

INVESTIGACIÓN

Recibido: 31/07/2023

Aceptado: 24/09/2023

Publicado: 16/11/2023

# OBJECCIÓN A LA INVESTIGACIÓN GENERACIONAL EN LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN: UNA CRÍTICA TEÓRICA

Objection to generational research in communication studies: a  
theoretical critique

 Kaan Taşbaşı<sup>1</sup>: Universidad de Yeditepe. Turquía.

[ktasbasi@yeditepe.edu.tr](mailto:ktasbasi@yeditepe.edu.tr)

## Cómo citar este artículo:

Taşbaşı, Kaan. (2024). Objeción a la investigación generacional en los estudios de comunicación: una crítica teórica [Objection to generational research in communication studies: a theoretical critique]. *Vivat Academia*, 157, 1-24. <http://doi.org/10.15178/va.2024.157.e1504>

## RESUMEN

**Introducción:** En los últimos años, la caracterización de las generaciones X, Y y Z ha sido ampliamente utilizada tanto en el pensamiento popular como en la literatura académica. En esta conceptualización, se acepta que las diferencias generacionales son el principal determinante de la transformación social y política. Este enfoque se relaciona teórica y metodológicamente con la tradición de investigación positivista estadounidense que se originó y creció en la década de 1930. Además, se basa en el trabajo de Marshall McLuhan, que cobró relevancia a finales de la década de 1950, y en los argumentos de la teoría posmoderna, que proclama la muerte de la clase en la década de 1960, basándose en la premisa de que no es posible percibir y cambiar el mundo de manera holística. **Metodología:** Este estudio se presenta como una crítica teórica y metodológica de las investigaciones que se centran en la relación entre la sociedad y los segmentos juveniles definidos como Generación X, Y y Z, y las tecnologías de comunicación digital. Se trata de una investigación cualitativa y explicativa que ha buscado demostrar que la investigación dominante en comunicación, la investigación microscópica, el determinismo tecnológico y la teoría posmoderna están fundamentados en el mismo nivel. **Resultados:** Los resultados de

<sup>11</sup> Kaan Taşbaşı: PhD, Associate Professor at Yeditepe University, Faculty of Communication, Department of Radio Television and Cinema.

este estudio ponen de manifiesto que la caracterización de las generaciones X, Y y Z como determinantes principales de la transformación social y política debe ser vista en el contexto de la tradición positivista estadounidense, el trabajo de Marshall McLuhan y los argumentos de la teoría posmoderna. Además, se argumenta que estos enfoques comparten fundamentos metodológicos y teóricos similares en relación con la investigación en comunicación y las tecnologías de la comunicación digital. **Conclusiones:** En conclusión, este estudio destaca la importancia de considerar el contexto histórico y teórico en el que se enmarca la caracterización de las generaciones X, Y y Z. Se evidencia que la relación entre estas generaciones y las tecnologías de comunicación digital es compleja y no puede ser comprendida únicamente a través de un enfoque determinista. Además, se subraya la necesidad de una crítica metodológica en la investigación en comunicación para evitar simplificaciones y generalizaciones excesivas. En última instancia, se sugiere que futuras investigaciones deben considerar una perspectiva más matizada y contextualizada de la relación entre las generaciones y la tecnología de la comunicación.

**Palabras clave:** Generación X/Y/Z, tecnologías de la comunicación, comunicación digital, determinismo tecnológico, sociología de las generaciones.

#### **ABSTRACT**

**Introduction:** In recent years, the characterization of the X/Y/Z generation has been used almost continuously in both popular thought and discourse and in academic literature. According to this conceptualization, generational difference is accepted as the primary determinant of social and political transformation. Theoretically and methodologically, studies that focus on the ways in which generations use communication technologies should be seen in relation to the American positivist research tradition that began and grew in the 1930s. The other pillar of these studies can be seen as based on the work of Marshall McLuhan, which came to the fore in the late 1950s. Another cornerstone of these studies should not be overlooked in relation to the arguments of postmodern theory, which proclaims the death of class, based on the assumption that it is not possible to perceive and change the world holistically in the 1960s. **Methodology:** This study presents a theoretical and methodological critique of studies that focus on the relationship between society/youth segments defined as Generation X/Y/Z and digital communication technologies. As a qualitative and explanatory research, this study has tried to prove that the dominant communication research/microscopic research, technological determinism, and postmodern theory are grounded on the same level. **Results:** The results of this study demonstrate that the characterization of the X/Y/Z generations as the primary determinants of social and political transformation should be viewed in the context of the American positivist research tradition, the work of Marshall McLuhan, and the arguments of postmodern theory. Furthermore, it is argued that these approaches share similar methodological and theoretical foundations in relation to communication research and digital communication technologies. **Conclusions:** In conclusion, this study highlights the importance of considering the historical and theoretical context in which the characterization of the X/Y/Z generations is situated. It is evident that the relationship

between these generations and digital communication technologies is complex and cannot be understood solely through a deterministic lens. Moreover, the need for methodological critique in communication research to avoid oversimplifications and excessive generalizations is underscored. Ultimately, it is suggested that future research should take a more nuanced and contextualized perspective on the relationship between generations and communication technology.

**Keywords:** Generation X/Y/Z, communication technologies, digital communication, technological determinism, sociology of generations.

## 1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, los conceptos generacionales, y en particular la caracterización generacional X/Y/Z, han sido utilizados casi universalmente en el pensamiento y discurso popular, así como en la literatura académica. Según esta conceptualización, que se centra en las diferencias generacionales, las generaciones son aceptadas como los determinantes principales del cambio social y político.

En este sentido, es notable que, en los estudios de comunicación, al igual que en varios campos de las ciencias sociales, la investigación que se puede resumir bajo el término "sociología de las generaciones" o "estudios generacionales" ha sido uno de los temas de investigación más populares en los últimos años. La sociología de las generaciones, cuyos cimientos fueron establecidos por Karl Mannheim a finales de la década de 1920, ha comenzado a constituir la columna vertebral de muchos estudios a través de la combinación de la tesis que se puede llamar neo-mcluhanismo con los cambios en las tecnologías de la comunicación en la década de 2000. En línea con este interés en los estudios generacionales, con la definición de las tecnologías de la comunicación como una variable independiente, se ha entendido la identidad/diferencia generacional en este eje, y el entorno social, político y cultural ha sido interpretado dentro de este marco. Con el cambio en las tecnologías de la comunicación, se afirma que "ha llegado el fin del mundo tal como lo conocemos" y que se necesitan nuevos análisis. Los estudios realizados en este marco muestran que los hábitos y patrones de uso de los medios de comunicación se destacan como un marco viable, si no el único, para explicar el mundo. Esto se debe al hecho de que las diferentes generaciones siguen o están alejadas del cambio en las tecnologías de la comunicación. Las siguientes secciones del estudio mencionarán los estudios mencionados anteriormente, que destacan la pertenencia y diferencia generacionales al centrarse en la tecnología, e intentarán identificar cómo se relacionan con el neo-mcluhanismo.

Teóricamente y metodológicamente, existen varios paradigmas sobre los cuales se puede analizar históricamente el uso de la tecnología de comunicación entre generaciones. La tradición estadounidense positivista que surgió y se expandió en la década de 1930 debe compararse con el primer punto de inflexión que abrió la puerta para estudios centrados en las generaciones y la comunicación. Debido a su tendencia a examinar variables muy diluidas y enfoque microscópico, los investigadores positivistas estadounidenses abrieron el camino para que la tecnología fuera vista

como un componente que podía examinarse de forma independiente en los procesos de comunicación en las décadas que siguieron.

Es importante destacar que la metodología de Marshall McLuhan abrió el camino como el segundo pilar de la investigación que sentó las bases para los estudios generacionales en cuestión. Cabe señalar que el otro pilar de la investigación que sirvió como base para la investigación generacional en cuestión se basó en la conceptualización de Marshall McLuhan, en estudios no empíricos y en el análisis empíricamente diseñado de la sociedad de la información de Daniel Bell, que situaba a la tecnología, como una variable aislada, en el centro de los fenómenos y procesos sociales. La distinción entre las generaciones X, Y y Z, que se utiliza con frecuencia en la actualidad, y los estudios llevados a cabo en función de esta distinción se centran en las formas en que diferentes grupos de edad utilizan la tecnología de comunicación e intentan explicar las diferencias sensoriales, intelectuales y conductuales. Dado que en estos estudios se excluyen todos los contextos histórico-sociales en las discusiones sobre tecnologías de comunicación, es fundamental comprender los fundamentos teóricos de esta idea y, a su vez, explicar la metodología y análisis de McLuhan. Es importante tener en cuenta la relación entre los principios de la teoría posmoderna, que fluye en paralelo a la declaración de la muerte de la clase en la década de 1980 y se basa en la premisa de que ya no es posible ver y alterar el mundo de manera holística desde finales de la década de 1960. Aunque no existe una conexión formal entre estas tres distintas tradiciones intelectuales, existe un conglomerado de intersecciones, y los estudios orientados a las generaciones están en el núcleo de este conglomerado de intersecciones.

## **2. OBJETIVOS**

Con la intensificación del uso de las tecnologías de comunicación digital, a las cuales los estudios generacionales atribuyen una importancia central, se asume que habrá desarrollos en términos de conciencia de los hechos, demandas democráticas, aseguramiento de la justicia social, y así sucesivamente. Este enfoque, que corresponde al análisis de un momento específico en la historia humana, utiliza un método antidialéctico. Esta interpretación, que corresponde al análisis de un momento específico en cientos de miles de años de historia humana con un método antidialéctico, trata al ser humano, a la sociedad y a la tecnología como una entidad atemporal/no histórica. Esta perspectiva lleva a una aplicación funcional en diversos campos, desde el marketing hasta la educación, desde la salud hasta la política. Así, mientras se reproducen los intereses de la clase dominante, esta situación se oculta mediante argumentos como "nuevo", "innovación", "cambio", "dinamismo", que han adquirido un carácter fetichista.

En este marco, el estudio tiene como objetivo llevar a cabo una discusión metodológica y teórica, con un resumen de los estudios académicos que se han realizado en la investigación generacional. El estudio analiza las formas en que la investigación que combina la sociología de las generaciones y el determinismo tecnológico reproduce relaciones de soberanía.

Centrándose en el contexto turco, este artículo intenta ofrecer una crítica teórica del concepto que se centra en la relación de los segmentos de la sociedad definidos como Generación X/Y/Z con las tecnologías de comunicación digital. Es evidente que estas distinciones, que el campo de los negocios y el marketing utiliza/puede utilizar para estratificar el perfil del consumidor, a veces ocupan un lugar central en algunos estudios que se posicionan en una postura crítica.

### **3. METODOLOGIA**

Las propiedades generales de la investigación cualitativa se enumeran como evaluación, uso de conceptos, uso de teorías, interpretación y crítica a través de la interpretación (Berger, 2000, p. 14, citado en Geray, 2017, p. 63). Como tipo de investigación cualitativa, la investigación explicativa tiene como objetivo comprender cómo operan los procesos explicando lo que está disponible para eventos, hechos y situaciones (Geray, p. 66).

Como investigación cualitativa y explicativa, este estudio intentará explicar que la investigación dominante en comunicación/investigación microscópica, el determinismo tecnológico y la teoría posmoderna están fundamentados en el mismo nivel. A través de este vínculo, se argumentará que la denominación de generaciones y el esfuerzo por atribuir ciertas características a las generaciones, especialmente en el contexto de su relación con la tecnología de comunicación y los medios, tienen como objetivo mantener las relaciones de poder sociales. Esta discusión teórica está respaldada por proposiciones derivadas de diversos estudios.

### **4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

#### **4.1. Fragmentación de la sociedad y la realidad: Investigando “los efectos”**

Aunque es posible rastrear las primeras investigaciones en el campo de la comunicación en la historia de la sociedad moderna hasta la segunda mitad del siglo XIX, no fue hasta el siglo XX que la investigación en comunicación se volvió sistemática y sólidamente arraigada. En la primera mitad del siglo XX, no sería incorrecto afirmar que las ciencias sociales y los estudios de comunicación, como disciplina dentro de esa área, estaban en gran parte moldeados por la predominancia de investigadores norteamericanos. Esta situación es también un indicador de la hegemonía del pensamiento dominante/principal. En este período, el paradigma conocido como investigación de efectos de los medios (directos vs. limitados), ya sea que asuma que los medios tienen poderosos efectos en las audiencias o que tienen efectos limitados e individuales, ha producido investigaciones destinadas a mantener el status quo. En el primer cuarto del siglo, se descubrió por primera vez la función de la propaganda en la fabricación de consentimiento para la guerra. Luego, con la invención del concepto de consumidor, se percibió que la comunicación podía utilizarse de manera mucho más estratégica de acuerdo con los intereses económicos.

Es bien sabido que Edward Bernays, a partir de la década de 1920, desarrolló varios métodos para persuadir a las masas a consumir, y que estos métodos funcionaron. Sin

embargo, las campañas de Bernays se basaban en la intuición, suposiciones y observaciones no sistemáticas. Bernays, considerado un nombre canónico en la industria de la publicidad y las relaciones públicas, y sus contemporáneos llevaron a cabo sus campañas de manera relativamente *groping* (titubeante), pero en el período posterior se necesitaba racionalizar las campañas de una manera que no permitiera coincidencias y fallos. La investigación positivista puede proporcionar datos para reducir o eliminar el azar antes del proceso de compra y venta.

En particular, la investigación positivista, que ha cobrado fuerza desde la década de 1940, ha adoptado una visión de rayos X de los seres humanos y la sociedad. De esta manera, se aceptó la especificidad de los elementos que componen la sociedad y se determinaron en detalle las interacciones de estos elementos entre sí y se les dio utilidad. Esta utilización ha tomado la forma de mantener y reproducir el sistema social y las relaciones dominantes. Las actitudes, opiniones y comportamientos han sido medidos en muchas áreas, desde la formación del comportamiento político hasta la identificación de tendencias de consumo, y estas mediciones han permitido implementar estrategias de gestión mental (Schiller, 1973) de manera racionalizada. De este modo, se ha estudiado a fondo la función de elementos demográficos (como edad, género, etnia, etc.), formas de pertenencia social, política y cultural en garantizar el ritmo y la continuidad de la sociedad capitalista. Desde un punto de vista microscópico, el conjunto de hallazgos basados en la medición y la estadificación ha permitido continuar la destrucción de todas las características humanas y sociales.

Las mencionadas investigaciones microscópicas fueron realizadas por Paul Lazarsfeld, considerado uno de los pioneros de esta tendencia de investigación, y los investigadores que se agruparon a su alrededor produjeron un considerable número de estudios en un período muy corto de tiempo. Según Erdoğan (2005, p. 58), el hecho de que estas investigaciones, mencionadas dentro del enfoque predominante, fueran tan "fructíferas" se basa en la comprensión de la función de la propaganda durante la guerra, así como en la satisfacción de las necesidades de investigación de mercado de las industrias capitalistas en desarrollo y diversificación. En este contexto, el hecho de que las industrias de publicidad, relaciones públicas y medios de comunicación, en otras palabras, toda la industria cultural y las industrias tradicionales, requirieran investigaciones positivistas (microscópicas) y pudieran beneficiarse de los resultados de tales investigaciones, fue el principal factor que dio dirección a los estudios mencionados. Además de las industrias mencionadas, los políticos han sido otro grupo de personas que han necesitado y se han beneficiado de estos hallazgos para comprender el comportamiento del votante y gestionar sus campañas. Estos estudios se han centrado en medir con precisión las relaciones entre variables altamente analizadas. Por ejemplo, un estudio de campo conocido como la Investigación de Decatur midió las preferencias de las mujeres por varios productos de consumo (marcas, tipo de productos, etc.) y los factores que influyen en estas preferencias (Baran y Davis, 2012, p. 145). Un estudio de grupo focal realizado en la Universidad de Columbia entre lectoras de periódicos puede ser otro ejemplo en este contexto (Güngör, 2018, p. 107). Lazarsfeld (1937, p. 3) menciona que la investigación de

mercado, inicialmente basada en un sistema meticuloso de muestreo y registro para determinar "datos simples" como el número de radios poseídos, la marca de jabón utilizado y la cantidad de dinero gastado, posteriormente se volvió más "sofisticada".

Género, etnia, edad, clase, lugar de residencia, nivel de educación y muchos otros factores ahora tienen relevancia e importancia para los investigadores y aquellos que se benefician de los hallazgos del estudio debido a la transición de categorías altamente generalizadas a aspectos más refinados. Esta importancia radica en el valor de intercambio que los datos basados en demografía, identidad, estilo de vida, etc., tienen en sí mismos, y en su capacidad para ser utilizados para crear valor de intercambio. En términos de mercado, los datos que son extremadamente útiles para todo tipo de organizaciones, desde la industria publicitaria hasta la investigación de opinión pública, se han convertido así en una mercancía y han adquirido un valor de intercambio. Por otro lado, estos datos también pueden ser utilizados para llevar a cabo todo tipo de actividades de ventas y marketing, creando así valor de intercambio. Los datos recopilados a través de cuestionarios, entrevistas, estudios de grupo focal e investigaciones de laboratorio han sido y siguen siendo utilizados para absolutizar el consumo y el control social. Mientras que la investigación de comunicación microscópica ha fragmentado la sociedad, también ha creado un procedimiento técnico que permite comprender que la realidad no puede ser comprendida en su totalidad al fragmentarla. Dentro de este marco histórico, como señala Erdoğan, los principales puntos de partida del proceso científico dominante actual son el desarrollo de nuevos mecanismos de control, "cognición, pensamiento, gestión de intereses, preferencias y comportamientos" y "conocer las opiniones, pensamientos, intereses y preferencias de las personas y determinar su distribución con estadísticas para ayudar a las empresas en el negocio de controlar a los consumidores, usuarios y espectadores" (2022, pp. 21-22).

#### **4.2. Una sutura invisible: determinismo tecnológico y narrativa posmoderna**

Después de la segunda mitad del siglo XX, la teoría posmoderna comenzó a celebrar la representación y el pluralismo. En esta línea, una categoría histórica como la clase es vista casi como un concepto de vergüenza y disgusto, casi como una psicosis adolescente. En este sentido, se puede decir que los fundamentos intelectuales del "mundo posmoderno" del que se hablaba en la década de 1980 comenzaron a sentarse en la década de 1960.

Se puede rastrear esta base teórica mencionada a través de dos teóricos contemporáneos y el camino intelectual que construyeron. Uno es la declaración de Daniel Bell sobre el fin de las ideologías y la narrativa de la sociedad postindustrial; el otro es el determinismo técnico/tecnológico de Marshall McLuhan. Cabe destacar que ni Bell ni McLuhan contribuyeron al campo de la teoría posmoderna. Ninguno ocupa un lugar central en los debates sobre el posmodernismo y la posmodernidad. Sin embargo, es posible hablar de una intersección entre los dos nombres, debido a que Wayne identifica 'la marginación o exclusión de las relaciones sociales del análisis'

(2015, p. 59) como una de las características comunes de los tipos de determinismo tecnológico.

La idea de sociedad postindustrial, desarrollada por Daniel Bell en la década de 1970, argumenta que el desarrollo de las tecnologías de la información, el conocimiento y la comunicación ha cambiado la naturaleza de la producción y la estructura de la sociedad. Según Bell, la civilización consta de tres fases históricas: la sociedad preindustrial, donde la fuente es la tierra; la sociedad industrial, donde la fuente son las máquinas; y la sociedad postindustrial, donde la fuente es la información, a la que describe como la tercera revolución (Bell, 1999, p. xxxiv). En el prólogo de la edición de 1999 de su obra, Bell ve el cambio tecnológico, que considera como el combustible de la tercera revolución, como "una serie de cambios que impregnan todos los aspectos de la sociedad y reorganizan todas las relaciones antiguas" (Bell, 1999, p. xxxvii). Describiendo las tecnologías de telecomunicación y computadoras como la base de la sociedad postindustrial, Bell denomina a estas tecnologías "tecnología intelectual" (1999, p. xxxviii).

Según Bell, la forma de esta sociedad difiere tanto de la sociedad preindustrial como de la industrial. Para Bell, son los mecanismos de producción y distribución de información y conocimiento los que le dan su esencia a la sociedad postindustrial. Ha surgido una nueva estructura social debido a los mecanismos de producción y distribución de información y conocimiento en formas, formas y escalas sin precedentes. Al definir esta estructura social, las tecnologías de comunicación son de gran importancia como medios a través de los cuales se produce, procesa y difunde información y conocimiento (Bell, 1999, pp. 165-265). Aunque Bell describe una segregación social, no define esta segregación en términos del modo y las relaciones de producción desde una perspectiva histórica; no le interesa quién produce, distribuye y utiliza (qué) información y (qué) conocimiento. Bell argumenta sobre la forma, no el núcleo. Los procesos y técnicas de producción (no el modo de producción) están cambiando. Pero aquellos que producen no son tan importantes como lo que se produce. Lo esencial es la diferencia entre el producto en sí, las condiciones técnicas y las posibilidades de producción y los productos. Los cambios en estos elementos dan forma a la estructura y funcionamiento de la sociedad.

"La información", que Bell señala como el elemento esencial de la estructura social actual, y los medios a través de los cuales se produce y difunde la información, también son de importancia central en el pensamiento de otro teórico, Marshall McLuhan. McLuhan adopta una posición convergente con su contemporáneo Bell, con respecto al cambio tecnológico y sus reflejos especialmente en el campo de la comunicación. McLuhan (2022, p. 10) consideraba la tecnología como "un factor fundamental del cambio social que puede llevar a un aumento real de la autonomía humana". El análisis de Bell, que deja de lado la relación entre las fuerzas productivas, es similar al pensamiento de McLuhan. La descripción de la técnica/tecnología, que se desliga de toda su integridad social e histórica, es como un cuerpo celeste que oscila en un entorno de gravedad cero. Este cuerpo celeste, que no se puede predecir en qué dirección y

cuándo viajará, arrastra consigo a su satélite. Este cuerpo celeste es tan autónomo que puede determinar toda la dirección del movimiento social y todo el marco de la existencia humana. Según McLuhan, dado que las funciones de la tecnología, que casi se pueden describir de manera similar a las leyes de la física, no pueden definirse, el ser humano es "empujado" por la tecnología. Sin embargo, si pudiéramos "dominar fácilmente la naturaleza y las consecuencias de todas nuestras tecnologías", sería posible comprender tanto el patrón de la comunicación humana como las acciones sociales (2022, p. 14). Según McLuhan, la razón de nuestra incapacidad para comprender completamente tanto el patrón de comunicación como la acción social es obvia: el cambio en nuestros sentidos. Cualquiera de nuestros sentidos, o una extensión de ellos, altera todos nuestros procesos intelectuales y actividades, y al mismo tiempo determina la forma en que entendemos y percibimos el mundo (2022, p. 148). Es la tecnología la que controla nuestros sentidos y, por lo tanto, nuestros pensamientos y acciones. Dado que no podemos entender la estructura de la tecnología y las herramientas, no podemos analizar su efecto en nuestros sentidos. Por lo

Por lo tanto, en el pensamiento de McLuhan, la tecnología aparece como un factor fundamental de la existencia humana y social.

Según McLuhan, quien, además de estas conclusiones generales y énfasis en la tecnología, atribuye una especial importancia a los medios de comunicación; cada fase de la civilización se puede leer a la luz de los medios dominantes y las técnicas de comunicación de una era. Una sociedad tribal en la que no había alfabetización; una galaxia de Gutenberg en la que la cultura de la imprenta era dominante y ciertos sentidos estaban atrofiados; la era de la comunicación electrónica en la que la capacidad de ciertos sentidos se potenciaba y la Tierra se transformaba en una vasta "aldea global" en la que prevalecería una vida honesta. La era de la comunicación electrónica y la narrativa de la aldea global de McLuhan y la sociedad postindustrial de Bell se complementan como llave y cerradura. El concepto de sociedad postindustrial de Bell y la transformación sensorial e intelectual de los individuos observada en el pensamiento de McLuhan se encuentran en la producción de información y la tecnología de la comunicación.

Los medios también crean la percepción sensorial específica de la tecnología en su audiencia (hoy en día también definida como el usuario). "La extensión de uno de los sentidos cambia la forma en que pensamos y actuamos, lo que a su vez cambia la forma en que percibimos el mundo" (McLuhan y Fiore, 2019, p. 148). McLuhan y Fiore (2019), al dar la bienvenida entusiastamente a los avances en el campo de la electrónica, argumentaron que los sentidos humanos y las capacidades de pensamiento aún no pueden lidiar con los circuitos electrónicos. Según él, la razón de esto radica en la alfabetización (McLuhan, 2022, p. 34), que incluso puede ser la causa de la esquizofrenia, e incluso en la cultura de la imprenta, que es una forma técnica avanzada de ella. La lectura es un acto perceptual y mental unidimensional. La percepción humana y la mente se embotan porque se centra en un solo sentido, la vista. Por esta razón, la producción cultural conservadora y la pedagogía del pasado, basada

en la imprenta y la cultura impresa, captura y corrompe a los jóvenes (McLuhan y Fiore, 2019, p. 100). Por lo tanto, hay una gran necesidad de abandonar "lo antiguo" en las instituciones educativas y de formación. En la situación predominante, los sentidos, percepciones y mentes atrofiadas de las personas pueden responder de manera pasiva a los circuitos electrónicos, y se desperdicia la extraordinaria oportunidad creada por la tecnología (McLuhan y Fiore, 2019, p. 63). "Al igual que nuestros sentidos personales, nuestras tecnologías ahora requieren una interacción y una relación que haga posible la convivencia racional" (McLuhan, 2022, p. 13). Los "nuevos" medios de comunicación, equipados con circuitos electrónicos, pueden movilizar no solo el sentido de la vista, sino todos nuestros sentidos. Los sentidos además de la vista, "congelados" durante siglos en mazmorras frías y oscuras, ahora pueden ser liberados. Es la televisión la que anuncia la libertad de los sentidos, del pensamiento y la acción. Según McLuhan, la televisión es un medio que "nos brinda una capacidad activa y exploratoria de percepción en la que no solo participa nuestra mirada, lo que podemos ver, sino que todos nuestros sentidos están involucrados al mismo tiempo" (McLuhan y Fiore, 2019, p. 125).

Según McLuhan y Fiore, la televisión es un medio que 'nos brinda una sensación activa y exploratoria en la que no solo participa nuestra mirada, lo que podemos ver, sino que también están involucrados todos nuestros sentidos' (2019, p. 125). A diferencia de los medios impresos, donde los sentidos además de la vista están congelados, la televisión es un medio "caliente" porque puede involucrar otros sentidos. La televisión, que revela las capacidades sensoriales e intelectuales de los seres humanos, es tan crucial que puede transformar la sociedad creando su propia generación. Según McLuhan y Fiore, los "niños de la televisión son niños más emprendedores, más responsables" que no son "volubles y frívolos como las generaciones anteriores" (2019, pp. 125, 126). La televisión está cambiando generaciones, cambiando el mundo con ellas, creando una tribu global y construyendo una aldea global.

En la aldea global, está comenzando a vivir una tribu de comunidades pluralistas en las que las identidades están en el corazón. En esta aldea, las prácticas mediante las cuales los seres humanos se construyen a sí mismos y a la sociedad son insignificantes; lo importante son las herramientas que utilizan en este proceso. Mientras algunos ven estas herramientas como equipos técnicos/tecnológicos, otros ven el lenguaje como un factor que trae a los seres humanos a la existencia. Desde la década de 1960, ha habido un solapamiento entre la fetichización de la transformación técnica en los medios de producción y comunicación, por un lado, y la aceptación del colapso de las grandes narrativas, por otro. Es esta aceptación la que ha comenzado a discutirse bajo el nombre de posmodernismo. Ritzer menciona que, aunque el concepto de posmodernismo abre un amplio campo de discusión y resuena en diferentes campos, el significado del concepto es ambiguo (2011, p. 629). Se puede argumentar que esta ambigüedad se debe a la naturaleza del concepto en sí. Sin embargo, no es posible aceptar la vaguedad y ambigüedad como absolutas, contrario a lo que afirman los posmodernistas, y por lo tanto, a pesar de toda su volatilidad, hay una necesidad de un fundamento en el que apoyarse. Para aclarar la definición del concepto de

posmodernismo, podemos rastrear el sistema de tres patas de Ritzer: el posmodernismo, que define un período histórico que a veces está entrelazado y a veces se utiliza como sustituto entre sí; el posmodernismo, que se refiere a una lógica cultural; y la sociedad posmoderna, que corresponde a una concepción y teoría social (Ritzer, 2011, p. 629). La definición del posmodernismo como concepto social y teoría es importante para el análisis de la proyección social de los estudios generacionales.

Los acontecimientos posteriores a 1968 que llevaron a un "rechazo rígido del razonamiento abstracto" (Harvey, p. 56) condujeron a la glorificación de la diferencia y la invención del Otro". En este contexto surgieron movimientos sociales que abrazan la diferencia y "el otro". Es notable que la cultura, la identidad, el género, el pluralismo y la diversidad se enfatizan constantemente (Yaylagül, p. 202). Sin embargo, los movimientos sociales que se supone desafían al capitalismo no solo han fallado en hacerlo, sino que también han fracasado en revertir el capitalismo y sus consecuencias como se esperaba y se afirmaba (Harvey, 1999, pp. 56-69). A pesar de la búsqueda y los esfuerzos por definirlo de manera diferente, es evidente que el mundo en el que vivimos es, en gran medida, un mundo capitalista. De hecho, ni los defensores del capitalismo ni aquellos que lo critican y desean cambiarlo tienen objeciones a esta conclusión. Sin embargo, los problemas y las consecuencias de la mera existencia del capitalismo se han entendido y discutido como si no tuvieran nada que ver con el capitalismo. Esto, a su vez, ha debilitado la base del pensamiento y la crítica, pervertido el propósito de la acción y ha posibilitado el refuerzo del capitalismo. La crisis de 1973 puede verse como un hito importante del pensamiento posmoderno. Como una de las crisis de la sobreacumulación capitalista (Harvey, 1999, p. 362), la crisis de 1973 condujo al colapso de la "confianza en la relevancia de juicios científicos y morales" y, en consecuencia, "la impermanencia y fragmentación tomaron precedencia sobre verdades eternas y políticas holísticas, y el esfuerzo por explicar el mundo se desplazó del ámbito de justificaciones materiales y político-económicas a prácticas culturales y políticas autónomas" (Harvey, 1999, p. 362).

Eagleton señala que el capitalismo ha tenido históricamente la habilidad de reunir diferentes formas de vida y que los "ciegos posmodernistas que extrañamente piensan que la diversidad es una virtud en sí misma" no ven las contradicciones internas del capitalismo (2006, p. 50). Mientras se imagina a la sociedad como una colección de estratos en los que los intereses, prioridades, metas, frentes, aliados y enemigos de ninguno de los estratos comparten casi ninguna similitud con los demás, la hegemonía capitalista se refuerza con discursos como "diversidad", "pluralismo", "descentralización", etc. Según la narrativa posmoderna acelerada en la década de 1980, "todo lo que nos une, cualquier similitud que tengamos, se ve y adopta como cosas perjudiciales" (Eagleton, 2006, p. 46).

Olmann explica la estrategia del capitalismo de fragmentar la existencia, el pensamiento y la sociedad de la siguiente manera:

La fragmentación de la existencia en el capitalismo y la correspondiente estructura unidireccional y fragmentada de la socialización han llevado a las personas sujetas a ella a centrarse más en aspectos específicos, como una persona, un lugar, un trabajo, que están involucrados en sus vidas, impidiéndoles ver cómo estas particularidades existen en relación entre sí y, por lo tanto, haciéndoles ignorar las constantes que unen a todos, como la clase, la lucha de clases, la alienación, etc., que realmente surgen de estas relaciones. (2019, p. 17)

### **4.3. La teoría generacional como un marco que fragmenta el pensamiento y la práctica**

A pesar de las diferentes tendencias en los estudios generacionales, se acepta que el individuo, o el segmento social al que pertenece el individuo, tiene ciertas competencias o carencias, competencias o incompetencias, desarrollo o atraso, simplemente debido al período en el que nacieron. Esta suposición también contiene una contradicción intelectual inherente. Por un lado, la generación se describe como una diversidad, utilizada e idealizada; por otro lado, se convierte en una categoría excepcionalmente inclusiva. Nacer y crecer en un cierto período es una condición previa para ser etiquetado e identificado. Esta contradicción es un ejemplo típico de una comprensión y análisis microscópicos de los fenómenos. Por lo tanto, si la generación es tan inclusiva, se esperaría que las personas pertenecientes a la misma generación tengan destinos e historias similares en casi todas partes del mundo. Sin embargo, un análisis desvinculado del holismo y la historicidad conduce a una serie de falacias secuenciales, comenzando con la denominación y definición de las generaciones. Esta situación puede verse como un reflejo inevitable de la miopía de la perspectiva analítica

"No se puede argumentar que no existen diferencias entre generaciones, o que la diferencia es completamente insignificante. De hecho, no se puede negar que algunas generaciones han sido objeto de cambios importantes en la historia humana. Sin embargo, el papel de las generaciones en la historia, como la suma de las relaciones sociales, puede explicarse en términos de las circunstancias sociales e históricas que dieron origen a la generación; la generación no puede verse como la cosa en sí misma. También es una sabiduría antigua que las generaciones están en una relación tensa con sus predecesores y sucesores. De hecho, los antiguos filósofos han dejado textos que arrojan luz sobre esta tensión. Esta diferencia, que existe en varios aspectos de la vida social, también se refleja en el ámbito de la producción cultural. Es posible rastrear la misma tensión en las obras de escritores, pintores y melodías populares. Sin embargo, no es el objetivo de este estudio discutir las razones de la diferencia entre las generaciones y la tensión que surge de esta diferencia. El objetivo aquí es llamar la atención sobre el hecho de que las diferencias y tensiones entre las generaciones no son un fenómeno nuevo y, por lo tanto, ninguna generación puede ser vista como un absoluto omnipotente que tiene acceso al secreto del mundo y la capacidad de cambiar todo con la tecnología de comunicación y medio/medios que se ven como una varita

mágica. Al contrario, ninguna generación puede ser cargada con el peso de su edad. Es igualmente infundado considerar a cualquier generación como un "milagro" o "salvador", o declararla "culpable" o "responsable". Las generaciones no pueden ser vistas como Mesías ni Anticristo. Ambas perspectivas tienden a ver los fenómenos y eventos como fuera de la historia y la sociedad. La pertenencia generacional y la diferencia, aceptada por un lado como un milagro biológico y por otro como una consecuencia necesaria de las condiciones técnicas/tecnológicas, se acepta como una categoría sin historia. Sin embargo, 'las personas hacen su propia historia, pero no la hacen ensamblando libremente las piezas que eligen, sino en las condiciones dadas que encuentran inmediatamente ante ellos, transmitidas desde el pasado' (Marx, 2010, p. 30)."

Ni el concepto de generación ni las explicaciones teóricas que se intentan construir alrededor de esta noción son ahistóricos y asociales. Por lo tanto, la definición conceptual, partiendo del nivel más básico, intenta dar sentido a cosas, fenómenos y eventos como un medio de abstracción. Sin embargo, no es posible que los conceptos tengan un carácter como bueno-malo, positivo-negativo, verdadero-falso, válido-no válido (Erdoğan, 2022, p. 29). Lo que da a los conceptos su significado y alcance es el contexto social en el que circulan. Por lo tanto, los conceptos pueden ganar o perder diferentes elementos característicos según las relaciones de poder en la sociedad. De hecho, mientras se está dibujando el marco de significado de los conceptos, surge un curso paralelo a las relaciones de poder sociales. En este sentido, se puede decir que los conceptos también tienen "modas". Algunos conceptos son favorecidos y se difunden en ciertos períodos, y luego su visibilidad disminuye. Está claro que el protagonismo de ciertos conceptos en ciertos períodos va en paralelo con las relaciones de poder económicas, políticas, sociales y culturales. Los conceptos son reflejos simétricos y asimétricos de las relaciones de poder en lo que incluyen y excluyen. Por ejemplo, el concepto de 'globalización', que comenzó a difundirse en la década de 1980 y se generalizó en la década de 1990, ha sido ampliamente afirmado y aceptado. Muchos estudios críticos han intentado romper la hegemonía del concepto, argumentando que la globalización es una fase histórica del capitalismo. En su forma más simple, la globalización, como concepto que describe el flujo ilimitado de capital, es un concepto al que se pueden atribuir cualidades positivas para la clase capitalista y sus representantes, mientras presenta la visión opuesta para la clase trabajadora y los desfavorecidos. Por lo tanto, los conceptos y sus significados pueden definirse como una extensión del campo de lucha que no se puede considerar independiente de las prácticas sociales.

En este proceso de crear el mapa de significados de los conceptos, se utilizan diversas estrategias (Erdoğan, 2022, pp. 36-87). El recurso a la falsificación mediante el uso de diversas narrativas estereotipadas y, así, el esfuerzo por confirmar las propias preferencias es un elemento de estas estrategias (Erdoğan, p. 45). A través de narrativas estereotipadas, las determinaciones hechas "actuando desde condiciones comunes e intangibles" se popularizan haciendo populares los conceptos utilizados en estas determinaciones. Esta desviación conceptual, que a veces se lleva a cabo bajo una

cáscara crítica, en realidad permite la reproducción de lo dado. De esta manera, "como en el caso de conceptos como Generación X, lo real es reemplazado por el fascinante engaño que invalida lo real" (Erdoğan, p. 45). Se puede ver que se adopta un enfoque que "glorifica lo inválido" (Erdoğan, p. 45) en los estudios generacionales que se realizan ampliamente hoy en día.

La idea de investigar sistemáticamente las generaciones considerándolas como una entidad distintiva fue propuesta por el sociólogo Karl Mannheim. Según Mannheim (1928), el tema de las generaciones, que es tratado por todos desde su propio punto de vista, crea una situación compleja en las disciplinas que tratan fenómenos sociales y culturales. Por esta razón, "nunca se detiene a considerar los diversos aspectos como parte de un problema general único, de modo que las contribuciones de las diversas disciplinas a la solución colectiva puedan planificarse" (Mannheim, 1928, p. 163). Muchos científicos sociales encontraron atractivo el enfoque intelectual de Mannheim. La teoría de las generaciones de William Strauss y Neil Howe fue la más popular y ampliamente aceptada. Tanto Strauss como Howe trabajaron como consultores para organizaciones gubernamentales de Estados Unidos. Durante la Guerra de Vietnam, Strauss, junto con Lawrence M. Baskir, realizó un estudio de las razones dadas por aquellos que se oponían a la obligación de ir a la guerra; el estudio buscaba explicar las razones estereotipadas dadas por las personas centrandose en la 'generación' (O'Sullivan, 1978). En cierto sentido, este estudio se puede decir que proporciona a los gobiernos datos sobre el camino que deben seguir para aumentar la disposición y preparación para luchar.

Strauss y Howe construyen una narrativa popularizada al sugerir que las generaciones pueden ser analizadas en ciclos de 20-25 años. Basándose en la identificación de ciclos, el estudio de 1991 de Strauss y Howe *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*, publicado por Strauss y Howe en 1991, afirma analizar la sociedad estadounidense a lo largo de los siglos a través de las diferencias generacionales y hacer predicciones para el futuro. Su obra de 1997, *The Fourth Turning: An American Prophecy - What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny*, es otro trabajo que se considera importante en términos de estudios generacionales hoy en día. Cabe destacar que la mayoría de las nomenclaturas de generaciones comúnmente utilizadas hoy en día fueron hechas por Strauss y Howe.

La investigación sobre generaciones en Turquía tiende a aumentar en un período de aproximadamente 10 años. Para probar esta suposición, se realizó una consulta en la base de datos del Consejo de Educación Superior (YÖK) para tesis y disertaciones en las que se mencionaran los términos generación X, Y y Z en el título de la disertación. Cuando se realizó la búsqueda con cada título de generación, se encontraron 9 estudios en los que se utilizaba Generación X, 221 estudios en los que se utilizaba Generación Y y 209 estudios en los que se utilizaba Generación Z. Dado que en el título de un artículo se pueden mencionar una o más etiquetas generacionales, solo se buscó la palabra 'generación'. Esta búsqueda arrojó 624 estudios. Se excluyeron los estudios que pudieran haber utilizado la palabra 'generación' en el título de manera diferente a la

que se utiliza en este estudio. Después de eliminar la palabra "generación"<sup>2</sup>, se realizó un análisis de los títulos y resúmenes de los estudios restantes. A partir de esta revisión, se observó un aumento en la investigación sobre generaciones en Turquía en la última década, con un enfoque particular en las generaciones Y y Z, se encontró un total de 440 estudios con títulos y alcances que incluían la frase de las generaciones X, Y y Z, con sus significados terminológicos en campos y disciplinas como geología, estudios literarios, historia del arte, ciencias de la salud, radiodifusión, etc. Se observó que la mayoría de estos estudios se llevaron a cabo en los campos de administración de empresas, marketing, relaciones públicas y publicidad, y un número significativo se realizó en el campo de la educación. Las diferencias/similitudes entre las generaciones se definen en estudios sobre temas como "expectativas de carrera", "trabajo en equipo", "motivación", "decisiones de compra", "preferencia de marca", "encuestas de actitudes y opiniones", etc. Este creciente interés en las generaciones durante la última década ha sido útil para obtener datos y desarrollar técnicas para el uso "efectivo" y "eficiente" de la fuerza laboral. Además de la fuerza laboral, se han realizado numerosos estudios para determinar las "tendencias de compra" de los consumidores de bienes y servicios y de la clase política. Se ha investigado en qué segmentos de la sociedad tienen qué opiniones, qué actitudes es probable que desarrollen y qué comportamientos es probable que adopten, basados en la edad. En este sentido, al igual que en muchas otras áreas de investigación, el análisis generacional es útil para el capital. La utilidad proviene del desarrollo de procedimientos y técnicas para maximizar las ganancias y mantener el statu quo y las relaciones de dominación.

Una destacada escritora y consultora, Evrim Kuran, sobre los estudios generacionales en Turquía, resume el proceso de conocer este campo de estudio de la siguiente manera:

A principios del milenio, es decir, a principios de los años 2000, hace aproximadamente 15 años, me introduje en el estudio de las generaciones mientras realizaba estudios académicos. Me impresionó mucho y decidí explicar que las generaciones existen, que son reales y que vale la pena estudiarlas. Esos fueron los años en los que me trataban un poco como loca. De hecho, no tuve éxito en un estudio que realicé en la Academia, en una tesis que escribí en este campo, y fui expulsada de la escuela. Aunque regresé varias veces más tarde con amnistía, no logré que la academia aceptara los estudios académicos que escribí y realicé sobre el sistema generacional en esos años, es decir, hace 15-16 años. Y aun así, la academia no me aceptó, pero el mundo empresarial sí lo hizo. Durante los últimos 10 años, he estado trabajando en el sistema generacional con diversas organizaciones e instituciones en Turquía y Oriente Medio. (TEDx, 2016)

---

<sup>2</sup> La palabra en turco para "generación" es "kuşak".

Esta declaración, que la oradora utilizó para resumir su propia trayectoria, también es coherente con los datos en la base de datos de tesis de YÖK. De hecho, se puede observar que el número de estudios centrados en las generaciones ha aumentado en los últimos 10 años, y este aumento es casi exclusivamente en el campo de las ciencias sociales. Como señala Adorno en su conocido aforismo, "La ciencia necesita a los desobedientes". Por lo tanto, no es inusual que una idea o un pensamiento sea expulsado de la universidad, y no siempre significa que lo que se ha expulsado sea sin valor e inválido. Sin embargo, aparte del hecho de que la idea expulsada es "desobediente", si esa idea genera "obediencia", debe cuestionarse en términos de pensamiento científico y producción científica. Adorno define lo "desobediente" de la siguiente manera: "La luz del conocimiento ni siquiera puede iluminarse a sí misma si no hay salvación del sufrimiento. Una ciencia sin la expectativa de emancipación es solo una reconstrucción, una técnica" (Jay, 2001, p. 15). El hecho de que las puertas de la "academia" se cierren a una idea o un investigador, mientras que el "mundo empresarial" da la bienvenida a una idea o un investigador, señala la utilidad de esa idea para el capital. Como se menciona en un artículo, comprender las generaciones, entender los 'sistemas generacionales', mientras se agrega 'otro músculo poderoso a la empresa', 'no destruye repentinamente tus áreas de lucha en el sistema organizativo', 'actúa como una poderosa 'lente' para analizar y dar sentido a ciertos patrones de comportamiento' (Kuran, 2017), es en realidad una técnica de reconstrucción, una técnica realizada bajo la apariencia de la ciencia. La función del conocimiento y la ciencia no debería ser crear corporaciones con músculos aún más poderosos, sino asegurar la liberación de aquellos que perecen bajo estos músculos poderosos, los oprimidos. Como lo expresa Bourdieu, "la sociología es un deporte de lucha". Este deporte debería practicarse no para fortalecer aún más las estructuras cuyos músculos han crecido en exceso, sino para resistirlas.

Sobre esta base, para explicar la contradicción basada en la interpretación fragmentada de la vida social, sería útil y funcional examinar las definiciones comúnmente utilizadas de las generaciones. La Generación Silenciosa, los Baby Boomers, la Generación X, la Generación Y, la Generación Z y la emergente Generación Alfa, según las definiciones comúnmente utilizadas y conocidas, se refieren a diferentes segmentos de la población dentro de un siglo, algunos de los cuales hemos dejado atrás y otros de los cuales todavía estamos experimentando.

El grupo definido como la Generación Silenciosa incluye a aquellos nacidos en la década de 1920. Se sabe que la definición de la Generación Silenciosa apareció por primera vez en la revista Time en 1951. En un artículo publicado en Time, la Generación Silenciosa se define como una generación que "trabaja bastante duro y dice casi nada", "con algunas raras excepciones, la juventud está lejos del estrado", "no emite manifiestos, no da discursos ni lleva carteles". El artículo analiza el significado del "silencio" preguntando qué esconde, e incluye una pregunta sobre la posibilidad de ancianos sordos en lugar del silencio de los jóvenes (People: *The Younger Generation*, 1951). Esta generación también ha sido descrita como la Gran Generación en un popular libro del periodista de televisión Tom Brokaw. El hecho de que millones de

personas que vivieron los períodos más turbulentos de la historia moderna ahora sean etiquetadas como 'silenciosas' por los científicos sociales parece requerir alguna explicación. Aquellos que nacieron en la crisis de 1929, los que mataron y fueron asesinados en la Segunda Guerra Mundial y la Guerra de Corea.

La clasificación de los *baby boomers* dentro de los estudios generacionales se desarrolló en las sociedades occidentales para definir a aquellos nacidos después de la Segunda Guerra Mundial. La caracterización de los *baby boomers* se refiere al aumento de la población observado como resultado del fin de la guerra y la mejora relativa en los niveles de bienestar después de la disminución de la población causada por la pérdida de vidas en la Segunda Guerra Mundial. Aunque esta caracterización se refiere a condiciones en países occidentales que estuvieron en primera línea de la Segunda Guerra Mundial, no es posible decir que la definición de los *baby boomers* se aplique a Turquía, por ejemplo. El hecho de que una proporción significativa de la población de Turquía perdiera la vida en guerras en primera línea como las Guerras de los Balcanes y la Primera Guerra Mundial, así como las dinámicas económicas, políticas y sociales únicas del país, el establecimiento de la República y los desarrollos posteriores, se puede usar para argumentar que la situación que se intenta caracterizar como un *baby boom* encontró su reflejo en Turquía unos 25 años antes que en Occidente. En este caso, la inclusión de la población turca en la definición de los *baby boomers* debería considerarse como una afirmación inconsistente e inválida. El término '*baby boomer*' también se usa en el lenguaje cotidiano, simplificado como '*boomer*'. Esta palabra tiene connotaciones negativas como el conservadurismo, la falta de apertura a la innovación, la obsolescencia e incluso se acepta como un insulto.

El grupo de edad definido como Generación X se refiere a aquellos nacidos a finales de la década de 1960 y 1970. La palabra Generación X se usó por primera vez en el nombre de Generation X, el grupo de música formado por el músico de rock Billy Idol en 1976, o Gen X como se usó más tarde. Sin embargo, la palabra debe su reputación, significado actual y prevalencia a un libro escrito por el autor Douglas Coupland. La popularidad del libro llevó a la apropiación del término Generación X por parte de los medios de comunicación convencionales y así la palabra se infiltró en la conciencia cultural (Gozzi, 1995, p. 331). Como cualquier generación, se dice que la Generación X es una generación 'penitente' que siente que tiene que soportar las cargas de la vida. Como dijo Gozzi, supuestamente habiendo perdido el entretenimiento de los años sesenta, lleno de protestas, sexo, drogas y Rock'n'Roll, se piensa que los Gen X están luchando con el aumento del costo de vida y la disminución del nivel de vida, creyendo que están atrapados en casa y enfrentando el desempleo porque todos los buenos trabajos han sido ocupados (Gozzi, 1995, pp. 332-335). Mientras algunos caracterizan a la Generación X como una generación que no tiene problemas con la autoridad (Kuyucu, 2017, p. 849), otros argumentan que la misma generación se queja y está insatisfecha con casi todo, distante de la burocracia y cínica sobre la autoridad gerencial (Kırık and Köyüstü, 2018, pp. 1501-1502).

Se ha afirmado que su relación con la tecnología es siempre que sea necesario y tanto como sea necesario (Kuyucu, 2017; Kırık and Köyüstü, 2018; Tutgun-Ünal and Deniz, 2020). Algunos estudios caracterizan a la Generación X como la primera generación global y argumentan que los miembros de esta generación tienen características similares en casi todas partes del mundo (Tuncer y Tuncer, 2016 citado en Kırık and Köyüstü, 2018, p. 1501). Si se acepta la inclusividad de la definición generacional como algo obvio, la amplia gama de diferencias entre aquellos que viven las mismas etapas de sus vidas en diferentes geografías, así como en diferentes clases y estratos sociales dentro de la misma geografía, debe explicarse en términos de esta generación. El grupo de edad definido como Generación X pasó su infancia/adolescencia en Turquía durante el golpe del 12 de septiembre.

La definición de Generación Y o Generación del Milenio fue propuesta por Strauss y Howe. Esta definición generacional incluye a aquellos nacidos entre principios de la década de 1980 y mediados de la década de 1990. Hay consenso en que la letra Y se usa debido a su similitud fonética con la palabra en inglés 'why' (por qué). Con esta ambigüedad, se afirma que la Generación Y son personas que cuestionan. La característica más fundamental que distingue a esta generación de sus predecesores y los hace "superiores" es su relación con los medios digitales y plataformas. Si observamos el período en el que se nació y creció la generación a la que se hace referencia como Generación Y, coincide con el aumento de la capacidad, funcionalidad y prevalencia de las computadoras personales (PC), la llegada de teléfonos móviles, el establecimiento de tecnologías de almacenamiento y transferencia de datos como CD/DVD y, lo más importante, la aparición y difusión de la tecnología de Internet. A la luz de estas variables tecnológicas, se ha acuñado el término nativo digital para describir esta situación, ya que la vida de la Generación Y está casi completamente rodeada de tecnología digital. Se cree que la relación con estas tecnologías es también la característica distintiva del segmento de la sociedad caracterizado como Generación Y con sus predecesores. Se considera que esta generación tiene una capacidad extremadamente alta para usar tecnología. No sería una exageración decir que esta generación está casi posicionada como un *übermensch* debido a su relación con la tecnología.

Aquellos etiquetados como Generación Y han sido descritos como "una generación independiente, segura de sí misma, colaboradora, egoísta y diversa" (Yüksekbilgili, 2013, p. 343), "capaces de hacer más de un trabajo a la vez gracias a su capacidad para pensar a un nivel superior, la rapidez de sus procesos de adquisición de información y su alta adaptabilidad" (Mercan, 2016, p. 65). En Turquía, existe la opinión de que la Resistencia de Gezi fue liderada por la Generación Y. Se argumenta que la Generación Y es un grupo de personas que tienen la capacidad de utilizar tecnologías de comunicación digital, tienen una intensa demanda y sentido de "justicia", y su papel en la Resistencia de Gezi se analiza en este contexto.

La generación a la que se hace referencia como Generación Z, a la que se le asigna un papel y función mesiánicos, se define como aquellos nacidos entre la segunda mitad

de la década de 1990 y alrededor de 2010. Se considera importante que esta generación nació completamente en la tecnología digital y la cultura digital. Este período coincide con la proliferación de dispositivos y aplicaciones de comunicación basados en Internet, así como de dispositivos móviles. En este sentido, se dice que la Generación Z es la verdadera generación nativa digital. Se argumenta que la Generación Z es una "generación afortunada que entrará por las puertas abiertas por la Generación Y" y se afirma que "la Generación Y y la Generación Z comparten características comunes como ser ciudadanos digitales de una enorme aldea global" (Çavdar, 2018). Se determina que esta generación es "la generación con la mayor sincronización de habilidades motoras como mano, ojo, oído y similares en la historia de la humanidad" (Serçemeli *et al.* citado en Kırık y Köyüstü, 2018). Tales afirmaciones, que no están respaldadas por datos científicos, destacan como un ejemplo típico de la repetición de las afirmaciones de McLuhan al adaptarlas a las condiciones actuales y embellecerlas con un reclamo evolutivo. En los estudios mencionados en los que se basa esta afirmación, no se encontraron pruebas de campos como fisiología, fisiología, neurología y neurociencia para respaldar esta tesis.

Se afirma que los miembros de la Generación Z siguen de cerca las noticias gracias a la tecnología de Internet (Hafizoğlu, 2021, p. 146) y que pueden romper la jaula que los rodea debido al contenido fragmentado e inconsistente al que están constantemente expuestos a través de los medios y dispositivos digitales, "buscando cosas nuevas cuando quieran debido a sus mentes flexibles" (Hafizoğlu, p. 144). Se cree que la Generación Z, que lleva una vida equipada con tecnología, tiene habilidades en el uso de la tecnología, lo que es "crítico para el éxito de las organizaciones y naciones" (Akduman y Hatipoğlu, 2021, p. 204). Debido a su habilidad para usar la tecnología, se dice que "los órganos sensoriales, el cerebro y los músculos trabajan juntos en armonía", por lo que la Generación Z puede "pensar y hacer muchas cosas diferentes al mismo tiempo" (Çiçek y Ünlü, 2019 citado en Akduman y Hafizoğlu, 207).

Se asume que la generación definida como Generación Z tiene un amplio acceso a la información y 'verdad' debido a su acceso generalizado a la tecnología digital y plataformas. Con acceso a la tecnología de comunicación digital y los medios a lo largo de sus vidas, se asume que casi todo el conocimiento de esta generación sobre el mundo es infalible y engañosamente preciso. El argumento de McLuhan está en el centro de esta evaluación. No sería incorrecto que los defensores de este enfoque digan que el traje de *Übermensch* hecho a medida para la Generación Y es demasiado ajustado para la Generación Z. Muchos investigadores argumentan que los miembros de esta generación pueden concentrarse en muchas tareas a la vez debido a los dispositivos de comunicación y medios que utilizan, y que esta habilidad es más avanzada que la de sus predecesores.

Dado que el fin del alfabeto latino con la letra Z no se puede considerar el fin de la historia, se necesita una nueva letra para identificar la generación posterior a la Generación Z. La solución fue retroceder en el alfabeto, pero esta vez comenzando con el alfabeto griego y comenzando con la letra Alfa. La generación Alfa se define como

aquellos nacidos después de 2010 que estaban en la infancia en el momento de este estudio.

## 5. CONCLUSIONES

En contraposición a la afirmación de que la tecnología es neutral, no lo es. Cualquier dispositivo funciona según la intención y el propósito de quienes lo poseen y tienen el privilegio de usarlo, dentro del marco de condiciones sociales. Tanto la máquina de vapor como las tecnologías de producción robótica adquieren significado dentro del marco determinado por si hay o no un propietario de estos dispositivos y, si lo hay, dentro del marco determinado por ellos. Para los propietarios, estos medios pueden aumentar la producción y maximizar las ganancias. En el caso de la colectivización de la propiedad, pueden producirse resultados como la reducción del tiempo de trabajo y el aumento del bienestar humano. Lo que crea ambas situaciones no son el dispositivo o la tecnología en sí, sino quienes lo poseen, sus intenciones y la socialidad que crean. Porque "la sociedad no es solo una colección de individuos; es la suma total de las relaciones que estos individuos tienen entre sí" (Erdoğan, 2022, p. 55).

En este contexto, los dispositivos y tecnologías de comunicación no son neutrales y no construyen por sí mismos la formación individual y social. La función de los dispositivos y tecnologías de comunicación se puede explicar de acuerdo con las intenciones de quienes los tienen en sus manos, aquellos que pueden controlarlos directa o indirectamente. Como medio de comunicación, el libro adquiere su significado por lo que contiene; el libro no lleva este significado por sí mismo. Esta situación se puede aclarar considerando dos categorías diferentes de libros. Los libros de la categoría de crecimiento personal y autoayuda dan lecciones a sus lectores en línea con la ideología del individualismo. La idea es que todo lo que les sucede a las personas (éxito-fracaso, felicidad-infelicidad, riqueza-pobreza, etc.) es el resultado de sus propias elecciones, y que la única forma de cambiar esto está dentro del individuo. Los libros de este tipo desempeñan un papel importante en el mantenimiento y reproducción de lo establecido. Sin embargo, no se puede decir que los libros como forma de comunicación son los únicos responsables de la difusión de la ideología individualista. Además de los libros mencionados, también hay libros que buscan ampliar los horizontes intelectuales de los lectores y contribuir a sus procesos de pensamiento crítico y cuestionamiento. Como herramienta, el libro no realiza ninguna de estas funciones por sí mismo, no realiza ninguna función por sí mismo, libre de su autor y editor, y el autor no está muerto, como se afirma.

Basándonos en este marco, la tecnología y los medios de comunicación actuales, que intentan abarcar definiciones como nuevos medios y nuevas tecnologías de comunicación, no asumen un papel independiente de las condiciones sociales e históricas. No se puede argumentar que las generaciones definen el mundo de diferentes maneras simplemente por la intensidad de su relación con estas tecnologías y medios. El contenido producido y mediado no es independiente del orden social existente. Por lo tanto, no es la tecnología la que insufla su alma a las generaciones, sino aquellos que tienen la propiedad y el privilegio de usar la tecnología. La visión

del mundo y el marco difundido por las tecnologías de comunicación "anteriores" y el contenido producido por las tecnologías de comunicación "más nuevas" no son incompatibles ni contradictorios. En este sentido, podemos hablar de una continuidad histórica. Dado que las relaciones de soberanía no cambian, puede haber un cambio entre lo "viejo" y lo "nuevo" no en el núcleo, sino en la forma.

Esta imagen fragmentada se agrava por la especialización cada vez más estrecha de las ciencias sociales, conglomerados de conceptos contruidos retóricamente e intentos de explicación teórica que no son coherentes y holísticos. "Esto ha reforzado esta tendencia al fragmentar y comprimir el conocimiento holístico sobre los seres humanos en áreas aisladas de especialización, en la estrecha esfera de las disciplinas, cada una con su propio lenguaje, y al concentrarse en esas pequeñas áreas de la vida en las que es posible la manipulación estadística" (Olmann, 2019, p. 17).

Al observar las determinaciones y afirmaciones hechas con un enfoque en las generaciones, se puede decir que la variable 'generación' funciona como una especie de horóscopo o profecía para mantener el statu quo y reproducir relaciones de dominación. Tanto la proliferación académica como popular del concepto apuntan a esta tendencia. Las diversas diferencias atribuidas a las generaciones se explican completamente sobre la base de definiciones hechas aparte de la sociedad y la historia. Esto, a su vez, lleva a la transformación de toda práctica humana en un instrumento de mercado, un valor de uso e intercambio. Debería considerarse como una urgencia que el ser humano marcado con letras desate los nudos que intentan atarlos.

## 6. REFERENCIAS

- Akduman, G., & Hatipoğlu, Z. (2021). Kim Bu Z Kuşağı? *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries*, 5(9), 203-226. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijemi/issue/66427/1003852>
- Baran, S. J. & Davis, D. K. (2011). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and future*. Cengage Learning.
- Bell, D. (1999). *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. Basic Books.
- Çavdar, A. (2018, June 14). "Bir kuşağı anlamak, bir dönemi anlamak demek" - K24. <https://t24.com.tr/k24/yazi/evrim-kuran,1829>
- Çiçek, H., & Ünlü, G. (2019). Z Kuşağının Kariyer Beklentileri: Lise Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 447-458. <https://doi.org/10.29249/selcuksbmyd.542996>
- Eagleton, T. (2006). *Kuramdan Sonra [After Theory]*. Uygur Abacı (çev.). Literatür Yayıncılık.
- Erdoğan, İ. (2022). Teoriye Giriş: Kavramlar ve Bilinç Yönetimi in Defne Özönur (Haz.). *Ana Akım Medya Alternatif Medya*, 19-91. Notabene Yayınları.

- Geray, H. (2017). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. Ütopya Yayınevi.
- Gozzi, R. (1995). The Generation X and Boomers Methapors. *ETC: A Review of General Semantics*, 52(3), 331-335. <http://www.jstor.org/stable/42579708>
- Güngör, N. (2018). *İletişim: Kuramlar Yaklaşımlar*. Siyasal Kitapevi.
- Hafizoğlu, Y. (2021). Z Kuşağı Seçmen Davranışları. *Eğitim ve Yeni Yaklaşımlar Dergisi*, 4(2), 141-164. <https://doi.org/10.52974/jena.1035189>
- Harvey, D. (1999). *Postmodernliğin Durumu*. [The Condition of Postmodernism]. Sungur Savran (çev.). Metis Yayınları.
- Jay, M. (2001). *Adorno*. [Adorno] Ünsal Oskay (çev.). Der Yayınları.
- Kırık, A. M., & Köyüstü, S. (2018). Z Kuşağı Konusunda Yapılmış Tezlerin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 1497-1518. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.443304>
- Kuran, E. (2017). *Bir Kuşağı Anlamak*, Martı Dergisi. <https://www.martidergisi.com/bir-kusagi-anlamak/>
- Kuyucu, M. (2017). Y Kuşağı ve Teknoloji: Y Kuşağının İletişim Teknolojilerini Kullanım Alışkanlıkları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(2), 845-872. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.285714>
- Lazarsfeld, P. F. (1937). The Use of Detailed Interviews in Market Research. *Journal of Marketing*, 2(1), 3-8. <https://doi-org/10.2307/1245494>
- Mannheim, K. (1928). *The Sociological Problem of Generations*. <https://acortar.link/6E46WU>
- Marx, K. (2010). *Louise Bonaparte'in 18 Brumaire'i*. [Der achtzehnte Brumaire des Louis Bonaparte]. Tanıl Bora (çev.). İletişim Yayınları.
- McLuhan, M. (2022). *Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsanın Oluşumu*. [The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man]. Gül Çağalı Güven (çev.). Yapı Kredi Yayınları.
- McLuhan, M., & Fiore, Q. (2019). *Yaradığımız Medya* [The Medium is the Message]. Ünsal Oskay (çev.). Nora Kitap.
- Mercan, N. (2016). X, Y ve Z Kuşağı Kadınların Farklı Tüketim Alışkanlıklarının Modern Dünyada İnşa Edilmesi. *KADEM Kadın Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 59-70. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kademkad/issue/48230/610596>

- O'Sullivan, J. (1978). Review of Chance and Circumstance: The Draft, The War, and the Vietnam Generation. In: L. M. Baskir, & W. A. Strauss, *Political Science Quarterly*, 93(4), 680-682. <https://doi.org/10.2307/2150111>
- Olmann, B. (2019). *Diyalektiğin Dansı: Marx'ın Yönteminde Adımlar. [Dance Of Dialectic: Steps in Marx's Method]*. Cenk Saraçoğlu (çev.). Yordam Kitap.
- People: THE YOUNGER GENERATION. (1951, November 5). *TIME.com*. <https://content.time.com/time/subscriber/article/0,33009,856950,00.html>
- Ritzer, G. (2011). *Sosyoloji Kuramları [Sociological Theory]*. Himmet Hülür (çev.). De Ki Basım.
- Schiller, H. (1973). *Mind Managers*. Beacon Press.
- Tedx. (2016, May 18). *Yeni Kuşakları Anlamak | How to Understand the New Generations | Evrim Kuran* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=YJtCZZ5dy-g>
- Tutgun-Ünal, A., & Deniz, L. (2020). Sosyal Medya Kuşaklarının Sosyal Medya Kullanım Seviyeleri ve Tercihleri. *OPUS International Journal of Society Researches*, 15(22), 1289-1319. <https://doi.org/10.26466/opus.626283>
- Wayne, M. (2015). *Marksizm ve Medya Araştırmaları [Marxism and Media Studies: Key Concepts and Contemporary Trends]*. Barış Cezar (çev.). Yordam Kitap.
- Yaylagül, L. (2010). *Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Dipnot Yayınevi.
- Yüksekbilgili, Z. (2013). Türk Tipi Y Kuşağı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(45), 342-353. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/esosder/issue/6159/82800>

## 7. Artículos relacionados

- Abdullah, N. H., Hassan, I., Azura Tuan Zaki, T. S., Ahmad, M. F., Hassan, N. A., Mohd Zahari, A. S., Ismail, M. M., & Azmi, N. J. (2022). Examining the Relationship Between Factors Influencing Political Information Seeking-Behaviour through Social Media among Youths in Malaysia. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 55, 1-15. <https://doi.org/10.15198/seeci.2022.55.e746>
- García-Marín, D. (2021). Las fake news y los periodistas de la generación z. Soluciones post-millennial contra la desinformación. *Vivat Academia, Revista de Comunicación*, 154, 37-63. <https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1324>
- Martín Critikián, D., & Medina Núñez, M. (2021). Redes sociales y la adicción al like de la generación z. *Revista de Comunicación y Salud*, 11, 55-76. <https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281>

Taşbaşı, Kaan.

*Objeción a la investigación generacional en los estudios de comunicación: una crítica teórica*

Pérez-Escoda, A., & Pedrero Esteban, L. M. (2021). Retos del periodismo frente a las redes sociales, las fake news y la desconfianza de la generación Z. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 67-85. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1519>

Sáenz Barrera, A. G., Ganga-Contreras, F. A., & Marañón Lazcano, F. M. (2022). Representación del Millennial en Latinoamérica. Elementos preliminares que definen a una generación. *Revista Opción*, 97, 154-171.

## CONTRIBUCIONES DEL AUTOR, FINANCIAMIENTO Y AGRADECIMIENTOS

**Contribución del Autor:** Kaan Taşbaşı.

### AUTOR:

**Kaan Taşbaşı:** Doctor en Filosofía, Profesor Asociado en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Yeditepe, Departamento de Radio, Televisión y Cine. Realiza investigaciones e imparte conferencias sobre comunicación de masas, sociología de la comunicación, cultura y comunicación.

**Orcid ID:** <https://orcid.org/0000-0003-0837-1191>