



Agosto 2010

DE LA GENERACIÓN NI-NI HACIA LA GENERACIÓN SI-SI, EL GRAN SALTO DENTRO DE LA SOCIEDAD EN LA GLOBALIZACIÓN CONTEMPORÁNEA

Antonio Castelàn Valdivia

acasteva@hotmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Castelàn Valdivia, A.: *De la generación ni-ni hacia la generación si-si, el gran salto dentro de la sociedad en la globalización contemporánea*, en *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, agosto 2010. www.eumed.net/rev/ccss/09/acv.htm

Resumen:

Es un breve análisis sobre la llamada generación NI-NI (ni estudian ni trabajan) denominada así por los psicólogos sociales, este artículo lo vemos dentro de un enfoque del área económico /administrativa ya que como es de esperarse es un nicho de mercado que maneja una economía subterránea muy importante, amen de rendimientos muy superiores a los esperados que las compañías pueden decir; en esta generación de caracteriza porque son personas que van al día en la tecnología sin embargo en la calidad de comunicación humana no son tan aplicados y deciden frecuentar todos juntos sus miedos y alegrías dentro de sus grupos sociales, hacemos también mención de otras tribus que al parecer son grupos sociales mas radicales, estos son los "emos", "darkmen", sin embargo todos ellos se sitúan dentro de la primera década de este siglo, modelos a seguir con costumbres diferentes sin embargo financieramente son personas que se auto emplean en sus necesidades y vicios que aparentemente no son tomados en cuenta, pero sin embargo las distintas cadenas electrónicas o televisoras no los dejan ir tan fácilmente; vemos aquí en cómo a crecido como un movimiento orillado a desempleo o marginación social, o simplemente discriminación, la falta de empleos y las constantes movimientos mundiales económicos los orilla a auto emplearse.

It is a brief analysis on the call generation NI-NI (neither they study nor they work) denominated thus by the social psychologists, to this we see it article within an approach of the economic area /administrative area since like it is to be expected is a niche of market that handles a very important underground economy, except for yields very superiors to the hoped ones that the

companies can say, are people that go to the day in the technology in the quality of human communication so are nevertheless not applied and decide to frequent all together their fears and joys within their social groups, we also mention other tribes that apparently are social but radical groups, these are the “emos”, “they darkmen”, etc. nevertheless all of them are placed within the first decade of this century, models to follow with different customs nevertheless financially are people who car are used in their needs and vices that are apparently not taken into account but nevertheless the different electronic chains or television transmitters do not let them go so easily; we see here in how grown like a movement bordered unemployment or social marginalization, or simply discrimination, the lack of uses and the constant world-wide movements borders economic them car to be used

Cuántas veces hemos oído en esta década a punto de concluir que se le denomina la generación NI-NI (Ni estudian Ni trabajan), esto se esta dando no solo en México, sino es una problemática a nivel mundial, es posible que los tiempos de incertidumbre económica sea un detonante de esta última década iniciando con los atentados del 11 de septiembre hasta la crisis de las hipotecas “subprime” pasando por efectos en todas partes del mundo como el cacerolazo en Argentina, sin embargo lo que se percibe es que el ambiente no es problema para tener una actitud de negatividad porque hoy en día esa generación esta preparada para fines informáticos mas que cualquier otra, eso también a generado una baja autoestima dentro de las personas ya que al estar ocupado con otras actividades que no son acorde al entorno laboral, como es el uso del twitter, facebook, messenger por mencionar algunos, descuidan sus prioridades con relación a su edad aplicada, no lo es en igual proporción con el tiempo que se le dedique a buscar un trabajo o como antes se decía “a tocar puertas”; cuando hablamos de autoestima debemos de tener en cuenta que se trata de un todo desde la presencia, actitud y disponibilidad al cambio, este último es el que debe de ser detonante para esta generación, ya que uno observa por las calles en diversos países a estudiantes que no se preocupan por el problema a largo plazo, también es cierto que las crisis serán ahora mas estrechas y mas recurrentes allí es donde el joven NI-NI debe de saber atacar; los estudiosos de los cursos de superación personal te invitan a que en tiempo de crisis son tiempos de oportunidades. Sin embargo tenemos otros factores detonantes como es el aislamiento y el aceleramiento de las tecnologías de información, esto va a repercutir a que como individuo se acerque mas a la colectividad técnica pero se aleje mas del trato con el mismo individuo, otro factor que es para observar dentro de esta generación es la juventud de los padres, actualmente vemos que muchos adolescentes aún no terminan la escuela y son padres de familia eso es en medida tanto a la falta de comunicación con sus padres así como también con su entorno escolar, entorno en servicios, pero sin embargo a la tribu social con que el estudiante se identifique será detonante de su futuro.

Como sabemos se manejan varias denominaciones a las que se les llama tribus sociales o sectores característicos, todos ellos tienen algo en común la negación al gobierno, tenemos tribus que no son radicales como los famosos llamados “emos” hasta las que son agresivas y que vienen con afectaciones directas hacia otro individuo como las “dark”, sin embargo estos últimos no son un problema de esta década son problemas y vertientes que se están arrastrando desde el siglo pasado y solo esperan ver el momento para lanzar toda la furia contra el entorno capitalista que es el que rige a nuestras economías actualmente.

Sin embargo para saber y conocer algo sobre esta generación NI-NI debemos de tomar varios puntos en paralelo, que a continuación se mencionan:

1. Los NINI, antecedentes históricos

La generación NI-NI tiene su primera aparición dentro de la prensa Europea aparentemente y es catalogada como jóvenes entre los 14 y 21 años de edad surgiendo aproximadamente en la primera década del siglo XXI, aquí en México se a dado este fenómeno mucho antes pero no había sido catalogado a tal modo para caso de estudio y este se da aproximadamente en la década de los 80's y en los 90's, recordemos que estas décadas en México estuvieron marcada por sucesos trascendentales en la economía como son: la apertura en 1982 a la globalización con la incorporación al GATT (General Agreement of Tariffs and Trade), en 1985 con el terremoto en la Ciudad de México y al año siguiente con un evento internacional el campeonato de Fútbol, la siguiente década con la firma y entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio (NAFTA), el movimiento zapatista y el asesinato de un candidato a la presidencia por el partido oficial gobernante hasta ese momento y llegamos al nuevo milenio con la sorpresa de cambio de partido en la presidencia, una campaña mercadológica impresionante que dio como resultado la elección mas concurrida en la historia de las votaciones y la entrada de un partido considerado de derecha hasta ese momento al poder, con la llegada de Vicente Fox Quesada en el año 2000 y bajo un contexto de bienestar y empleo para todos se tuvo esa expectativa sin embargo no generó los empleos que había prometido durante su campaña por factores de índole interno-externo y a eso le sumamos una inexperiencia para coordinar un país, el resultado se hace desastroso sin embargo ese sexenio tuvo casi la mesa puesta para poder cumplir la meta ya que el precio del petróleo llegó a situarse en mas de 100 us. por barril, cantidad nunca antes vista en la historia, hay que recordar que esa década a nivel internacional y con nuestros principales socios comerciales se dieron conflictos de índole terrorista (atentado a las torres gemelas en E.U.A.) y una reactivación de su economía de guerra que se estaba gestando durante el gobierno de George W. Bush contra los gobiernos de Afganistán y de Irak. Regresando al ámbito nacional no olvidemos recordar que también en la primera década a partir de la continuidad del partido actual en la presidencia (Partido Acción Nacional) se a desatado una férrea batalla contra el narcotráfico dejando a la generación NI-Ni vulnerable a este problema, sin embargo también se debe de notar que de la población total en el país según cifras del INEGI a junio 2010 era de 108,292,131 habitantes dentro del territorio nacional de los cuales 47 millones se encuentran en edad de trabajar es decir parte de la generación NI-NI como lo comente en la introducción se dio desde la década de los 90's y si eso 16 millones aproximadamente de personas viven con ingresos menores a 3 salarios mínimo, allí es donde se encuentra el mayor riesgo de la vulnerabilidad social de la juventud.

2. Qué es un NI-NI

El inicio del nuevo milenio trajo consigo como consecuencia nuevas tecnologías al alcance de la juventud sin embargo también trajo nuevos desafíos y tendencias a reunirse en grupos con fines e ideales en común, eso lo hacen en gran medida a la falta de atención por parte de las familias, recordemos que México es un país considerado como "sub-desarrollado" lo que origina que un sola persona no puede mantener a la familia promedio (mamá, papá, hijos, mínimo dos) con un salario mínimo, dando origen a un descuido por parte de los muchachos es por ahí donde se empieza a gestar cualquier tribu social, ya que la suma de dos o mas personas con finalidad cultural e ideológica en común genera un grupo, por ejemplo los "emos", se consideran psicológicamente depresivos y son pacíficos mientras que no se metan con su forma de vestir, de manejarse o de dar la imagen hacia la sociedad, no consumen droga y guardan un código de vestido singular, son jóvenes en edad de preparatoria (de los 15 a los 18 años) personas que vienen de un núcleo disfuncional ya sea de un sector social bajo en términos de poder adquisitivo o de familias divorciadas, o de padres que trabajan mas de 8 horas al día de lunes a sábado, sin embargo la tribu mencionada es una parte del eslabón de los NI-NI ya que se juntan con otras vertientes mas "maleadas" y que tienen características muy diferentes, ya sea en música o por la zona donde se desenvuelven habitualmente, sus indumentarias son características y su apariencia también, recordemos que la gente considerada "dark" se maquilla para tener un tono mas pálido que es el que distingue al sistema underground, dentro de los "emos" tienen algo en común como es el corte de cabello, ellos acostumbran tapar el ojo derecho en señal de "protesta" social, en este momento del artículo no estamos en condiciones de emitir algún juicio de valor sino que mas bien andamos informando estereotipos que envuelven a la generación NI-NI; sin embargo los jóvenes tienen la idea de estudiar, muchos no tienen a ciencia cierta hasta donde pero ellos cumplen con una

obligación social. A continuación daremos algunas características que diferencian a cada tribu social (emos, dark) originadas en las década de los NI-NI

ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DE LAS TRIBUS "EMOS" Y LOS "DARK"

EMOS		DARK	
INICIOS			
México:	hogares disfuncionales		zonas marginales
Internacional:	década de los 80's en E.U.A.		finales de la década de 1970 en Reino Unido
PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS			
	<p>pantalones a la cadera y jeans desgastados</p> <p>colores de tonos chillantes</p> <p>corte de cabello tapando un ojo</p> <p>sin maquillaje</p> <p>con tatuajes de lágrimas</p> <p>se reúnen en lugares públicos</p> <p>son pacíficos</p> <p>no consumen drogas</p> <p>se cortan para "sentirse vivos"</p> <p>pesan aproximadamente 50 kilos</p>		<p>ropa de piel</p> <p>atuendo color negro y rojo</p> <p>cabello largo</p> <p>con maquillaje</p> <p>tatuajes implorando a un ente</p> <p>frecuentan lugares underground</p> <p>son agresivos</p> <p>consumen drogas en exceso</p> <p>se ponen piercing o argollas</p> <p>el peso no importa</p>
ESTUDIOS			
	Edad en sistema medio superior		Edad en sistema medio superior y superior
IDEOLOGÍA			
	La depresión principal rasgo el autoflajelarse para sentirse aceptados		Inconformidad social y gubernamental de manera radical

3. Repercusión social de los NI-NI

Dentro de su repercusión social son jóvenes que dentro del ámbito no tienen necesidad de trabajar o en algunos casos si lo necesitan, sin embargo no se enfrentan a la situación o son de mentalidad empresarial subterránea (venta de enseres de tipo personales pero dentro de su mismo círculo social) o de plano no tienen las oportunidades que desearían por el país o el lugar de residencia, sin embargo como comenté renglones arriba su economía subterránea y hasta cierto punto localista les sirve para cumplir con sus gastos mínimos y sus diversiones básicas como son pasajes, ropa adecuada o sencillamente identificarse dentro de su tribu y accesorios, (cigarros o aditamentos especiales como piercings o cadenas).

También es sabido que socialmente son jóvenes que sufren el maltrato de cualquier índole y sobre todo la falta de autoestima y aceptación, por lo regular la gente NI-NI son los que están más familiarizados a las nuevas tecnologías pero para uso personal y no comparten a veces sus descubrimientos, eso los hace ser unas personas que son adictas a pasar mucho tiempo encerrados dentro de su burbuja virtual ya que se conectan entre ellos y se reúnen con ideales y temas de conversación muy homogéneos, sin embargo esta tribu de los NI-NI son considerados por los especialistas como personas maniacos depresivos ya que ellos todo les parece triste en la vida y quieren imponer una moda de rebeldía con tristeza como se muestra en el esquema anterior.

4. Repercusión económica de los NI-NI

Parece ser interesante hoy en día con la fiebre de los llamados "reality show" que tengan el mayor número de audiencia la gente que no hace nada como en México se llama big brother y en España el gran hermano, gente que entra a una casa y no hacen nada la mayor parte del día y si llegan a realizar alguna actividad es por medio de patrocinios o contratos ya previamente firmados, en estos casos son claros los momentos de depresión que manejan, es equiparable a un experimento con ratones pero esta vez con humanos, sin embargo esto genera rendimientos tan grandes que en todo el mundo podemos encontrar realty's que en esencia es lo mismo pero cambia de nombre, como tenemos en el canal de música estadounidense VH1 en la temporada 2009 llegó a generar 3 realty's con diferentes tribus sociales, unos de familias acomodadas titulada los hamptons, otro de artistas en el declive o de un solo éxito y por último uno en el que un ex adicto a las drogas busca enamorar a una persona (flavor love), y en todos los patrocinadores iban enfocados para el tipo de espectador, cadenas de televisión que originalmente no tienen la concepción de estos nichos de mercado se han tenido que alinear a las circunstancias por el concepto de llegar a un mercado no comprendido y también por la ganancia económica que estos llevan, se entiende que algunos de los ejemplos mencionados renglones arriba no son de la generación NI-NI sin embargo considero que es un claro ejemplo de que este tipo de tribus se han dado desde otros tiempos y con otros nombres, a lo mejor en la actualidad se vea como historias de personas caídas en la cúspide de su fama pero en su momento formaron una moda y una manera de ser con tendencias y pauta en su diseño de vestuario o en su corte de cabello o en su manera de hablar o expresarse que a lo mejor se han vuelto común en el subconsciente colectivo de la sociedad en su conjunto con su respectivo uso idiomático

Mención aparte tiene otros dignos exponentes de la cultura NI-NI que habitan en una corriente de reality's a nivel internacional, como son todas las licencias de la empresa endemol con el juego denominado BIG BROTHER, así que cada país tiene sus propias reglas y sus personajes que es un conjunto de seres en el caso incomprensivos, tímidos y hasta cierto punto personas con falta de aceptación que tuvieron su 5 minutos de fama y de ahí son felices, en México durante el año 2000 aproximadamente se dio este furor con la primera versión de dicho programa, en él vimos aproximadamente en 4 meses desfilar en el "confesionario" los días miércoles llamados los "miércoles de nominación" un aparato mercadológico en el que tenían inmersos a todos los niveles aproximadamente a las nueve de la noche tiempo del país, en restaurantes, cantinas, bares o simplemente en departamentos haciendo apuestas por el solo hecho de ver a cada uno de los personajes; personajes que tenían sobrenombres que son los que quedaron en la mente colectiva: la machaca, el doc, el rastas, la negra, el pato, etc., todos ellos daban la impresión que los habían escogido para formar parte de una casa con cierto énfasis de morbo, aparentemente de diferentes estratos sociales sin embargo el tiempo no

fueron aceptado y no tuvieron continuidad mas que de manera esporádica, hicieron con el fulgor programas colectivas, se unieron a causas sociales y apoyaron “aparentemente” una manera de ver la tele, sin embargo la gente que los veía era en promedio entre 20 y 25 años, que se sentían identificado por alguno de ellos con frases como: “me entiendes wey”

Como comentario final podemos llegar a decir que esta generación independientemente de lo que se hable, sus tendencias de moda y comportamiento social, son unos microempresarios y un nicho de mercado que apenas comienza a reconocerse dentro de la sociedad urbana, esto dirán algunos estudiosos de los fenómenos sociales, es el resultado de una disciplina económica obsoleta sin embargo ellos tiene claramente identificados donde se van a orillar y en que momento van a salir de su entorno para hacerse visible y generar empleos, claro, pocos generan tributación fiscal ya que la gran mayoría se enfocan mas hacia el eje de la evasión tributaria, en México se está dando todo este cambio muy apresuradamente ya que la misma sociedad no permite digerir un cambio ni el mundo deja sentarse a ver como se genera alguna tribu, tan solo en nuestro país 7 de cada 10 jóvenes mexicanos son catalogados como NI-NI, en un estudio organizado por la máxima casa de estudios de nuestro país; la UNAM a dado a conocer en diciembre 2009 por el Rector que en México se encuentran alrededor de 7 millones de NI-NI,

BIBLIOGRAFIA:

- Daniel Goleman, La inteligencia social: La nueva ciencia de las relaciones humanas. Editorial Planeta, México 2006. Primera edición. ISBN 970-37-0562-6
- GRUPO NELSON, Lo que marca la diferencia, John C. Maxwell, , 2007
- <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/comunicados/ocupbol.asp>
- <http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx>
- <http://blogs.periodistadigital.com/dialogosinfronteras.php/2010/03/18/p267011>
- http://www.excelsior.com.mx/index.php?m=nota&id_notas=649285
- <http://www.jornada.unam.mx/2010/01/05/index.php?section=opinion&article=012a1pol>