

SECCION UNO

Demografía Digital Datos Históricos y la Generación M



La población infantil, un segmento en descenso histórico



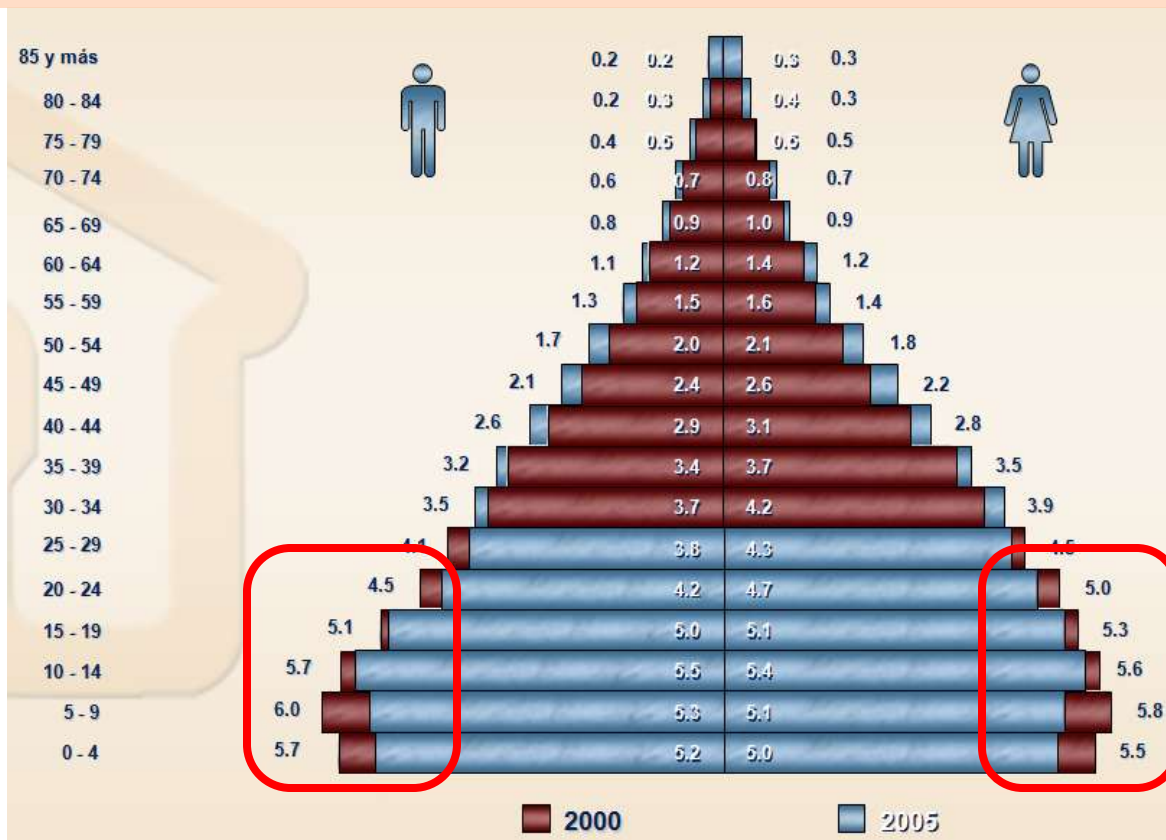
GRUPO DE EDAD	NIVEL	2000	% DE CAMBIO	2030
Población 0 a 14 años	Mundial	1,850,250,000	3.3%	1,910,827,000
	Nacional	33,045,000	-21.5%	25,934,000
	Jalisco	2,158,778	-25.7%	1,604,403
Población de 15-64 años	Mundial	3,390,207,000	50.1%	5,089,906,000
	Nacional	59,298,000	35.0%	79,853,000
	Jalisco	3,681,934	-35.3%	2,384,039
Población 60 años o más.	Mundial	608,691,000	126%	1,377,073,000
	Nacional	7,393,000	202%	22,330,000
	Jalisco	481,290	174%	1,320,000

Se estima que en 2008 en el país residen 31.3 millones de niños y adolescentes entre 0 y 14 años, 1.5 millones menos que los registrados en 1990.

Jalisco observa que el 30.5% de su población total tiene menos de 15 años. En 1990 esta proporción era 38.6%



La población de jóvenes contra adultos, es la más grande vista hasta ahora



La población mexicana de jóvenes menores de 19 años corresponde al percentil 42 de la pirámide poblacional calculada por INEGI en el Censo de Población y Vivienda 2005. Esto es, que cerca del 42% de la población nacional tiene 19 años de edad o menos.

Como la pirámide tiende a estrecharse en su base (la población está envejeciendo), este grupo de individuos representará la más grande población económicamente activa de los próximos 20 años.

La Generación M: generalidades



Así se les denomina a los nacidos a finales de los 80 y mediados del 2000.

Un joven miembro de esta generación típicamente hará uso de **múltiples** canales de comunicación durante el día, viendo fotografías, videos y *posts* en determinadas Sociedades Virtuales (SNS, por sus siglas en inglés: *Social Network Sites*) mientras conversa con sus contactos de Mensajería Instantánea (IM: *Instant Messenger*), escribir mensajes de texto por medio de su teléfono celular o en su defecto hablar por teléfono mientras ve programas en la televisión y escucha música a través de dispositivos *MP3* o *iPod*; todo esto al mismo tiempo que hace sus tareas escolares en la *PC* o *Laptop*.



Fuente: Riestra, Canek – *Definición de Perfil Socio tecnológico de la juventud local: Generación M. Tesis, México, 2008.*

La Generación M: la movilidad en su actitud



La **M** de la definición de esta Generación, viene de la presencia de los conceptos con prefijo **Multi (Multifunciones, Multitareas – Multitask)** y la existencia de los dispositivos *Móviles* utilizados para este efecto (teléfonos celulares, *iPods* o reproductores *MP3*, *Laptops*, redes inalámbricas y dispositivos *Wi-Fi*).

Añadiendo además, que estos dispositivos representan **múltiples canales de comunicación** que los jóvenes de esta generación ha adoptado como medios de socialización.



La Generación M: técnicos hijos de empleados aburridos



Son hijos de la última generación registrada hasta 1981 denominada Generación X, que entre sus características resalta la indiferencia y poca respuesta hacia los medios masivos de comunicación tradicionales – Televisión, radio, periodismo y medios impresos varios - considerándolos en su contexto como parte inherente e inevitable de sus vidas.

La poca respuesta hacia los medios y la constante presión laboral y competitiva de la que son blanco ha propiciado que el esquema y dinámica familiar de las dos últimas décadas haya dado un vuelco. Ambos padres se ven obligados a trabajar, por lo que las relaciones en familia se debilitan y sus hijos – la **Generación M - van quedando a merced de otros sistemas de aprendizaje y desempeño, apoyados en el desarrollo de la tecnología y redefiniendo la percepción de la vida social.**



Fuente: Riestra, Canek – Definición de Perfil Socio tecnológico de la juventud local: Generación M. Tesis, México, 2008.

La Generación M:

Características Generales en un contexto teórico



1. Están altamente expuestos a medios de comunicación.
2. Tienen un alto acceso a la tecnología en sus hogares.
3. Están permanentemente ocupados, capaces de desempeñarse en entornos físicos al mismo tiempo que en tecnológicos.
4. Son diferentes en el uso e interpretación de sus medios conforme difieren demográficamente.
5. No tienen ninguna restricción por la parte familiar.
6. Aceptan cualquier medio de comunicación, tanto viejos como nuevos.
7. Usan varios medios de comunicación de manera simultánea.
8. Están completamente identificados con la Internet, y generan material intelectual en el proceso.
9. Construyen y mantienen una vida social activa por medio de la Internet.
10. Protegen su identidad virtual, al mismo tiempo que la estimulan.
11. Dependiendo del grado de inmersión en los medios de cada uno, es el esquema de comunicación que prefieren utilizar: Existe un sub segmento de la Generación M llamados “Súper comunicadores”.
12. Utilizan el Internet como canal de información fundamental.
13. Están sumamente ligados a la tecnología, considerándola parte de su vida diaria.

