

## **Millennials construyendo un mundo con valores femeninos**

Comúnmente, se piensa que la sociedad se caracteriza por un enraizado individualismo y una competencia feroz, sin embargo, expertos políticos en Estados Unidos de América quedaron desconcertados porque las opiniones políticas de los jóvenes adultos (*millennials*), develaron un secreto.

La perplejidad alcanzó su punto máximo en las elecciones de EE.UU. cuando las mujeres jóvenes, en lugar de unirse a la oportunidad de elegir a Hillary Clinton como la primera presidenta del país, optaron por un senador de 74 años de Vermont llamado Bernie Sanders. La confusión resonó en los medios de comunicación, porque parecía que los *millennials* abandonaban los principios del “sueño americano” y lo sustituían por el “sueño danés” de seguridad en la clase media (Gerzema & D’Antonio, 2017, p. 63).

El secreto yacía oculto en los corazones y mentes de estos jóvenes adultos, como reveló el estudio de John Gerzema y Michael D’Antonio (2013). Los datos indicaron que los *millennials*, tanto hombres como mujeres estaban, profundamente comprometidos con ideales de igualdad y justicia.

Estos ideales no se alinean necesariamente con el feminismo tradicional, sino que reflejaron valores asociados con un tipo de liderazgo femenino. Los *millennials* anhelan un mundo que respete los derechos de igualdad, donde se ofrezcan oportunidades equitativas y se valore la colaboración. Estas cualidades se atribuyen no sólo a las mujeres, sino también a los hombres quienes como Bernie Sanders, no temen abrazar su lado femenino, (D’Antonio y Gerzema, 2017, p. 63).

Pareciera que este cambio generacional, se inclina hacia una visión menos rígida del género humano y se validó mediante una encuesta de actitudes en 13 países realizada por Gerzema y D’Antonio (2013).

Los *millennials*, aunque no estuvieron exentos de ideas estereotipadas, mostraron apertura hacia mujeres líderes y las asociaron con rasgos como la paciencia y la planificación a futuro. Dijeron creer que las empresas con líderes mujeres tenían más probabilidades de tener éxito y que la sociedad sería más justa con mujeres en el poder.

Reconocían la gestión agresiva y jerárquica como “valores masculinos” y encontraron valor en un liderazgo más inclusivo, comunicativo y colaborativo, rasgos tradicionalmente asociados con las mujeres. Algunos de los rasgos asociados al liderazgo y los valores femeninos fueron la expresividad, la planeación a futuro, la capacidad de ser razonable, leal y flexible, así como la colaboración, la paciencia, la capacidad de intuición, el apasionamiento, la empatía y el desinterés (Gerzema, 2013).

¿Los *millennials* buscan una vida significativa más allá de las trayectorias profesionales tradicionales?

Gerzema y D’Antonio (2017, 64) entrevistaron a diversos *millennials*, entre ellos, Eriko Yamaguchi de Japón y Catalina Cock Duque de Colombia: En el caso de Eriko Yamaguchi, se mostró desencantado después de colaborar con una organización de ayuda internacional, no cumplió con sus expectativas de contribuir al bienestar global y esto lo llevó a buscar otras formas de utilizar sus talentos. Al investigar en internet, decidió ir a Bangladesh, donde se inscribió en una universidad y estudió la economía local. Después de graduarse, fundó una empresa que capacitó a trabajadores locales para producir productos de cuero de alta calidad, bajo la marca *Motherhouse*. Este proyecto no solo fue comercialmente exitoso, sino que reinvirtieron las ganancias en salarios más altos para los trabajadores y en educación gratuita para los niños de la comunidad.

Catalina Cock Duque, por su parte, lideró la Fundación Mi Sangre en Colombia, que ayudó a 30,000 exrebeldes a dejar las armas y fomentó encuentros de paz entre la comunidad y los exrebeldes. En ciudades como Medellín, utilizó programas de arte para combatir la violencia en las zonas urbanas. Catalina describió que estos proyectos le brindaron mayores recompensas frente a las que hubiera obtenido en una empresa convencional, por lo que se define a sí misma como una “idealista pragmática”.

Los datos y las anécdotas recabadas por Gerzema y D’Antonio (2017) confirmaron que los *millennials* son críticos ante los modelos de liderazgo actuales, están menos cómodos con las jerarquías estrictas y en general, han adaptado un pensamiento que tradicionalmente se consideraría “más femenino”. Ya sea en elecciones políticas o en emprendimientos empresariales, los *millennials* buscan construir un mundo con valores asociados al feminismo: colaboración, inclusión y un compromiso con el bien social.

En esta historia en desarrollo, el secreto quedó al descubierto: los valores femeninos desempeñan un papel fundamental en la redefinición del liderazgo, el trabajo y el éxito.

### **Referencias:**

- Gerzema, J. (10 de abril de 2013). The Athena Doctrine: Feminine Values are the Future. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=drUbt-iFIP8>
- Gerzema, J., & D'Antonio, M. (2013). The Athena doctrine: How women (and the men who think like them) will rule the future. Nueva York: Wiley.
- Gerzema, J., & D'Antonio, M. (2017). The Athenea Doctrine: Millennials seek feminine values in leadership. *Journal of Leadership Studies*, 10(4), 63-67.

### **Sobre el autor:**

Dr. Josué Arroyo Aguilar, Doctor en Políticas Públicas por la IEXE Universidad. Maestro en Políticas Públicas por la Universidad Autónoma Metropolitana. Licenciado en Ciencias Políticas por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Profesor de tiempo parcial del Departamento de Relaciones Internacionales y Ciencia Política de la Universidad de las Américas Puebla.

**Contacto:** [josue.arroyo@udlap.mx](mailto:josue.arroyo@udlap.mx)