

Percepción del conocimiento en la generación Z: análisis comparativo entre España y México

Perception of Knowledge in Generation Z: A Comparative Analysis Between Spain and Mexico

Ana Rosa Navarro Hernández ^a, José Alejandro Jaime-Vargas ^{a,*}

^a Universidad Autónoma de Guadalajara

* autor por correspondencia

RESUMEN

En este estudio se presenta el análisis de percepción del concepto “conocimiento” con respecto a la generación Z, por medio de una comparación entre jóvenes estudiantes de los países de México y España. La investigación nace de la necesidad de querer entender cómo influye el contexto de las culturas tanto en la parte educativa como en la asociación que tienen con el conocimiento, en un momento donde la tecnología marca nuestras vidas en todos los aspectos, el ofrecer y recibir información se ha vuelto todo un reto. El objetivo se trató de señalar las similitudes y las diferencias con respecto a la percepción de los dos grupos antes mencionados.

Se utilizó el método AGA Análisis Asociativo Grupal, con una muestra de 226 estudiantes, siendo 110 mexicanos y 106 españoles quienes respondieron a la palabra estímulo “conocimiento” con el tiempo para responder de 1 minuto. Los resultados que se pueden observar son que en ambos países la palabra “saber” se presenta como la asociación más representativa, aunque sí existen diferencias semánticas ya que los países son diferentes y los constructos mentales también varían.

Las diferencias que en este artículo se mencionan resultan de una diferencia social y cultural de manera significativa, la cual a pesar de compartir un mismo idioma y de pertenecer a la misma generación, los pensamientos son diferentes y la forma de percibir la realidad también lo es. Al final se puede concluir que las diferencias culturales deben ser tomadas en cuenta en lo educativo, en la elaboración de estrategias educativas, sociales, entre otros. Se puede concluir en este análisis comparativo que las palabras que cada uno de los alumnos expresa significan las construcciones culturales y cognitivas tienen una amplia relación con su contexto. Todo lo anterior con la intención de profundizar en el conocimiento y que no se quede en solo de manera superficial.

Palabras clave: Conocimiento, generación Z, percepción.

ABSTRACT

In this study, an analysis of the perception of the concept of “knowledge” in Generation Z is presented through a comparison between young students from Mexico and Spain. The research arises from the need to understand how cultural contexts influence both the educational sphere and the way knowledge is associated, at a time when technology shapes our lives in every aspect, making the offering and reception of knowledge a true challenge. The objective was to highlight the similarities and differences regarding the perception of the two groups mentioned above.

The AGA method (Group Associative Analysis) was used with a sample of 216 students, including 110 Mexicans and 106 Spaniards, who responded to the stimulus word “knowledge” within a one-minute time

frame. The results show that in both countries the word “saber” (“to know”) appears as the most representative association; however, semantic differences emerge since the countries differ culturally, and their mental constructs also vary.

The differences mentioned in this article result from significant social and cultural variations, which, despite sharing the same language and belonging to the same generation, lead to different ways of thinking and perceiving reality. In conclusion, cultural differences must be considered in the educational field and in the design of educational and social strategies, with the aim of fostering deeper learning rather than remaining at a superficial level.

Keywords: Knowledge, Generation Z, Perception.

■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

1. Introducción

1.1 Conocimiento en la actualidad

Desde el inicio de la historia se muestra un gran interés por dar pasos que favorezcan el conocimiento, primero, de manera teórica y después de forma práctica dando paso al desarrollo del pensamiento crítico, el cual ofrece estímulos y da dirección a los seres humanos, se trata de tener armonía entre las personas, dando el progreso que dignifique a la sociedad y a la convivencia humana. El conocimiento como definición trata del conjunto de las habilidades, experiencias, también valores y el aprendizaje que los individuos a través del tiempo recaban. (Chiavenato, 2007)

Se puede confundir la educación con el conocimiento, pero se debe tratar de diferente forma, ya que la educación está basada en los pensadores quienes los observan como el progreso en la mente humana porque implica avances y de manera forzosa el uso del pensamiento crítico. Solo que existe la situación actual, en donde el ser humano cree que el avance en la educación tiene implicaciones en la parte material y reduce las expectativas de los valores, desigualdad, devastación en diferentes circunstancias de la sociedad. Lo cual conduce al concepto de percepción el cual, según Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017), es el proceso con el que los individuos eligen, organizan, explican los diferentes estímulos del contexto, entorno, y vivencias para resignificar las situaciones.

Para esta etapa de la historia humana el adquirir conocimientos es acumular información y el recuerdo es la potencia cognitiva la cual se agrega a la formación implícita de las verdades que según esto ya están sustentadas en elementos que los datos han ido ofreciendo, pero que a su vez son vulnerables ya que los alumnos o personas que reciben la información pueden ser manipulados en la desinformación lo cual induce a creencias erróneas, prejuicios, o temores sin sentido aparente. Viniegra-Velázquez (2023).

Según Viñas (2023), actualmente la educación y el conocimiento han evolucionado al nivel de tener que hablar forzosamente en las investigaciones sobre el uso de software y Apps que se proyectan como herramientas en donde se comparten contenidos, información, en cuestión de segundos. Lo anterior es interesante debido a que por medio de la tecnología se puede profundizar y llegar a territorios donde antes no se alcanzaba, son estrategias que ayudan a resolver problemas de comunicación actuales.

Ahora bien, existen desventajas como en todos los ámbitos con respecto a la educación híbrida o con el uso de la tecnología, por el ejemplo que se debe tener una excelente organización del tiempo para coincidir en las tareas en común. También que existen personas que no les gusta participar en reuniones en línea o incluso clases en línea, aunque existe el caso contrario donde participan ya que no se cohiben. También sucede que se extraña la interacción con las personas y que la participación sea mejor en vivo, entonces la absorción de conocimientos no sea la misma que existe en línea. (Viñas, 2023).

1.2 Generación Z (GenZ)

Para Collantes y Jerkovic (2024) la generación z también es conocida como la “Gen Z” ya que son descritos como seres humanos “vulnerables, sensibles, cambiantes de estado de ánimo” los cuales vistos como adultos se observan como “menos resistentes” a las situaciones de la vida en general.

Actualmente se han estudiado las generaciones interpersonales debido a su relevancia en la sociedad, empresas, educación y otro ámbitos, la primera que se ha venido estudiando ha sido la Baby Boomer la cual nació entre 1940 y 1960, ellos son conocidos por ser responsables, estructurados, quieren una vida estable, trabajo seguro, una vivienda, un auto y una familia consolidada, en el trabajo se caracteriza por el esfuerzo y el sacrificio, sabiendo y comprendiendo que todo implica un esfuerzo y esta dispuestos a llevarlos a cabo.

A continuación de la generación Baby Boomer se encuentra la generación X, ellos son conocidos como los rebeldes de la historia ya que son personas nacidas entre los años 1960 y 1980, quieren mejores condiciones de trabajo, quieren igualdad en el trabajo y también creen que el sacrificio es parte de la vida cotidiana tanto en la parte laboral como personal, recordar que ellos son educados por la generación Boomer por lo tanto las reglas claras y fuertes marcan su contexto.

La generación Millennial la cual es antecesora de la Z, son personas nacidas entre los años 1980 y 2000, ellos son la generación de milenio, viven, la transición de la tecnología, pasan de lo analógico a lo digital, algunos estuvieron bajo la tutela de los abuelos, ellos consideran que también sentir bienestar entre el trabajo y la vida debe llevarse a cabo, creen en la responsabilidad social empresarial y consideran la importancia de ser conscientes en el medio ambiente (D. Rao, 2017).

La generación “Z” son personas nacidas entre los años 1995 y 2000 a quienes se le atribuyen características donde las capacidades digitales y están más inmersos en entornos digitales, esta generación ya nació con la tecnología y Apps a su alcance y con el conocimiento para usarla, además es importante mencionar que los padres de la Gen Z pensaron en no tratarlos como ellos fueron educados, es decir, con una disciplina más estricta (Collantes y Jerkovic, 2024).

Algunas características de la Gen Z son: a) el dominio de la tecnología y redes sociales b) las amistades virtuales que son funcionales c) no muestra interés por la lectura d) sus habilidades se orientan hacia lo visual e) son sensibles a los problemas medioambientales f) son sensibles contra los actos de injusticia g) reaccionan rápido contra la crítica o rechazo h) son libres pensadores i) sobredimensionan los esfuerzos en general j) sus acciones están basadas en recompensas no tardías k) padecen bastante el sufrimiento. Las características anteriores ofrecen un panorama en el cual se puede captar cuáles son las formas y cuáles no son los medios por los cuales adquieren conocimientos. (Collantes y Jerkovic, 2024).

1.3 Contexto actual de los estudiantes generación Z.

Actualmente, algunos jóvenes de esta generación se encuentran realizando sus estudios universitarios, hay quienes ya están terminándolos y otros ya están inmersos en su campo profesional. Otro factor, como lo menciona Prendes (2018) los estudiantes utilizan la tecnología educativa, la cual ha evolucionado considerablemente en las últimas décadas, desde la teoría hasta la práctica teniendo en cuenta reestructuraciones, transformaciones y reformas en la educación, la Tecnología Educativa (TE) ha tenido protagonismo en esta serie de cambios. El e-learning involucra tecnologías de adaptación y actitudes para el uso de herramientas emergentes en los entornos de aprendizaje y generación de conocimientos, por ejemplo, en las instituciones educativas.

Por otro lado, en el ámbito educativo esperan que sus profesores conozcan y utilicen las herramientas digitales para la enseñanza de sus materias, en las universidades y educación básica se les debe hacer conscientes a los profesores de esta situación en donde los alumnos quieren cada vez más el uso de la tecnología, en ese sentido, es una gran responsabilidad para el profesorado actualizarse y capacitarse en herramientas digitales. (Vizcaya, 2020)

Como se mencionó, los Gen Z viven en un contexto en donde pueden tener comunicación verbal e imágenes en tiempo real con familiares y amistades, lo cual puede generar un uso excesivo del uso de la tecnología, tanto dentro como fuera de su entorno cotidiano, llegando a afectar en algunos casos

las habilidades sociales, generando un alto índice de aislamiento.

La Gen Z también considera que tener mayor educación les abre más oportunidades en el trabajo, ya que, en varios casos, llegan a anteponer la sensación de bienestar laboral, a las necesidades de la empresa, que a diferencia de sus padres y abuelos consideraban que tener una estadía larga en sus trabajos era lo correcto, la Gen Z tienen una serie de actitudes, creencias, normas sociales, las cuales originan conductas diferentes a las de sus antecesores.

1.4 Contexto actual de los estudiantes españoles.

Según Cuevas y Olgún (2024), en su estudio comparativo entre aspectos de aprendizaje entre México y España, resaltan que el protagonismo razonado y social es un aspecto normal hoy en día para lograr el conocimiento, pero también la realidad cotidiana, debe ser una experiencia de certidumbre y conocimiento profundo. Hoy en día la educación debe preocuparse por que los alumnos comprendan a profundidad la nueva información, generando un alcance mayor, y que posteriormente pueda ser utilizado en los diferentes ámbitos laborales, académicos y profesionales. Ellos hablan de la “triple P” la cual es un proceso que se basa en las formas de convivir entre algunos docentes, por ejemplo, en un pronóstico o proyección justo antes de comenzar algún proyecto que también se puede aplicar a los alumnos.

En lo anterior se necesita sinergia, romper paradigmas tanto cognitivos como constructivistas, humanistas y de conductas en donde la participación debe ser constante y la percepción actual se involucra en cada momento.

1.5 Contexto actual de los estudiantes mexicanos, generación Z.

En México la intención para crecer y desarrollarse como país no es ajena a otros países, la necesidad de aumentar los apoyos y las oportunidades en todos los ámbitos de la sociedad no descarta a la duración, y a la adquisición de conocimientos. El objetivo también es el aprovechamiento de los recursos con los que se cuenta, un aspecto importante es la capacitación en el profesorado para utilizar herramientas tecnológicas o simplemente aplicaciones de tipo tecnológico o práctico en donde se pueda ofrecer un conocimiento de calidad al alumnado (Patiño y verduzco, 2013).

De acuerdo con Aviña (2023), para el año 2020 se contabilizaba una población para la Generación Z (10 a 25 años): de 32,259,590 mexicanos; esto es un 25.6% del total de la población.

En un estudio realizado por Ruiz-Vázquez, et al. (2024) con 244 estudiantes de educación superior concluyen en los rasgos de los estudiantes mexicanos que están en esta generación Z con las siguientes características: Apertura a la experiencia, se refiere a son imaginativos, creativos, no conformistas y están abiertos a nuevas experiencias; conciencia: se refiere a que son autodisciplinados, organizados, responsables y orientados a metas; amables: reflejan confianza, la cooperación y la preocupación por los demás, así mismo un rasgo que los distingue es que son extrovertidos, esto significa que son sociables, tienen confianza en sí mismos, sin embargo un rasgo diferentes a los anteriores es que obtuvieron la puntuación más baja en neuroticismo, es decir, una relativa estabilidad emocional. Mencionan que el tipo de liderazgo que más caracteriza a los estudiantes mexicanos es el liderazgo transformacional.

2. Materiales y métodos

2.1 Pregunta de investigación.

¿Cuál es la percepción de la generación Z mexicana y española con respecto al concepto de conocimiento?

En la pregunta anterior se pretende detectar qué piensa y cómo interpreta el estudiante mexicano y español el concepto de “conocimiento” y de qué significado tiene en su contexto educativo y cultural.

2.2 Objetivos.

El objetivo general de esta investigación es generar una aproximación para identificar las principales diferencias y similitudes de semántica y lexicografía con relación al concepto de “conocimiento” entre los alumnos españoles y mexicanos que se encuentren en un rango de edad conocido como generación “Z”.

2.3 Población de objeto de estudio.

Los participantes en esta investigación fueron 110 mexicanos y 106 estudiantes españoles; ambos grupos pertenecientes a la generación Z, (nacidos entre 1997 y 2005) que al momento de aplicarse el instrumento estuvieran cursando sus licenciaturas de áreas económico-administrativas. En total, la muestra fue de 216 (n=216). El tipo de muestreo no probabilístico, técnica seleccionada por criterios de accesibilidad y conveniencia.

Tabla 1. Muestra de participantes en el estudio

Universidad	Femenino	Masculino
México (Guadalajara)	65	45
España (Valencia)	62	44

Elaboración propia 2025.

Con respecto al sexo de los sujetos mexicanos y españoles se presentan los resultados a continuación en la tabla 1, en la cual se observan los datos demográficos donde el 62% son mujeres, 44% hombres, mientras que los mexicanos 65% son hombres y 45% son mujeres.

2.4 Técnica de recolección de datos.

Para fin de este estudio se realizó una comparación en la generación Z de dos países España y México, mediante el estudio cualitativo llamado Análisis Asociativo Grupal (AGA por sus siglas en inglés) en inglés, se pudo llevar a cabo la aplicación de la palabra estímulo “conocimiento” en 106 jóvenes españoles y 110 jóvenes mexicanos los cuales tuvieron 1 minuto para escribir todo lo que llegaba a su mente en 12 renglones disponibles, esta aplicación se llevó a cabo en Google forms para los españoles y en tarjetas físicas para los mexicanos presentándolo como evidencias de los resultados de los mismos.

El Análisis Asociativo Grupal (AGA), también conocido como Técnica de Asociaciones Libres o Redes Semánticas Naturales (RSN), esta técnica tiene como “propósito el aproximarse al estudio del significado de manera natural, es decir, directamente con los individuos, evitando la utilización de taxonomías artificiales, creadas por los investigadores para explicar la organización de la información a nivel de memoria semántica, intentando así, consolidarse como una de las más sólidas aproximaciones al estudio del significado psicológico, y con esto, al estudio del conocimiento” (Valdez, 2005 citado en Castañeda, 2016).

2.5 Instrumento de recolección de datos.

AGA es un enfoque no estructurado, abierto donde se presenta una medida específica de significación basada en la asociación no verbal. El método AGA fue desarrollado para la evaluación sistemática en lugar de hacer preguntas directas, trabaja mediante la reconstrucción de las disposiciones psicológicas con asociaciones libres en temas de estímulo seleccionados estratégicamente.

En cada apartado ya sea digital o físico se encuentra la palabra “conocimiento”. La intención es que al leer esta palabra estímulo, la persona puede escribir en todas las palabras que se pueden asociar con la misma, las instrucciones al hacer esta actividad son que también se escriban palabras y o

frases. Pueden ser objetos, ideas, problemas, etc.

Se le pide a la persona que escriba tantas respuestas por separado como pueda pensar en el tiempo de un minuto por tarjeta. Se trabaja sin prisa, pero haciendo lo posible para escribir el mayor número de respuestas como sea posible.

La primera respuesta es la más importante para el estudio ya que de la que primero llegó a su mente. Los valores, comenzando con la primera respuesta, son 6, 5, 4, 3, 3, 3, 2, 2, 1, 1, 1. Si existe solo una palabra que fue escrita por el sujeto, se colocará en la categoría de “varios”.

La palabra “fuente” corresponde a la respuesta original que dio el sujeto en cada una de las tarjetas o encuestas. Posteriormente se hacen agrupaciones o se categorizan en grupos de palabras semejantes, por ejemplo: “conocimiento”, si se respondió en la palabra original Aprendizaje, aprender etc. se agruparán en una palabra llamada “Aprendizaje”. Posteriormente se crearon categorías donde se agruparon las palabras de acuerdo con las respuestas dadas, que representan las columnas posteriores.

Se realizó una tabla con las palabras que agrupan cada una de las categorías que a su vez pertenecen a las palabras estímulo.

3. Resultados

Como se muestra en la tabla 3, la palabra más relevante y en la posición número uno es “saber”, en España con 31% y en México con 97%, aunque para ambos países es importante, sí se muestran porcentajes con diferencia amplia entre ellos del 66%, en donde se puede inferir que la sabiduría para el mexicano está estrechamente relacionada con la adquisición de conocimientos.

En el segundo lugar vuelven a coincidir los países con la palabra “inteligencia” donde España tiene un 26% y México un 72%, de nuevo, una diferencia importante entre los porcentajes de 46%. Aunque están en el mismo peldaño, más mexicanos relacionan la inteligencia con tener conocimientos.

En la posición número tres se presenta la palabra “aprender” para los españoles con un 19% mientras que los mexicanos tienen la palabra “escuela” con un 54%. Aquí los países presentan conceptos distintos, el aprendizaje se hace notar para España mientras que los mexicanos tienen un lugar físico en mente.

En la posición número cuatro para España se encuentra la palabra “cultura” con 19% mientras que para México se encuentra la palabra “aprender” con 49%, esta postura en particular es interesante porque la palabra española no se encuentra en ningún nivel para los mexicanos, es decir no mencionan “cultura”, mientras que en el caso contrario los españoles si lo hacen con palabra “aprender”. Puede ser que para las personas españolas el conocimiento no solo se comprenda como acumulación de datos sino también una serie de valores, prácticas, información y habilidades que dan fuente a tradiciones, por otro lado, los mexicanos con la palabra “aprender” puede ser que la interpreten como adquisición de manera individual de saberes datos etc. los cuales pueden ser proporcionados en la escuela como en la palabra anterior.

En la posición cinco se tiene la palabra “sabiduría” para los españoles con 19% y para los mexicanos la palabra “cerebro” con 45%. Se sabe que el concepto de sabiduría tiene relación con la comprensión, madurez y serie de conocimientos estructurados para una función la cual también está ligada a la experiencia y al tiempo. Con respecto a los mexicanos, menciona “cerebro” está vinculado a la cognición y la parte neurológica la cual puede estar influenciada por la forma en cómo se desarrolla el aprendizaje y el ofrecimiento de conocimientos.

En el sexto nivel para España es la palabra “cerebro” que esa palabra era la anterior para los mexicanos y ahora para ellos es la palabra “conocer”, con 17% y 42% respectivamente en donde ahora los españoles observan al conocimiento como cognitivo y neurológico, como un lugar físico en donde se almacena el conocimiento. Para los mexicanos con la palabra “conocer” simplemente es la acción de adquirir los elementos para transformarlos y después utilizarlos.

En el lugar siete para los españoles está la palabra “aprendizaje” con 13% y para los mexicanos está la palabra “libros” con 38%, la palabra “aprendizaje” infiere que el proceso es importante y se encamina a la dinámica del conocimiento que se construye y se profundiza, mientras que, para mexicanos, la palabra “libros” indica que se puede materializar el conocimiento y se vincula a los

materiales físicos que transmiten información.

En el octavo lugar se encuentra la palabra “estudiar” con 13% para los españoles y “sabiduría” con 37% para los mexicanos, para los españoles la práctica académica está ligada a la disciplina y al esfuerzo que se puede llevar a cabo, es decir requiere de voluntad y esfuerzo para llevar a cabo la actividad de adquirir conocimientos mientras que para los mexicanos, la sabiduría tiene que ver más con conceptos más profundos, juicios, expertos, comprender temas, datos y que esta información pueda trascender.

En el noveno lugar se encuentra, para los españoles, la palabra “leer” con 32% y para los mexicanos esta la palabra “sabio” con 32%, nuevamente la palabra que eligen los españoles implica formalidad y herramientas claras para poder adquirir los conocimientos y, para los mexicanos, la palabra seleccionada implica el conocimiento ya integrado en donde se puede observar con una figura de autoridad o que ellos identifiquen.

En la décima postura se encuentra la palabra “libros” con 12% para los españoles y la palabra “estudio” con 31% para los mexicanos. Los libros representan el saber sistematizado y estructurado y por ese medio obtener el conocimiento mientras que la palabra “estudio” es llevada a la acción de adquirir conocimientos.

Tabla 3.- Resultados de palabras que más se repiten con respecto al concepto de conocimiento [EA2.1].

España		México	
Palabra	Conteo	Palabra	Conteo
saber	31	saber	97
inteligencia	26	inteligencia	72
aprender	19	escuela	54
cultura	19	aprender	49
sabiduría	19	cerebro	45
cerebro	17	conocer	42
aprendizaje	13	libros	38
estudiar	13	sabiduría	37
leer	13	sabio	32
libros	12	estudio	31

Elaboración propia (2025)

En la siguiente figura se observan la serie de palabras que se explicaron anteriormente correspondientes a España, dando a notar que “saber” es la más representativa, seguida de “inteligencia” y en la postura tres “aprender”.



Figura 3. España.

Elaboración propia (2025)

y el mexicano pueden consultar fuentes como Google Classroom, clases en línea, pero el estudiante mexicano prioriza las instituciones educativas (escuela). El estudiante español puede no necesariamente considerar que va a adquirir el conocimiento formal en la escuela, sino que también puede adquirirlo en fuentes cognitivas rápidas, ejemplo, en medios digitales, ilustrando la coincidencia con Collantes y Jerkovic (2024) y la diferencia con Ruiz-Vázquez et al. (2024).

Estos hallazgos amplían la comprensión de que, a pesar de la similitud lingüística en dos países, (el español), y una generación (la generación “Z”), al coincidir en edades, no significa precisamente que perciban el significado de las palabras de manera igual, sino que depende de contextos culturales en donde se desarrollen los alumnos al concebir una palabra de manera diferente. Esta investigación aporta algo nuevo al comparar contextos hispanohablantes, revelando que, pese a compartir idioma, las diferencias culturales generan percepciones únicas, un aspecto poco explorado en la literatura comparativa (Cuevas & Olguín, 2024). Esto sugiere la necesidad de estrategias educativas culturalmente sensibles: en México, enfatizar herramientas digitales para que se refuerce la idea de que el conocimiento no solo se puede adquirir en instituciones, a través de sus maestros sino también lo que los alumnos pueden conocer fuera de sus aulas; en España, fomentar el aprendizaje cultural para profundizar valores. Por ejemplo, crear actividades digitales como foros virtuales o tareas grupales en plataformas sociales, promoviendo valores compartidos, (Cuevas & Olguín, 2024).

Factores como el acceso desigual a tecnologías educativas (Patiño, 2013) pudieron haber influido en las asociaciones mexicanas más “concretas”, (libros), mientras que en España en entorno más digitalizado (Prendes, 2018) favorece percepciones abstractas (cultura). También pudo haber influido el tiempo para contestar las preguntas, el acceso y facilidad a los medios digitales, el entorno educativo, sin embargo, estas diferencias hacen que el estudio haya sido posible realizar para comparar la percepción en cada país.

4.2 Conclusión

En la actualidad con todas las herramientas que se tienen a la mano para ofrecer conocimiento y con la generación Z siendo hábil para utilizarlas se puede concluir en este análisis comparativo que las palabras que cada uno de los alumnos expresa significan las construcciones culturales y cognitivas tienen una amplia relación con su contexto. La palabra “saber” que se considera la más relevante en ambas culturas, aunque entre ellas existen un 66% de diferencia lo cual implica que para los mexicanos el conocimiento está relacionado fuertemente con aspectos materiales o herramientas como libros, escuela y el estudio mismo.

Mientras que para los jóvenes españoles identifican al conocimiento como algo abstracto y en constante movimiento por medio de las palabras “aprender”, “aprendizaje”, “cultura, lo que puede parecer que la experiencia está ligada a la construcción personal y de la sociedad también. Entonces el español relaciona más a los valores, símbolos e identidad social con los conocimientos.

Otro aspecto interesante es la manera de identificar el conocimiento por ejemplo los mexicanos lo relacionan con temas cognitivos, como “cerebro”, la “sabiduría” o “sabio” y también con la voluntad de tener acciones como “estudio” mientras que los jóvenes españoles también lo involucran con prácticas como “leer” o bien, “estudiar” pero en menor porcentaje lo cual puede dar el enfoque de tener mayor cantidad de caminos o forma de cómo llegar al conocimiento.

Aunque algunas palabras se repiten en ambos países, como “inteligencia” y “sabiduría”, los valores o porcentajes dejan observar datos interesantes como los que ya se han mencionado anteriormente y hacen que las diferencias entre ellos resalten. Se puede decir que el conocimiento también tiene relación con el contexto, historia, cultura, educación, sociedad y características de cada país.

En investigaciones de este tipo será identificar la percepción en temas educativos diferenciando IA, de TIC entre otras herramientas para provocar que el conocimiento sea profundo e interesante en futuras generaciones.

5. Limitaciones y Ética

El estudio sólo se hizo en dos países, dos universidades, alumnos de dos áreas específicas por lo cual no es representativo y en un futuro se pueden explorar estudiantes de otros países, más universidades y otras áreas académicas. En este estudio sólo se abordó la parte semántica y de lexicografía del

concepto de “conocimiento”. Posteriormente se puede abordar otras palabras. Con respecto a la ética se conserva el anonimato de los alumnos y universidades participantes.

Conflictos de interés

Los autores declaran que no existe ningún tipo de conflicto de intereses en relación con la investigación, autoría y/o publicación de este artículo.

Contribución de autores

Dra. Ana Rosa Navarro Hernández, llevó a cabo el estudio con una metodología de manera presencial con alumnos del área económico-administrativa en una Universidad en Valencia, España y en México con alumnos de una Universidad privada en Jalisco, México.

La Dra. Ana Rosa Navarro Hernández y Dr. José Alejandro Jaime Vargas contribuyeron en la redacción de todos los apartados de esta investigación.

Referencias

- Aviña Camacho, I. (2023). La generación Z en el ámbito educativo superior; sus retos. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 11(1), Artículo 77. <http://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/>
- Bresman, H., y Rao, V. D. (2017, August 25). A survey of 19 countries shows how generations X, Y, and Z are — and aren't — different. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2017/08/a-survey-of-19-countries-shows-how-generations-x-y-and-z-are-and-arent-different>
- Castañeda Morfín, A. (2016). Las redes semánticas naturales como estrategia metodológica para conocer las representaciones sociales acerca de la investigación en el contexto de la formación profesional de los comunicadores. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 22(43), 123-168.
- Chiavenato, I. (2007). *Gestión del conocimiento: El nuevo paradigma empresarial*. McGraw-Hill Interamericana.
- Collantes, G., Rubén, D. y Jerkovic, M. (2024). Generación Z: desafíos para la educación superior en el nuevo milenio. *Acción y Reflexión Educativa*, (49), 9-2. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9419421>
- Cuevas Salvador, J., Olguín Guzmán, E., y Retama Guzmán, C. (2024). Postmodernidad educativa: análisis comparado sobre la conexión con el proceso de enseñanza aprendizaje del alumnado universitario de México y España. *Revista Española de Educación Comparada*, (46), 212–230. <https://doi.org/10.5944/reec.46.2025.41779>
- Patiño Galván, I., y Verduzco Rodríguez, M. (2013). Capacitación tecnológica docente, una necesidad urgente para la incorporación de las TIC en escuelas primarias en México. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 2013(10)
- Prendes, P., Solano, I, Serrano, J. y González V. (2018). Entornos Personales de aprendizaje para la comprensión y desarrollo de la Competencia Digital: análisis de los estudiantes universitarios en España. *Educatio Siglo XXI*, 36(2), 115-134.
- Robbins, S. P., y Judge, T. A. (2017). *Comportamiento organizacional* (17ª ed.). Pearson Educación.
- Ruiz-Vázquez, M.H., Rodríguez-González, F.G., y Trujillo-Reyes, J.C. (2024). Personality and leadership style in generation Z: A quantitative study in a higher education institution in Mexico. *Intangible Capital*, 20(1), 170-192. <https://doi.org/10.3926/ic.2383>
- Viniegra-Velázquez, L. (2023). Educación y conocimiento liberador. *Boletín Médico del Hospital Infantil de México*, 80(1), 15-28. <https://doi.org/10.24875/bmhim.22000090>
- Viñas, M. (2023). La educación híbrida y sus herramientas. *Memoria académica compartimos lo que sabemos* 2-9. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.16389/pr.16389.pdf
- Vizcaya M. y Pérez R. (2020). Social Media Used and Teaching Methods Preferred by Generation Z Students in the Nursing Clinical Learning Environment: A Cross-Sectional Research Study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(21). [10.3390/ijerph17218267](https://doi.org/10.3390/ijerph17218267)