

LAS FUERZAS ARMADAS Y LOS MILLENNIALS

Jorge Ibarra Rodríguez (Cedestra)*

Resumen

Se presentan dos puntos de vista para aportar al análisis de la participación de una generación de jóvenes que está teniendo una gran influencia en el siglo XXI. El primero es un trabajo del Centro de Estudios Estratégicos de la Armada enfocado en el rol de la generación millennial en las FF.AA. En el segundo, el autor identifica algunas coincidencias de la generación millennial con la literatura internacional, en base a una encuesta a jóvenes contratados en la Armada de Chile.

Palabras clave: Millennials, Chillennials, generación, liderazgo.

En todas partes del mundo, también en Chile, los medios de comunicación y los investigadores sociales, han puesto su atención en la Generación Y, Generación Internet, Generación Me, pero más conocida como *Millennials* o, para nuestra realidad, *Chillennials*. Las razones son varias, principalmente, se debe a su creciente importancia en el ámbito de los consumidores y como parte de la fuerza laboral.

Justamente, es en esta última dimensión que han surgido una serie no solo de interrogantes sino también de mitos. Por ejemplo, que tienen mucho dinero, que sólo están interesados en viajar, que viven con sus padres para ahorrar y que no se comprometen con sus familias ni con sus trabajos.

Intentaremos una aproximación a este tema, desde la perspectiva de los efectos que podría tener o estar teniendo en las FF.AA. la presencia de dicho grupo etario, toda vez

que, a través de revistas militares de países industrializados, se han publicado títulos como: *"Millennials bring a new mentality: Does it fit?"*, *"How does our structured military culture adapt to this new generation?"*, *"Millennials are too 'self-interested' to pursue military career"*, *"Are millennials compatible with U.S. Military Culture?"*, entre otros.

En el artículo *"Military of millennials"* auspiciado por *Harvard Business School* se señala que la Fuerza Aérea de los EE. UU., habría encargado un estudio al descubrir que oficiales subalternos usaban redes sociales Facebook y Whatsapp, para organizar y dirigir sus unidades.

En Chile, no existen investigaciones sobre esta materia, por lo que hemos recurrido a algunos estudios elaborados para las FF. AA. estadounidenses, teniendo en consideración que los *millennials* de ambos países comparten una cantidad importante de rasgos.

* Vicealmirante. Magíster en Ciencias Navales y Marítimas. Director del Centro de Estudios Estratégicos de la Armada.



¿Quiénes son los *millennials*?

Como primera cuestión podemos señalar que no existe coincidencia entre los autores para definir los años de inicio y corte que comprendería esta generación.

Entenderemos como *millennials* al grupo de jóvenes nacidos entre los años 1982 y 1994, es decir, los jóvenes entre 25 y 37 años. Es decir, jóvenes que se encuentran en las escuelas matrices de la defensa, o bien, en sus primeros grados jerárquicos de responsabilidad en la conducción de personal militar.

Estos han sido testigos y protagonistas de importantes fenómenos socioculturales asociados a internet como el boom de las redes sociales y acceso masivo a la información; además, de los cambios en la conformación y dinámica de la familia.

Características de los *chillennials*

Los *millennials* chilenos se caracterizan por: paridad de género en su conformación, alta concentración en la región Metropolitana y en zonas urbanas; la mayor parte de los miembros pertenecen a grupos socioeconómicos medios y poseen altos índices de acceso a la educación superior.

Respecto a la conformación de sus familias de origen, se registra una baja en los hogares biparentales (jefes de hogar casados o convivientes) y un aumento la participación de las mujeres como

jefas de hogar, durante las últimas décadas. Sus figuras paternas son quienes conviven con ellos diariamente y no, necesariamente, un matrimonio, sino que hay una participación considerable de familias monoparentales, parejas de convivientes (que pueden ser o no sus padres biológicos) y otras figuras. Es decir, sus familias son bastante heterogéneas y variadas. Sin embargo, la caída en la tasa de natalidad ha permitido una paternidad más personalizada e involucrada en la vida de los *millennials*, cuestión que ha tenido distintos efectos en su conducta.

En Chile ya se observan algunos de los efectos del estilo de crianza de los padres sobreprotectores. Según el estudio “Juventudes Sudamericanas” (2009), nuestro país es donde los jóvenes más demoran en sentirse adultos. Entre los 25 y los 29 años, sólo el 30,6% de los chilenos se considera como tal, comparado con el 40,9% de los argentinos y 52,9% de los jóvenes en Brasil. Y aún teniendo hijos, la percepción no cambia: el 37,8% de las mujeres y el 32,1% de los hombres se consideran adultos. Otros son: un mayor egocentrismo y dificultades para establecer relaciones empáticas con otros. Además de dejar tardíamente el hogar de sus padres. Sin embargo, el estudio GfK Adimark (2016), señala que se trataría de un mito y un estereotipo porque:

la gran mayoría de estos jóvenes son primera generación de profesionales de las familias que, con mucho esfuerzo,

lograron costear su educación. Se quedan en su casa, no para ahorrar o para que alguien les lave la ropa. Están devolviéndole la mano a sus padres.

No obstante, hay evidencia que demuestra algunos de los efectos del estilo de crianza anteriormente descrito en la salud mental de los *millennials*.

Algunos especialistas, han planteado que muchos de estos jóvenes sufren de trastornos por ansiedad, producto de su crianza sobreprotegida. En su vida adulta, tendrían problemas para enfrentar lo que nadie les enseñó, desarrollando una relación poco sana con el fracaso y una obsesión con el éxito. A lo anterior, se suma lo ya señalado en cuanto a la conectividad y la dinámica de satisfacción inmediata de los deseos que hizo crecer a los *millennials* en ambientes donde es vital el aquí y ahora y el concepto de lo instantáneo.

Según el estudio de GfK Adimark, ante la pregunta ¿Has experimentado alguna de estas sensaciones en los últimos seis meses?, los encuestados (jóvenes entre 15 y 35 años) respondieron en un 69% que habían sentido estrés, un 63% ansiedad, 42% frustración y 20% rabia.

Esta misma investigación concluyó que la imagen de la generación *chillennials* como una más feliz que la anterior, es también un estereotipo porque, aunque en general "...los jóvenes, siempre, son más felices, los *chillennials* asumen que ser feliz hoy es más difícil que en el pasado. Y la búsqueda de esa felicidad tiene costos."

En cuanto a su relación con la tecnología, en Chile, especialmente, la penetración de la telefonía móvil ha sido muy rápida y potente. Según un estudio de mayo de 2017, el 71,7% de los chilenos cuenta con un acceso a internet, se trata de la mayor cifra en el continente, seguido por Argentina con 68% y, en tercer lugar, se encuentra México y Brasil con 58,2% y 59,6%, respectivamente.

En ese contexto, los *millennials* (en este caso, jóvenes de entre 18 y 34 años) lideran las tendencias que se ven en el uso de dispositivos móviles y conexión a Internet. El estudio reveló que este grupo está conectado a la red 38,5 horas semanales, mediante diversos dispositivos, principalmente *smartphones* porque de ese total, 16,3 horas se consumen solo en su uso.

De acuerdo con la investigación de GfK Adimark, esta presencia permanente de la tecnología en sus vidas ha creado una falsa imagen en torno a la libertad de los *millennials* chilenos. Un 79% de la muestra señaló que la posibilidad de estar conectados 24/7 es lo que realmente los esclaviza hoy, y el 86%, siente que no puede separar lo laboral de lo personal (este porcentaje en los no *chillennials* baja a 66%); manifiestan que la libertad de poder elegir sus horarios se volvió en su contra, e incluso, se observa una revalorización del modelo de trabajo tradicional. Tanto así, que el emprendimiento como ideal de trabajo ha perdido fuerza entre ese grupo etario (el 37% declara que prefiere un trabajo en el que pueda ser su propio empleador versus un 43% entre quienes no pertenecen a la generación *millennials*).

Uno de los principales cambios experimentados por el sistema educacional chileno, en los últimos años, es su orientación hacia un enfoque que busca el enriquecimiento de los aprendizajes mediante la interacción entre los alumnos. Los *millennials* han sido educados en un ambiente donde la colaboración y los esfuerzos grupales se fomentan desde edades tempranas, bajo la supervisión de un adulto quien estructura las actividades, entrega objetivos y evalúa el desempeño del grupo.

Este modelo educativo ha orientado a esta generación hacia la formación de equipos y a veces, también, hacia la especialización roles al interior de ellos, lo que a juicio de algunos investigadores podría haber coartado el desarrollo de otras habilidades tales como la creatividad o el liderazgo debido al acostumbamiento a la supervisión permanente y a la carencia de autonomía. De allí que aspiren a desenvolverse en trabajos de tipo colaborativo, involucrándose en aquellas actividades para las cuales se sienten mejor capacitados, y dejando de lado aquellas que no les acomoda o para las cuales no se sienten preparados, logrando así un buen desempeño en lo que hacen, pero en desmedro del desarrollo de nuevas habilidades.

Millennials y FF.AA.: el caso de EE.UU.

Las FF. AA. de los EE. UU. han abordado este asunto desde diferentes perspectivas. Sin perjuicio de ello, algunos autores reconocen la insuficiencia

de las investigaciones realizadas debido a que se trata de una generación muy joven, cuyos impactos en los diversos segmentos de la sociedad aun no se encuentran suficientemente estudiados como para desarrollar políticas efectivas, especialmente diseñadas para ese grupo etario. Esto incluye el mundo laboral.

En agosto de 2016 se publicó el libro *Warriors and Citizens*, donde se aborda la relación entre la sociedad estadounidense y sus FF. AA. El trabajo surgió de la preocupación de sus editores, respecto a cuáles podrían ser los efectos acumulativos en la relación civil-militar, de estar librando una guerra que no afecta a gran parte de la sociedad estadounidense, durante muchos años. ¿Se habrá producido una brecha entre la sociedad y sus FF. AA. a partir de sus experiencias diferentes? Y de existir ¿se encontrará debidamente definida en aquellas áreas que merecen ser indagadas?

En ese contexto, el estudio "*Young Person 's Game. Connecting with Millennials*", del profesor Matthew Colford de la Universidad de Stanford, analiza la percepción sobre las FF. AA. que tiene dicha generación a partir de su propia experiencia académica.

Este autor consideró como *millennials* a los jóvenes que tienen entre 18 y 29 años de edad.

También denominada generación 9/11 (en alusión al ataque terrorista al *World Trade Center*). Son jóvenes que fueron testigos y crecieron cuando la estrategia de los EE. UU. fue comenzar a retirar su presencia militar en Afganistán e Irak, pero que hicieron su transición a la vida adulta durante la etapa de guerra más larga en la historia de su país.

Están acostumbrados a escuchar noticias sobre *Al Qaeda*, el *Talibán* y la guerra del terror; como asimismo, otros asuntos relativos a la política internacional. Una parte significativa de sus impuestos han financiado la guerra en el Medio Oriente, tanto como los subsidios a la educación superior.

No obstante lo anterior, los *millennials* experimentan una contradicción. Esta es que a pesar de haber crecido en una era de guerra continua, un amplio espectro de esta generación no está familiarizada con las FF. AA., la cultura militar, su estructura y funciones.

Ellos no muestran una posición, abiertamente, antagónica hacia las FF. AA., a diferencia de las generaciones que les precedieron y que vivieron la guerra de Vietnam.

Comprenden que las instituciones armadas son organizaciones jerarquizadas, pero no saben la diferencia, por ejemplo, entre un teniente 2° y capitán de corbeta. Sin embargo, cuando se encuentran con algún miembro del servicio o a este se le pide una opinión sobre las FF. AA. o sobre su rol en la política exterior del país, pueden no percatarse de la autonomía o responsabilidad que éste, en realidad, pudo tener desplegado en Afganistán o la poca influencia que un oficial de alto rango pudo haber tenido en la planificación de la guerra en Irak.

Sin comprender lo básico de la estructura militar y su cultura, los *millennials* son propensos a no valorar la contribución que los miembros de las FF. AA. hacen a la sociedad, culpándolos, equivocadamente, por los errores de otros y, fundamentalmente, malinterpretando la naturaleza de las FF. AA. y su relación con la sociedad civil.

La realidad, descubierta a través de la investigación, es que muchos *millennials*, simplemente, carecen de la información y experiencias necesarias para entenderlas.

Los datos revelaron que estos jóvenes, generalmente, confían en las FF. AA. y sus miembros. Aunque ellos están en desacuerdo con algunas políticas específicas (por ejemplo, la normativa *Don't Ask, Don't Tell*, referida a la diversidad sexual), el liderazgo militar es visto más favorablemente que el de los políticos.

Además, tienen una buena opinión de la ética del trabajo de los veteranos y ven a las FF. AA. como un lugar de oportunidades para los sectores vulnerables y las minorías.

Del mismo modo, este grupo etario tiene poco conocimiento sobre las características básicas de las FF. AA., muestra de ello es que sobrestiman su tamaño, no están familiarizados con los innumerables roles que los miembros del servicio pueden realizar fuera de combate y, frecuentemente, responden con inexactitud sobre otros asuntos. Esto sugiere que no se dan cuenta o no advierten su ignorancia o la carencia de un contacto habitual con estas materias.

Finalmente, los resultados del estudio permitieron al profesor Colford tener una opinión optimista respecto de la percepción que tienen los *millennials* de las FF.AA., debido a que éstos demostraron que están abiertos a conocer y familiarizarse con las FF.AA., a diferencia de lo que se venía sosteniendo en cuanto a que esta generación quería distanciarse de las instituciones de la defensa.

Conclusiones

La mala prensa de los *millennials*, muchas veces, corresponde a una imagen caricaturizada. Su carencia de una ética del trabajo, flojera, egoísmo, falta de compromiso, etc., serían mitos, de acuerdo con los hallazgos hechos por algunos estudios recientes (por ejemplo, el realizado en Chile por GfK Adimark). Y aunque no existe consenso respecto del período durante el cual nacieron los miembros de esta generación, en lo que sí concuerdan los especialistas es que se trata de un grupo etario numeroso y diverso, compuesto por personas que se encuentran en diferentes etapas de la vida, cuestión que hace muy difícil llegar a una caracterización única capaz de identificar a todos sus miembros.

No obstante, existen ciertos atributos que, aunque de carácter general, son propios de esta generación.

En el caso de los *chillennials*, un estudio demostró que ellos comparten con sus pares estadounidenses muchos de dichos rasgos.

En cuanto a su posición respecto de las FF.AA., para nuestro país no existen investigaciones que nos permitan conocer cuál sería ésta, más allá de especulaciones sin fundamento empírico.

Estudios recientes en los EE. UU., concluyeron que considerarlos incapaces de aceptar las críticas, carentes del temple necesario para servir en las FF.AA. o, que tenían una particular animadversión hacia ellas, eran actitudes basadas en mitos. Por el contrario, se demostró que los *millennials* están abiertos a conocer y familiarizarse con las FF.AA.

Cada generación tiene sus particularidades y matices, razón por la cual no piensa ni actúa como lo hicieron sus antecesores. Sin embargo, ese solo hecho no es suficiente para marginarlos o vetarlos de las FF.AA. Una acción como esa podría significar desestimar a muchos de los líderes que deberíamos preparar para que algún día nos reemplacen.

En consecuencia, alejarse de la perspectiva de nuestra propia generación y formar opiniones basadas en evidencia y no en mitos, son pasos fundamentales no solo para entender, sino también para formar a los líderes del futuro.

* * *

MILLENNIALS EN LA ARMADA

Alberto Adriazola Canessa*

El término *millennials*, nace en Estados Unidos por el autor Neil Howe (2000), quien define características y años en los cuales se encasilla esta generación, desde la realidad norteamericana, llamados así por ser la generación que cumplió mayoría de edad en el cambio del milenio (21 años al año 2000), además describe características de éstos, como la independencia en su forma de trabajo, el uso de la tecnología en sus formas de entretenimiento, el uso de redes sociales para sociabilizar, el formato en el cual escuchan música, entre otros.

De acuerdo a lo anterior, contrastado con la realidad chilena, se evidencia un desfase en años, ya que la mayoría de edad en Chile es a los 18 años y la masificación de internet fue a contar del año 2004. Muy importante este último antecedente, porque se le atribuye a esta causa, el acceso deliberado a la información y a la inmediatez de respuestas a todas sus interrogantes; a sus bajos niveles de resiliencia, mala tolerancia a la frustración o al que se aburran fácilmente (Lozano, 2015).

* Capitán de corbeta LT. Magíster en Liderazgo, Academia Politécnica Naval. (albertoadriazola@gmail.com).