidad. Estos son los aspectos que debemos reforzar en esta era de multidisfrute e inmediatez. Aunque la generación Y traiga de serie estas demandas, necesita un refuerzo en las bases de su educación para poder afrontarlas en el mundo real. Desde mi punto de vista, esto es nuclear, y aquí tenemos la batuta los mayores: padres y madres, abuelos, maestros, educadores, políticos, líderes... Educar la fuerza de voluntad y transmitir el poder del esfuerzo. Músculos que no se pasarán de moda nunca, músculos que hay que entrenar día a día y desde bien pequeñitos para que nuestros chavales luchen verdaderamente por conseguir sus sueños. Si somos capaces de conseguirlo, podremos estar orgullosos del legado de las generaciones anteriores.

Gracias, José María, por esta invitación, por esta reflexión que compartes y por descubrirme el significado de «fractal» y tantas palabrejas. Cuando termines el libro, querido lector, sabrás de lo que hablo.

MARTA ROMO
socia de Be-Up
fundadora de Neuroclick

DE LA GENERACIÓN INDEFINIDA A LA GENERACIÓN DE ALTA DEFINICIÓN

Que construyas una escalera
hasta las estrellas
y subas peldaño a peldaño,
que permanezcas por siempre joven¹.

Llegó un día, un mes, un año, un tiempo, en el que las cosas empezaron a funcionar de otra manera, de pronto la realidad pasó a ser incomprensible. La escuela, los padres, la economía, la publicidad, dejaron de entender a un grupo de personas que empezaban a formar, como se forman las nebulosas, una nueva generación, la «generación Y». De pronto los adolescentes se comunicaban de otra forma, compraban de otra forma, pensaban de otra forma, sentían de otra forma.

La generación X, la generación de la indefinición, del en-simismamiento, del pesimismo, de lo tribal, dejaba paso a una generación de alta definición, de la comunicación, del optimismo. Todos aquellos que habían criticado la apatía, la falta de entusiasmo de la generación X, tuvieron que cambiar el chip y empezar a criticar el exceso de hiperactividad, de pantallas, su lenguaje soberbio, directo, sin tapujos, cargado de tanta asertividad, que insultaba a educadores que llevaban una década educando la asertividad.

De repente, el elefante estaba tan cerca de los educadores, de los padres, madres, jefes y empresarios, que no eran capaces de ver que tenían delante un enorme elefante. La cercanía del sujeto, generación Y, lo convirtió en objeto. Todos dejaron de entender por qué hacían lo que hacían. No fueron los sociólogos, sino los publicistas, los primeros en ver que la nueva

¹ B. DYLAN, «Forever young», en *Planet waves*. Sony Music, 1994.

generación ya no consumía con la «X». Empezaron a atar cabos, juntaron las patas, la trompa, los colmillos, y fueron los primeros en descubrir un elefante llamado «generación Y».

Nuevas escuelas, nuevas familias, nuevas empresas

Los tiempos están cambiando.

Venid, padres y madres de todo el país, y no critiquéis lo que no podéis entender. Vuestros hijos e hijas están fuera de vuestro dominio. Vuestro viejo camino ha envejecido rápidamente. Por favor, dejad paso al nuevo camino, si no podéis echar una mano, porque los tiempos están cambiando.

Este era el himno de Bob Dylan, el grito de guerra de una generación etiquetada con el hashtag «#boomer».

Lo que somos, lo que hacemos, os lo debemos a vosotros, los llamados adultos. Estamos ahí, delante de vuestras narices, pero no nos conocéis. Hacemos mucho ruido, pero no nos oís. Usamos colores estridentes, pero no nos veis. Pensamos con el corazón, pero no nos sentís. Escuchamos música con los decibelios exactos para escapar de vuestro umbral de tolerancia, nos levantamos continuamente, molestamos, incordiamos, somos desobedientes, maleducados, superficiales, conflictivos, habladores... dominamos también el arte de la mudez. No, nosotros no somos así, hacemos esas cosas, pero, si quieres conocer nuestro «ser», entonces abre tus poros, tus oídos, todos tus sentidos, porque vas a disfrutar mucho con nosotros.

Somos la generación positiva, tenemos mucho que aprender, nos costará admitirlo, pero también tenemos mucho que enseñar. Por primera vez los hijos enseñan a los padres algo más que el funcionamiento de la TDT.

No sabes quiénes somos, te daré algunas pistas.

Somos la generación transracional. Nuestros mecanismos de pensamiento son distintos, más bien contrarios a los que tú manejas. Preferimos que nos muestres a que nos demuestres, así que no pierdas el tiempo. Los datos, los indicadores, las autoridades, nos resbalan. Mienten. Inténtalo, calla un poco, deja de sermonear, de refunfuñar, y aprenderás a ver con otros sentidos, aprenderás a ver el todo, a ver lo invisible, lo intangible,

lo que genera energía. Sí, es la fuerza de la intuición. ¿A que ahora ya no tienes tiempo para tanta analítica, burocracia y tanta historia? Tú me descubriste *El Principito*, y sí, afirmamos generacionalmente que lo esencial es invisible a los ojos lógicos. La vida funciona con racionalidad, pero con una racionalidad encarnada que llamaremos transracional.

No te empeñes en recetarnos Ritalin para desayunar, comer y cenar, porque no pararemos. ¡No tenemos TDAH! ¡No estamos enfermos! ¡No somos dispersos, distraídos, hiperactivos! Solo queremos ver las cosas de otra manera. Desde parvulario, cada día se nos pide que prestemos atención. Solo es un eufemismo para decirnos que nos estemos quietos, callados, sentados. No sabéis que, cuando decís que nos distraemos, estamos prestando atención a cosas que tú ni siquiera ves. ¿Somos distraídos? No, solo estamos atraídos por cosas que no ves².

Somos la generación *apps*. Aquí sí que me darás la razón. Somos la primera generación en la historia que nacemos ya inmersos en un mundo digital. Qué gracia, seguís llamando «nuevas tecnologías» a las «viejas tecnologías», a eso que para nosotros es la prehistoria de la tecnología. Traemos una revolución wifi, si conectas, bien, si no, allá tú. Haz clic si quieres, si no ya nos veremos. Cómo no vamos a ser *multitasking*, disyuntivos, gasificados, *geek*, hipersexuales, divergentes, con aprendizaje invertido, con el móvil en el corazón, poslibro... Son nuestras circunstancias. Espabila, esto es una mina de oro que está a tu disposición, gratis total. Eres tonto si te lo pierdes. Pregúntate qué sentido tiene todo ese tinglado educativo que tenéis montado. ¿Seguiremos necesitando escuelas en el futuro? Mira, aquí en mi iPhone están todas las respuestas a todas tus preguntas³.

² Parafraseamos a la mayor experta en *mindfulness*, que ha investigado la importancia de educar en la atención, un tipo de atención más cercana a la mente abierta o mente alerta: E. J. LANGER, *El poder del aprendizaje consciente*. Barcelona, Gedisa. 2000, p. 40.

³ Seguimos parafraseando una anécdota real contada por Howard Gardner: H. GARDNER / K. DAVIS, *La generación app. Cómo los jóvenes gestionan su identidad, su privacidad y su imaginación en el mundo digital*. Barcelona, Paidós, 2014.

Somos la generación del autoaprendizaje. Hemos revolucionado las escuelas. ¿Que no estamos motivados? Busca las escuelas que han sabido adaptarse a nuestra forma de aprender y verás una auténtica revolución. Que no, que ya no vivimos en la era de la información. La información a secas no sirve para nada. Vivimos en la era del aprendizaje, del eterno aprendizaje, que sí, será un eterno retorno, pero nunca vuelve lo que fue. Aprende a redefinirte, a reinventarte, o tendrás serios problemas. El mundo está en una autopista, si no te adaptas a su velocidad tendrás problemas. Tú verás, no digas que no avisamos. Lo de la era del aprendizaje también va por ti.

Somos la generación *social media*. Nuestra vida es pura red social. Todo lo inteligente está interconectado. Si eres inteligente y no estás interconectado, acabarás tonto. No hay centro, no hay jefe, no hay dogma. Solo hay nodos, geolocalizados, realidad aumentada, ideas, transparencia, todo gratis, Twitter, siempre Twitter, por ahora, subidos en la nube, interconectados necesitamos equipos, y saber que podemos. Así que no te enrolles, no aguantamos homilías de más de 140 caracteres.

La generación Y conforma ya el 25 % de la masa laboral de Estados Unidos, y en 2020 se supone que pasará a ser el 50 %. Sus actitudes para el trabajo son radicalmente distintas a las generaciones *boomer*, X; sin embargo, las organizaciones apenas han percibido que se les avecina una tormenta generacional de la que dependerá su futuro. Dejen de mirar el balance financiero.

La generación *boomer* y X tenían introyectada una especie de sumisión aprendida. No cuenten con que la generación Y les siga el juego. Cuando un trabajador *boomer* era asertivo, pasaba a sufrir el peso jerárquico de la maquinaria organizacional. Con la generación Y esto no pasará... simplemente se irán a otro sitio donde le traten mejor.

Hay una gran brecha entre lo que la generación Y espera de la escuela, de la familia y de la empresa frente a lo que estas instituciones milenarias puede ofrecer a la generación Y o *millennials*.

Generación *boomer*

El informe *Millennials at work*⁴ designa a la generación Y o *millennials* como los nacidos entre 1980 y 2000. Yo soy más partidario de retrasar estas fechas a 1985-2005. La generación X nació entre 1970 y 1985, ahora tiene entre 30 y 45 años. La generación *boomer* nació entre 1950 y 1970, hoy tiene entre 50 y 65 años. La generación de la posguerra ahora tiene más de 65 años. Ya está aquí la generación Z, con más de 10 años.

Yo soy partidario de estas fechas. Son generaciones universales que se han producido en todos los países de todos los continentes. Todos vivieron la posguerra, todos vivieron el *boom* económico y el *boom* de nacimientos después de la posguerra. La mayoría de expertos sitúa las fechas unos cinco o diez años antes de lo que acabo de anunciar. Opino que, por las circunstancias que han rodeado a nuestro país, aquí estas generaciones llegaron más tarde.

La generación *boomer* acogió en su rebaño a gente dispar. El movimiento *hippy* marcó la revolución moral, sexual, musical, la lucha edípica contra el padre, contra esa cultura Varon Dandy, que les estaba empezando a aplastar. El movimiento de los intelectuales, que llegaban desde la Escuela de Frankfurt, los existencialistas franceses, el *boom* hispanoamericano, que culminó en las revueltas callejeras de mayo del 68, que se convirtieron en inicio, culmen y fin de un movimiento que salió en la foto y pasó a la historia, en todos los sentidos. Enseguida todo recuperó el orden. Llegó la democracia a España o Portugal, pero pronto volvieron las dictaduras a América Latina.

Esta generación se encontró una España en construcción. La generación *boomer* es la que luchó contra Franco y la que luchó contra el hastío que se produjo cuando se quedaron sin enemigo contra el que luchar. La estilización del PSOE y del

⁴ PRICEWATERHOUSE, *Millennials at work. Reshaping the workplace* (2014), en <http://www.pwc.ec/publicaciones/millennials-at-work-res-haping-the-workplace.aspx>.

PCE barruntaba lo que más tarde se llamaría la modernidad líquida.

La generación de la movida, de los años ochenta, movida madrileña, gallega, granaina, barcelonesa, vasca... se dividió en dos, la de «Bailando», la que inició esa revolución formal diseñada para el diseño. Una generación *zombie* que vivía de noche, armados bajos las corazas de la estética pospunk, no en vano su fiesta de iniciación fue la celebración de un funeral, eso que solo los españoles podemos casar, celebrar un funeral, fue el concierto en homenaje a Canito... La segunda generación fue la de «Deja de bailar». Eduardo Benavente había fallecido en accidente de tráfico, la heroína marcó el inicio de lo que sería la generación X, el sida marcó su nudo y la muerte de Kurt Cobain, en 1994, marcó el final de esta generación. La generación de la eterna fiesta nunca pudo dejar atrás la amargura de las raíces existencialistas de su «Calle melancolía», con esa voz arrastrada de Joaquín Sabina.

Generación X

La generación X llegó sin grito de guerra, sin armas, sin proyecto. Su identidad no fue más allá de una X, la nada, no como vacío, sino como plenitud pseudomística, que hacían la contrarrevolución a tantas y tantas palabras de la generación *boomer*.

Con los años hemos podido etiquetar a esta generación invisible, porque lo que no se etiqueta no se guarda en la memoria. Esta generación ha sido generación *grunge*, *indie*, Peter Pan, JASP, jóvenes aunque sobradamente preparados. Son la generación del *walkman*, sus iconos fueron Madonna o Michael Jackson.

Existía desde antes, pero entró en la historia con el libro de Douglas Coupland *Generación X* (1991)⁵, con la película *Reality Bites*, que fue traducida como *Generación X* en algunos países. En España, esta generación fue tristemente inmor-

⁵ D. COUPLAND, *Generación X*. Barcelona, Ediciones B, 1993.

talizada en 1994 con *Historias del Kronen*, libro de José Ángel Mañas⁶ y película de Moncho Armendáriz de 1995, donde se retrata a una pandilla de amigos llenos de un inmenso vacío vital que les conduce a experiencias extremas con las drogas, alcohol, sexo y aventuras de riesgo. No cabe duda de que la generación X inventó el botellón, pero es injusto convertir esta película en el retrato de toda una generación.

Lo cierto es que esta generación murió con esta película. Aunque sus padres, profesores y publicistas empezaron el día de su muerte a enterarse de su existencia. Me quedo con el anuncio del Clio que inventó la etiqueta JASP (Jóvenes Aunque Sobradamente Preparados). Un chico guapo, pero con vestimenta desaliñada, entra en el despacho del director de su empresa. Había pedido aumento de sueldo y su jefe le hablaba de que era necesario sacrificarse y trabajar más. Y terminaba con estas palabras: «Como dijo Kant, hay cosas que, para saberlas bien, no basta con haberlas aprendido». El joven argumentaba que hablaba varios idiomas, que trabajaba el doble de su horario, que había estudiado varias carreras. Cuando se marcha sin conseguir nada, se despide diciendo: «A propósito, la cita es muy buena, pero no es de Kant, es de Séneca». Entonces aparecía el Clio y las siglas JASP.

Esta generación inventa el concepto de «paracultura». El sistema capitalista-consumista acababa de copar todos los estamentos sociales. La cultura del éxito estaba encarnada en aquella lista de los «40 principales», la cultura de los intelectualoides *boomer* había dejado paso a las radiofórmulas, a las modafórmulas en la ropa, los libros, el cine. Ellos inventaron el *indie*, su proyecto era recuperar la autenticidad, para ello tenían que renunciar al éxito. Cantar en inglés, lograr la invisibilidad, renunciar a estribillos en sus canciones, dejar de bailar, dejar de pelear, de vender. Recuperar la tribu, la cultura *hip hop*, música sin música, predicadores sin ornato y un espacio secreto, el parque, la tribu, donde solo puedes entrar si pasas por los ritos de iniciación y hablas con los códigos secretos.

⁶ J. MAÑAS, *Historias del Kronen*. Barcelona, Destino, 2000.

Ellos inventaron la noche como espacio dionisiaco que, durante milenios de historia de la humanidad, siempre ha sido el único proyecto subversivo y revolucionario contra la pureza farisaica del poder apolíneo.

El *grunge* al final se redujo a ponerse vaqueros rotos, sucios y descoloridos, como signo de lucha contra el perfeccionismo de los *yuppies*. En buscar la independencia y la rebeldía con un tipo de música que se llamaba *indie rock*, para luchar con el mercadeo que rodeaba el mundo de las discográficas. Los *yuppies* eran la imagen de la vergüenza. Habían sido sesentayochistas, *hippies* o progres a finales de los años sesenta y en la transición (1968-1978) o habían sido ochenteros de las distintas «movidas», principalmente la madrileña, la gallega y la catalana (1978-1988). Ambos grupos son lo que hemos llamado desde el principio generación *boomer*.

Pero negar la lógica del éxito es muy duro, pocos resistieron. El *grunge* entró en los «40 principales». Nirvana, Pearl Jam, Smashing Pumpkins se convirtieron en número uno. El *britpop*, Oasis, Blur, The Verve, Pulp, Placebo, Supergrass, convirtieron en *singles* todos los temas de sus álbumes.

Todos los *indies* españoles, Australian Blonde, Los Planetas, Surfin' Bichos, El Niño Gusano, Sexy Sadie... ficharon por multinacionales.

Todos los *indies* acabaron como nuevos números uno de las radiofórmulas: Oasis, Blur, Nirvana, Massive Attack... El *New Musical Express* creó una lista *indie* con las mismas características que las de las radiofórmulas. La mayoría de estos grupos acabó viajando en limusina, firmando autógrafos y con sus vídeos en la MTV.

La estética *grunge* fue adoptada por todos los diseñadores del momento como el patrón, su música acabó de sintonía de la mayoría de los anuncios publicitarios, las masas ridiculizaron el feísmo del *grunge* reduciéndolo a llevar unos vaqueros rasgados y desteñidos.

Al final fueron derrotados por el sistema. Rebelarse vende⁷, y todos los modistos pasaron a hacer *grunge*, todas

⁷ J. HEATH / A. POTTER, *Rebelarse vende. El negocio de la contracultura*. Madrid, Taurus, 2005.

las discográficas, todas las agencias de publicidad, todas las supermarcas, las películas... Fueron engullidos por el sistema. Se hicieron mayores y llegaron al mercado laboral, pero el chiringuito estaba lleno. La generación *boomer* arrasó las escuelas, las universidades y el mercado laboral. Ahora tenemos una subgeneración «ni-ni», que ni estudia ni trabaja. Son los que eran jóvenes, pero no estaban sobradamente preparados.

Al final, esta generación se ganó el *badge* «X», y en el imaginario pudo más *Historias del Kronen*, la degeneración de la tribu y la noche del botellón, las drogas y la violencia. Demasiado injustos.

Los adultos se preocupaban compasivamente por la salud de esta generación. Pero su problema no era sanitario, sino un problema metafísico, derivado de su X, su falta de identidad.

En Estados Unidos marcaron la fecha de 1994, fecha del suicidio de Kurt Cobain, como el final de esta generación. A mí me gusta más 2001, la fecha del lanzamiento del iPod, como inicio de lo que sería la generación Y.

Años más tarde, esta generación tribal dejó la pastilla y tomó la Bastilla, las plazas de las principales ciudades del mundo y los *hashtags* de todas las redes sociales. Su proyecto X se convirtió en #indignados, pasó por miles de manifestaciones, que todos creían estériles. Hasta que en las elecciones europeas de 2014 los invisibles se confabularon en un nuevo proyecto: #podemos. Una nueva forma de hacer política, de gobernar, de escuchar a la calle, de dialogar y debatir, de tomar decisiones, de hacer campaña, de tratar a los bancos, a los corruptos, a los políticos. ¿Movilización emocional, como dice Bauman? La X parece empezar a despejar las incógnitas.

Recetario de urgencia

Cuando pedís recetas, pedís un imposible. La clave no está en usar música, powerpoint, colores, etc.

Las escuelas, empeñadas en cambiar la metodología, la publicidad en cambiar el envoltorio. El cambio no puede venir por un retoque formal.

El cambio llega por un cambio de paradigma, que no es más que un cambio de estética coherente con un cambio de ética. Los discursos no se los cree nadie.

Pero el primer peldaño, si quieres cambiar el qué, es cambiar los cómo, porque en los cómo está hoy día la ideología. Esto es muy fácil:

- Ante la generación Twitter: no hables más de tres minutos.
- Ante la generación google: no hables, hazles buscar, investigar, pensar.
- Ante la generación *multitasking*: fomenta el *mindfulness* desde su mente abierta y alerta.
- Ante la generación hiperactiva: no dejes que se sienten.
- Ante la generación hipertextual: salta de un enlace a otro, de una perspectiva a otra, no seas unidimensional.
- Ante la generación de las redes sociales: hazles aprender en grupo.

Cambia los colores, la arquitectura, las cortinas, lámparas, paredes, música, parábolas...

¿Es difícil cambiar esto? No, claramente no. En teoría, completar un cambio global de una organización, colegio o comunidad no lleva más de seis meses. El problema duro es otro: no se puede hacer esto sin cambiar de paradigma mental.

¿Cómo leer este libro?

Pues como quieras. Pero te recomiendo que te hagas un «rayuela». Es decir, que cojas el índice, que lo utilices como tu GPS, pero respira, hagas lo que hagas te perderás.

Si no te pierdes es que algo no está saliendo según lo previsto, no por mí, sino por cualquier proceso de aprendizaje y de cambio.

No sufras, disfruta de este mundo y de esta generación. Todas las palabrejas que no conozcas enseguida pierden el halo del extrañamiento y la segunda vez que las lees ya no podrás catalogarlas como nuevas. Entonces empezará a ver palabrejas como «fractal» por todas las webs, libros, cursos...

Este libro no es fruto de la improvisación, está milimétricamente estructurado, tanto con el hemisferio izquierdo-lógico como con el hemisferio derecho-holístico.

Ve al índice y verás cuatro grandes paradigmas que marcan la identidad de la generación Y. A su vez, cada uno está diseminado en nueve microparadigmas, que se convertirán en tus herramientas para conectar con esta nueva generación:

- Generación transracional: dj, caos, gamificada, hipertextual, divergente, ultrarrápida, identidad, *free*, transparente.
- Generación *app*: táctil, multipantallas, viejas tecnologías, disruptiva, *geek*, wifi, móvil, digital, poslibro.
- Generación del autoaprendizaje: auto-organizada, multitarea, wiki, p2p, automotivada, *flipped*, algoritmo, personalizada.
- Generación social: geolocalizada, *social-media*, Twitter, *ted*, nodo, aumentada, *colad*, *networking*, indignada.

Al final de cada capítulo encontrarás migas de pan para que redescubras el camino de vuelta a casa o a tu escuela. Ofrecemos un «recetario de urgencia» para educar en este paradigma transracional, *app*, del autoaprendizaje y social, no sé si a tus alumnos o hijos, no sé si a ti mismo y a tu equipo.

GENERACIÓN TRANSRACIONAL

Después de quinientos años bajo el paradigma del libro, doscientos bajo la era ilustrada y cien bajo la era industrial, llegó la era de Internet, que destronó al libro, la era líquida que acaba con la era sólida o industrial.

Sin embargo, casi como un acto de rebelión, cuando todos aventuraban una era de *zombies* vivientes, conectados por cables, autistas sumergidos en sus pantallas, de repente el *software* que gobierna esta era del *hardware* es un *software* tranraccional, no mueven los resortes existenciales, simbólicos y creativos.

Así es como la era tranraccional cierra la lógica de la era ilustrada.

La generación Y es tranraccional porque piensa sintiendo, con los sentidos y con los sentimientos, porque piensa con circuitos cerebrales contrarios a los nuestros, y su método para explorar la realidad es prácticamente el contrario al que usan sus padres y abuelos.

1. Generación *dj*

«¿Quieres ver el mundo? Mira, está debajo de tus pies»¹.

La generación de nunca jamás, la generación Peter Pan, la generación X, la generación que no quería crecer porque no le gustaba el futuro que sus padres, la generación *boomer*, les estaban dejando... deja paso a la generación Y, la generación del milenio, del mañana, la generación *Tomorrowland*.

La generación X no quería crecer, la generación Y quiere hacerse mayor antes de poder sostenerse en pie, una generación que aprende a usar el iPad antes que a hablar.

¹ FITO & FITIPALDIS, «Cerca de las vías», en *Los sueños locos*. Dro East West, 2001.

La generación sobreprotegida deja paso a una generación hiperprotegida, que no quiere protección, sobreprotección ni hiperprotección.

La generación que no quería crecer deja paso a una generación que quema etapas, que entra en Tuenti cinco años antes de tener la edad legal para hacerlo, que dirige revistas antes de ser adolescentes, que da conciertos de violín antes de terminar Primaria. Una generación que no aprende escuchando a los adultos, sino buscando, experimentando, equivocándose y, la mayor parte de las veces, descubriendo la solución antes que sus propios padres.

La generación *indie*, de la noche, anticomercial, deja paso a una generación soberbia, que se cree dueña del futuro, que aún no ha aprendido a mirar por encima del hombre, porque por ahora mira p2p, de igual a igual, porque sabe que los gobiernos, las jerarquías, los jefes, los mandos, las sentencias... son totalmente cuestionables.

Pero el mundo de la pluralidad ha dejado de caer en el relativismo. Solo son relativos los que afirman que nada es relativo, porque ellos se creen poseedores de la única verdad.

En el mundo horizontal nadie posee la única verdad, pero la hiperconexión impide el relativismo moral. Todo se sabe, se comunica, se juzga.

Han nacido en un tiempo que mira al mañana. Sí, no saben vivir el presente. Tampoco lo saben hacer las generaciones que ellos ven como «viejunas», que no hacen más que mirar al pasado para mirar al presente.

Entre una generación que no entiende cómo funcionan los smartphones y una generación que vive en el sueño, sueño por cambiar el último modelo de iPhone, las últimas AirMax, la última actualización de Twitter, el último Snapchat... Por unos y por otros, la casa sin barrer.

Así entra la generación *dj* en el mundo *Tomorrowland*, la mayor concentración de *djs* de la historia. Miles y miles de tiendas de campañas, cientos de horas de música, luces, confeti, brazos en alto, decibelios...

Se apaga el sol, se encienden los focos. No es música, lo primero que sientes es algo vivo en tu vientre. El sonido es