



GPS CIUDADANO DATAVOZ

¿Es de cristal la generación de cristal?

Generaciones bajo la lupa/ Parte 1

En los últimos años, la forma en que las nuevas generaciones enfrentan los conflictos, la frustración y la planificación del futuro se ha transformado en objeto de debate público. Desde distintos espacios, principalmente en el plano mediático, se ha instalado la idea de que los más jóvenes serían más frágiles emocionalmente, menos tolerantes a la frustración y excesivamente orientados al corto plazo. La etiqueta de “generación de cristal” aparece, así, en abierta contraposición a una supuesta “generación de hierro”, caracterizada por el esfuerzo, la resiliencia y el estoicismo. Pero ¿qué tan bien resisten estas caricaturas cuando se las contrasta con evidencia empírica?

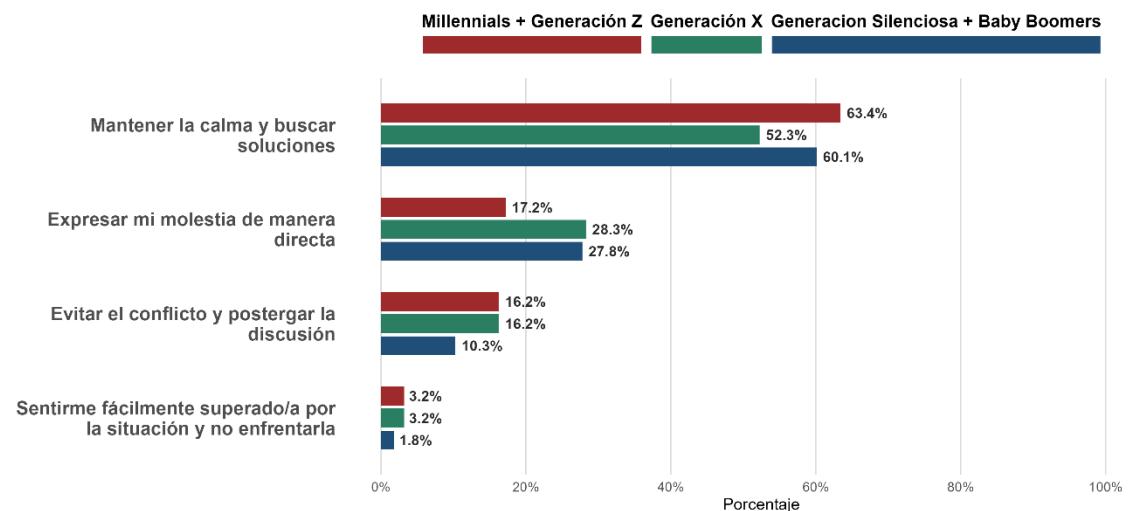
A partir de los datos del GPS Ciudadano de diciembre de 2025, es posible examinar cómo distintas generaciones enfrentan la frustración, cómo se comunican en su vida cotidiana y qué tipo de horizonte temporal priorizan al tomar decisiones. Los resultados invitan a matizar y, en algunos casos, derechamente cuestionar varios de los prejuicios más extendidos.

Manejo de la frustración

Uno de los estigmas más frecuentes hacia las generaciones más jóvenes es su supuesta incapacidad para tolerar la frustración o enfrentar el desacuerdo. Sin embargo, los datos muestran una realidad diferente. En términos generales, la principal estrategia frente a situaciones de frustración o conflicto es mantener la calma y buscar soluciones, opción que predomina en todas las generaciones.

Entre quienes se identifican como Millennials y Generación Z, un 63,4% declara optar por esta alternativa, porcentaje incluso superior al observado en la Generación X (52,3%) y comparable al de la Generación Silenciosa y Baby Boomers (60,1%). Asimismo, expresar la molestia de manera directa es una estrategia menos frecuente entre Millennials y Generación Z (17,2%) que entre las generaciones mayores. Y, de manera relevante, no se observan diferencias significativas entre generaciones en la opción más crítica: sentirse fácilmente superado por la situación y no enfrentarla.

Ilustración 1. En general, cuando enfrento situaciones de frustración o desacuerdo, tiendo a:



Fuente: GPS Ciudadano Diciembre 2025 Q2, n=1217.

Estilos de comunicación

La forma de comunicarse en las relaciones cotidianas ofrece otra clave para comprender las diferencias generacionales. A nivel general, la estrategia más común es adaptarse según la persona con la que se habla (42.2%), seguida por una comunicación directa y franca (30.4%).

No obstante, al observar las diferencias por generación, emerge un patrón claro: la adaptación comunicacional aumenta de manera significativa en las generaciones más jóvenes. Mientras solo un 28,5% de la Generación Silenciosa y Baby Boomers declara adaptar su forma de comunicarse según el interlocutor, este porcentaje sube a 38,2% en la Generación X y alcanza un 51,5% en Millennials y Generación Z.

Cuadro 1: En mis relaciones cotidianas, mi forma de comunicarme se caracteriza principalmente por:

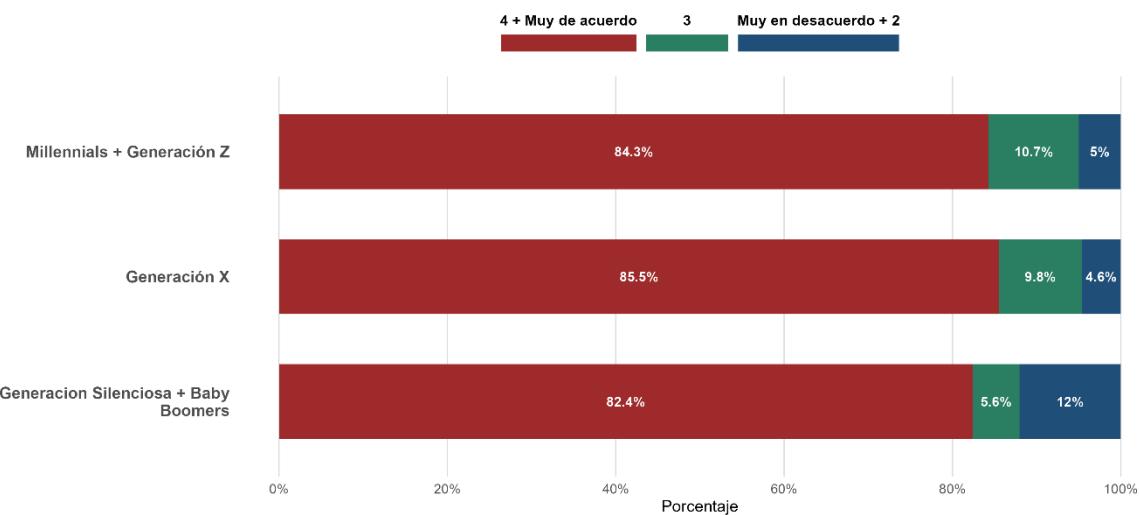
	Total	Generación Silenciosa + Baby Boomers	Generación X	Millennials + Generación Z
Ser directa y franca	30,4	35.0 C	32.9	26.5
Ser cuidadosa y evitar confrontaciones	20,8	26.8 C	25.4 C	14.8
Adaptarse según la persona con la que hablo	42,2	28.5	38.2 A	51.5 A B
Preferir no involucrarme demasiado en discusiones	6,6	9.7 B	3.5	7.2 B

Fuente: GPS Ciudadano Diciembre 2025 Q2, n=1217. Las letras en las celdas indican diferencias estadísticamente significativas con el grupo correspondiente.

Comunicación intergeneracional: menos brechas de lo que se cree

Otro supuesto habitual es que las diferencias generacionales dificultan la comunicación entre personas de distintas edades. Sin embargo, más del 80% de los encuestados declara que le resulta fácil comunicarse con personas bastante mayores que ellos, tendencia que se mantiene al controlar por generación. Solo en el caso de la Generación Silenciosa y Baby Boomers, se observa que el 12% declara estar en desacuerdo con esta afirmación, porcentaje significativamente mayor al del resto.

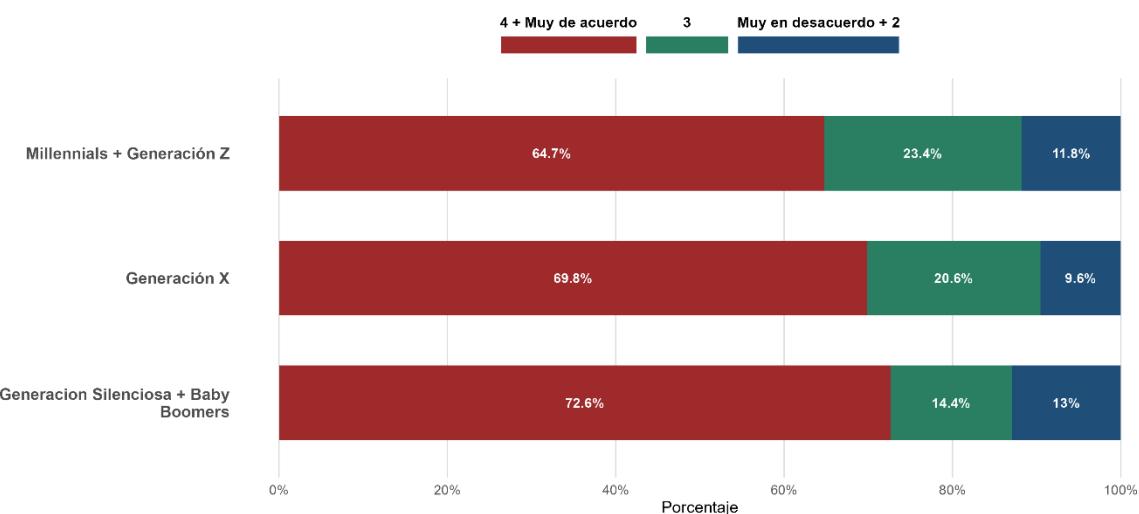
Ilustración 2. ¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones? Me resulta fácil comunicarme con personas bastante mayores que yo.



Fuente: GPS Ciudadano Diciembre 2025 Q2, n=1217.

Algo similar ocurre al evaluar la facilidad para comunicarse con personas bastante menores. En este caso, más del 60% de los encuestados se muestra de acuerdo o muy de acuerdo, sin diferencias estadísticamente significativas entre generaciones para ese nivel de acuerdo. En contraste con el relato del “choque generacional”, los datos sugieren una convivencia comunicacional más armónica de lo que suele asumirse.

Ilustración 3. ¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones? Me resulta fácil comunicarme con personas bastante menores que yo.



Fuente: GPS Ciudadano Diciembre 2025 Q2, n=1217.

¿Quién tolera peor la frustración?

Cuando se pregunta explícitamente por la tolerancia a la frustración entre generaciones, la respuesta mayoritaria es reveladora: depende más de la persona que de la edad. Esta opción concentra el mayor porcentaje en todas las generaciones y alcanza su punto más alto en la Generación Silenciosa y Baby Boomers (58%), cifra significativamente superior al resto. Este hallazgo resulta particularmente interesante, ya que son precisamente las generaciones mayores las que con mayor fuerza rechazan una lectura generacional de la tolerancia a la frustración. En otras palabras, quienes suelen ser ubicados como el “contrapunto” de la generación de cristal son también quienes más relativizan la importancia de la edad como factor explicativo.

Cuadro 2. En comparación con personas de su edad, las personas de otras generaciones suelen:

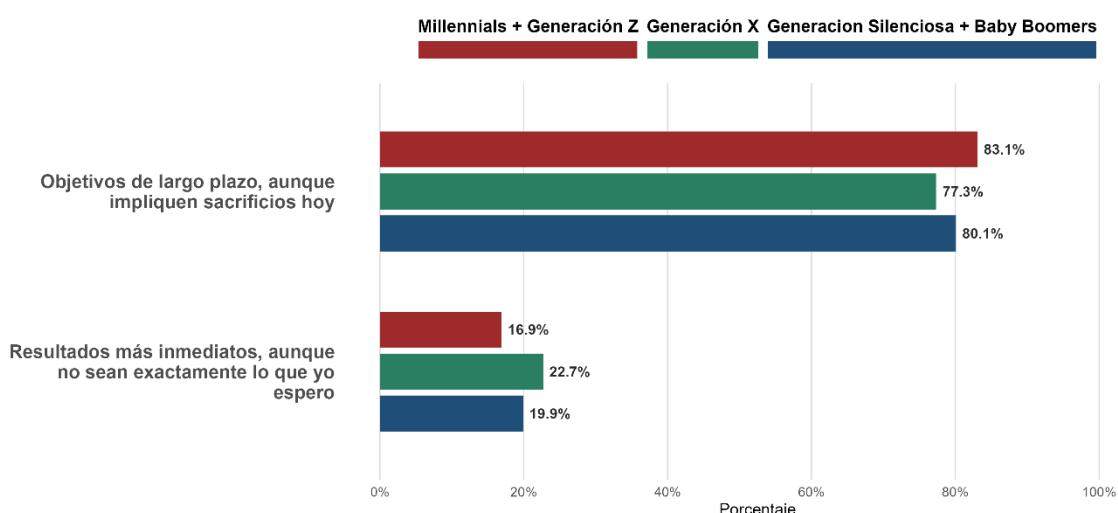
	Total	Generación Silenciosa + Baby Boomers (A)	Generación X (B)	Millennials + Generación Z (C)
Tolerar mejor la frustración	8,0	2.6	9.9 A	9.4 A
Tolerar peor la frustración	38,0	36.2	38.1	38.9
Tener una tolerancia similar	7,7	3.2	8.3 A	9.4 A
Depende mucho de la persona, no de la edad	46,3	58.0 B C	43.8	42.2

Fuente: GPS Ciudadano Diciembre 2025 Q2, n=1217. Las letras en las celdas indican diferencias estadísticamente significativas con el grupo correspondiente.

Corto plazo versus largo plazo

Finalmente, la idea de que las generaciones más jóvenes privilegian la inmediatez por sobre la planificación de largo plazo también encuentra escaso respaldo empírico. De hecho, los datos muestran que Millennials y Generación Z tienden a identificarse incluso más que las generaciones anteriores con la priorización de objetivos de largo plazo, aun cuando impliquen sacrificios en el presente. Si bien las diferencias no son estadísticamente significativas, el solo hecho de que no se observe una orientación más cortoplacista entre los jóvenes ya pone en entredicho uno de los prejuicios más arraigados en el debate público reciente.

Ilustración 4 En general, usted más bien se identifica con personas que priorizan:



Fuente: GPS Ciudadano Diciembre 2025 Q2, n=1217.

Ficha técnica

- **Diseño de investigación:** Estudio cuantitativo no probabilístico. Encuesta online vía correo electrónico
- **Universo:** Personas de 18 años y más que poseen un correo electrónico.
- **Marco muestral:** Base de datos de aproximadamente 1.000.000 de correos electrónicos de personas que habitan en el territorio chileno.
- **Muestra:** 1.217 entrevistas web.
- **Ponderación:** Ajuste post-encuesta considerando Región, Sexo, Edad, Nivel educacional, GSE, Tipo de vivienda y Cantidad de miembros del hogar (Hogares unipersonales). Los parámetros poblacionales de Región, Sexo y Edad fueron obtenidos las proyecciones de población para el 2025 realizadas por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE). Los parámetros de nivel educacional, GSE y Tipo de vivienda provienen de la base de datos de encuesta CASEN 2022, utilizando el factor de expansión regional. El parámetro de hogares unipersonales utilizado proviene del CENSO 2024.
- **Tasas de contacto:** 21.2% (corresponde a la proporción de correos abiertos respecto de los enviados)
- **Tasa de respuesta:** 7.23% (corresponde a la proporción de encuestas respondidas sobre el total de correos abiertos)
- **Método de muestreo:** Muestreo aleatorio simple sobre marco muestral disponible.
- **Periodo de terreno:** 22 al 24 de Diciembre de 2025.