



Carles Feixa
Universitat de Lleida



Generació # (Hashtag) **La joventut en l'era hiperdigital**

Full de Ruta



1. Introducció
2. Cronologia
3. Generació @
4. Generació #
5. Units per la Marca
6. Units pel Flow
7. Units per la Indignació
8. Conclusió

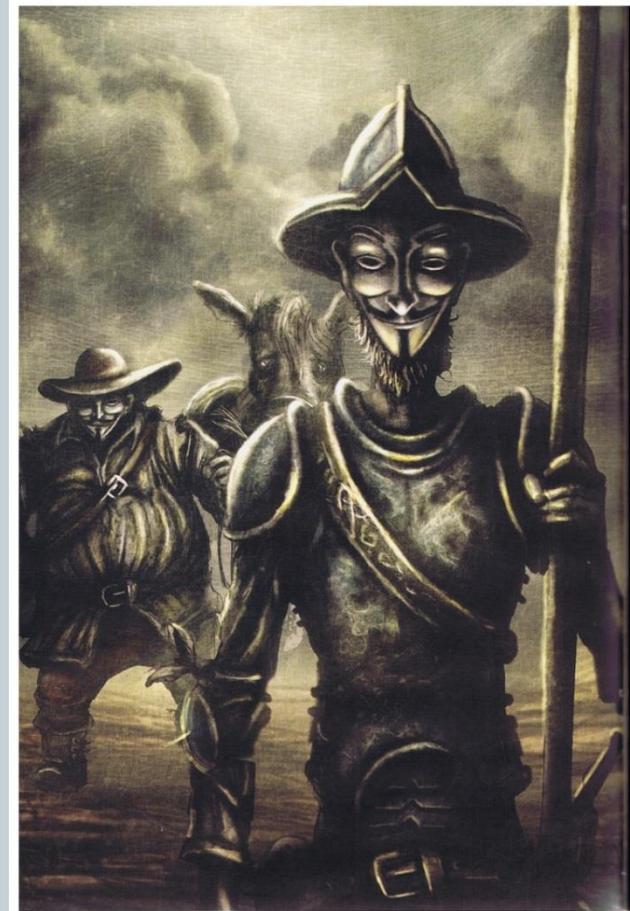
I. INTRODUCCIÓ



- 2011 vs. 1968?
- El “protestant”,
Person of the Year
- El despertar de les xarxes
- El despertar de las places
- Herois Indignats &
Enemies



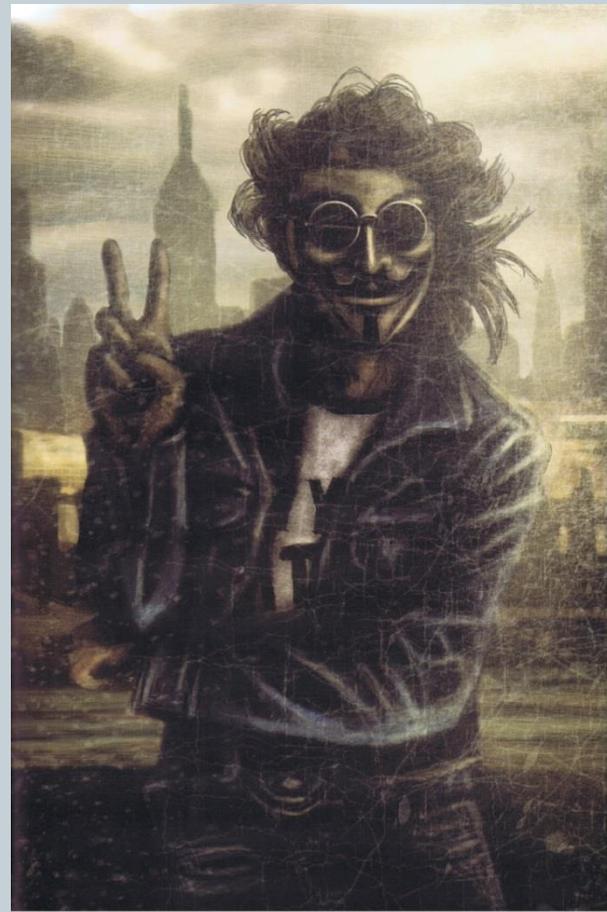
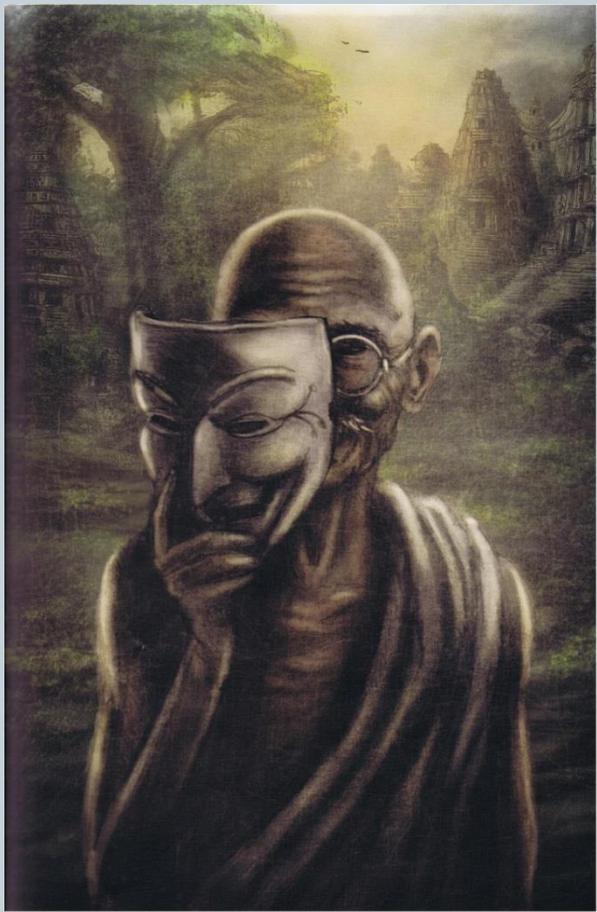
San Jordi vs Don Quixot



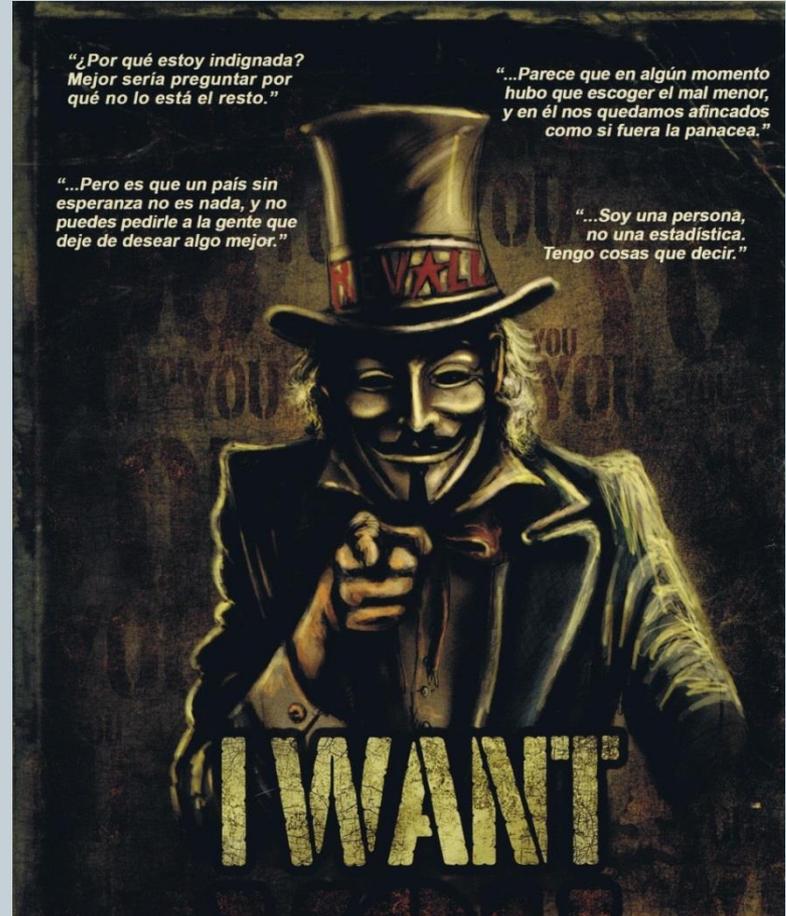
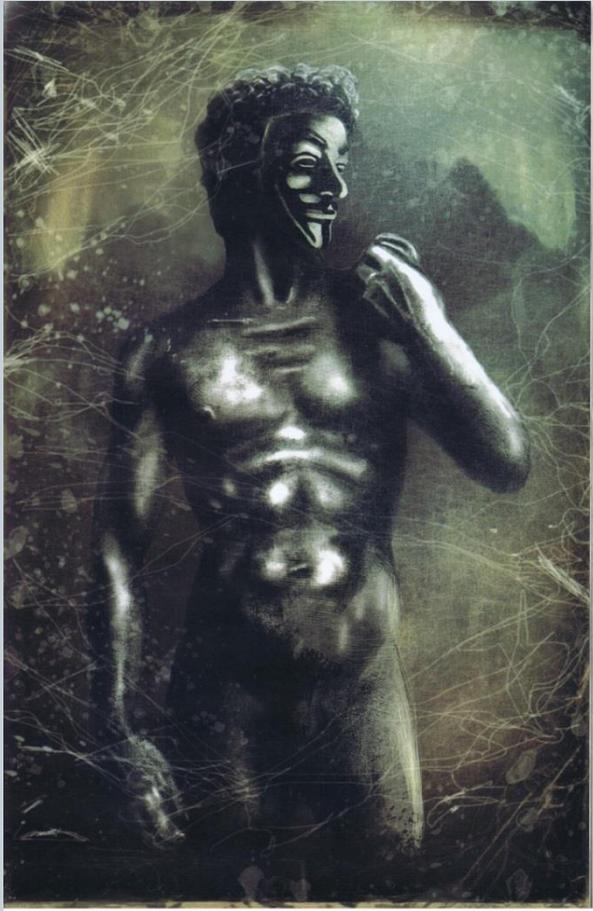
Espartac vs Marianne



Ghandi vs Lennon



David vs Goliath



II. CRONOLOGIA

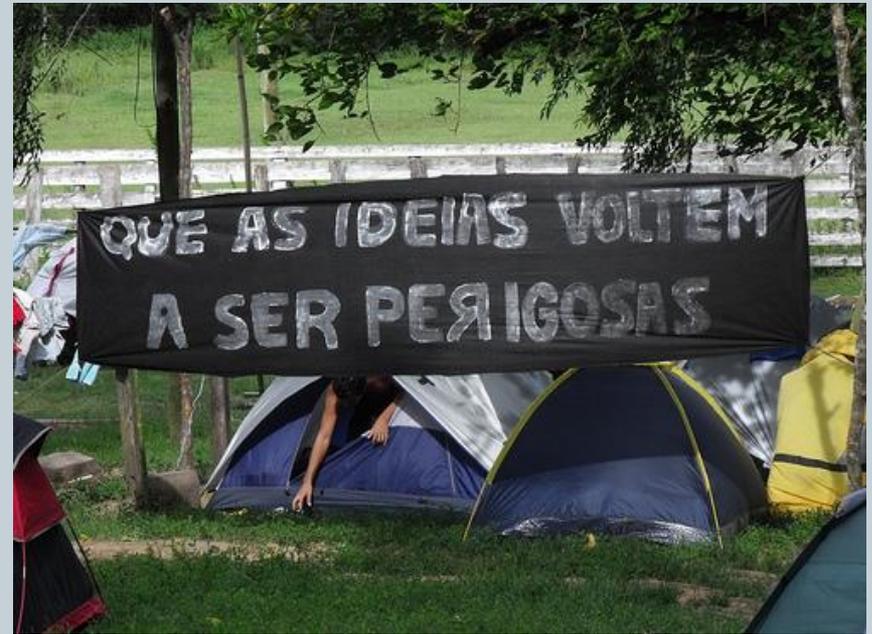


- Fase 1.
Símtomes
(Globals)
- Fase 2.
Tsunami
(Mediterrani)
- Fase 3.
Rèpliques
(Glocals)



Fase 1. Síntomas (Globals)

- 1999: Anti-globalization Movement (Seattle)
- 2001: World Social Forum (Porto Alegre)
- 2003: SMS Revolt after 11M bombing (Madrid)
- 2005: Revolt of the banlieues (France)
- 2008: Greek Winter (Athens)
- 2009: Iran Protests
- 2009: Iceland Crack



Fase 2. Tsunami (Mediterrani)



- 2010 12: Tunisia
- 2011 01: Tahrir (Egypt)
- 2011 02: Arab Spring
- 2011 03: Greek Uprisings Revivals
- 2011 04. Generation to scratch (Portugal)
- 2011 05: 15M (Spain)



Fase 3. Rèpliques (Glocals)

- 2011 06: Pinguinos (Chile)
- 2011 06: Protest against the cost of housing (Israel)
- 2011 07: Suburbs Riots (UK)
- 2011 09: Occupy Wall Street (North America)
- 2011 10: Mane(Colombia)
- 2012 05: #YoSoy132 (Mexico)
- 2013 05: Gezi (Turkey)
- 2013 06: Passe Libre (Brazil)
- 2014 09: Umbrella (Hong Kong)
- 2016 10: #CampamentoPorLaPaz (Colombia)
- Etc, etc, etc.



III. GENERACIÓ @



- *Generación @. La juventud en la era digital* (Feixa, 2000)
- Accés universal (però desigual) a les TIC
- Globalització de la cultura juvenil
- Equitat de gènere



Context: la societat xarxa



- 1995 – 2008
- Globalización económica (neoliberal)
- Globalización cultural (la era de las marcas)
- Migraciones transnacionales
- Expansión de Internet
- Novísimos movimientos sociales (Antiglobalización)
- Extensión de la educación posobligatoria
- Extensión del periodo de la juventud

Significant: l'Arroba (@)



- El término proviene del árabe (الربع ar-rub), 'cuarta parte'.
- XV: Medida de peso. Una arroba equivalía a la cuarta parte de un quintal, es decir, 25 libras en Castilla, 26 en Cataluña y 36 en Aragón (11,502, 10,4 y 12,5 kg respectivamente).
- XIX: precio unitario de un producto (en ingles at = en)
- En 1971 el ingeniero Ray Tomlinson buscaba un símbolo para separar el nombre de la persona del lugar donde estaba. Algunas máquinas de escribir, desarrolladas a partir de 1884, incluían este signo. En inglés, el símbolo @ se lee at ('a' o 'en') y por tanto indica que el usuario está hospedado 'en' el servidor, en vez de ser local
- En la actualidad aparece en las direcciones de correo electrónico y otros servicios en línea que utilizan el formato usuario@servidor o @usuario para el caso de Twitter, Instagram, etc.
- Simbolo de internet - identidad digital

Significat: la Generació Digital



- Se trata según Tapscott de la generación nacida en los Estados Unidos en torno a 1977 (y en el resto del mundo occidental en la década posterior), la generación posterior al baby boom, que en lugar de crecer con la televisión lo hizo rodeada de aparatos electrónicos (en especial de videojuegos),
- Su llegada a la juventud, en la segunda mitad de los 90s (y en España en la primera mitad del 2000), coincidió con la emergencia de internet (en especial del email y del chat) por lo que su educación digital prefiguró la cultura de la interacción que caracteriza a la red.

Tendències



1. Generación X *versus* Generación @
2. Espacio local *versus* Espacio global
3. Tiempo real *versus* Tiempo virtual
4. Sedentarismo *versus* Nomadismo
5. Tribu *versus* Red

IV. GENERACIÓ



- *#GeneraciónIndignada*
(Feixa & Nofre, 2013)
- Multituds intel·ligents
(Smartmobs)
- Identitat posdigital:
avatar, web 2.0, wikis,
blogs
- La generació posglobal
- Protestes 2011



Context: la web social



- 2008, 2011
- Crisis financiera internacional
- Retroceso del estado del bienestar
- Expansión de las redes sociales (Internet 2.0)
- Globalización desigual (norte-sur, este-oeste)
- Crisis de la hegemonía euro-americana
- Nuevos focos en la cultura juvenil (Asia, Africa, AL)
- Movimientos Indignados
- Cultura juvenil posglobal
- Juventudes Yo-Yo

Figura 1 Evolución de las tasas de desempleo por grupos de edad (España, 2005-2012).

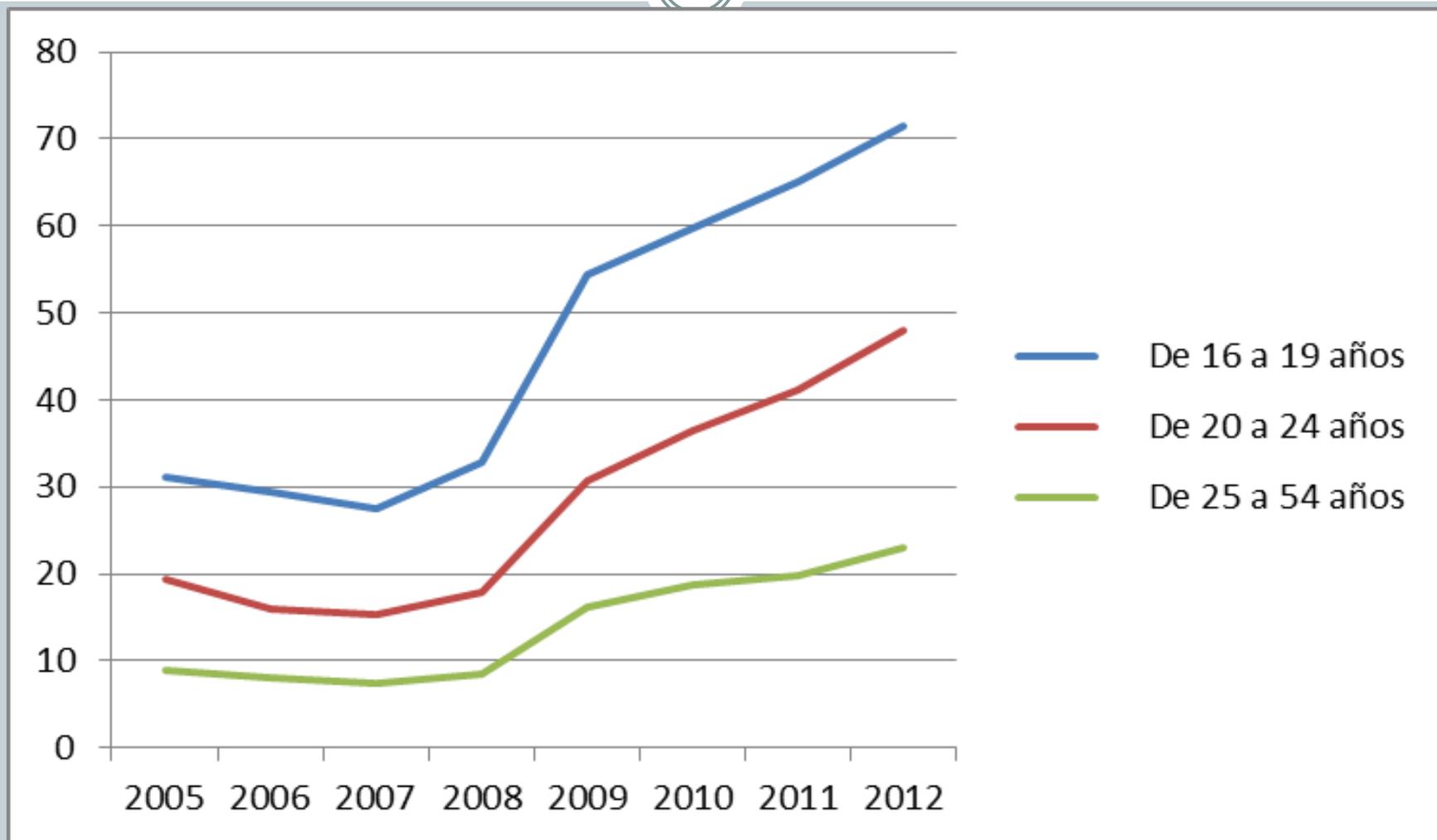
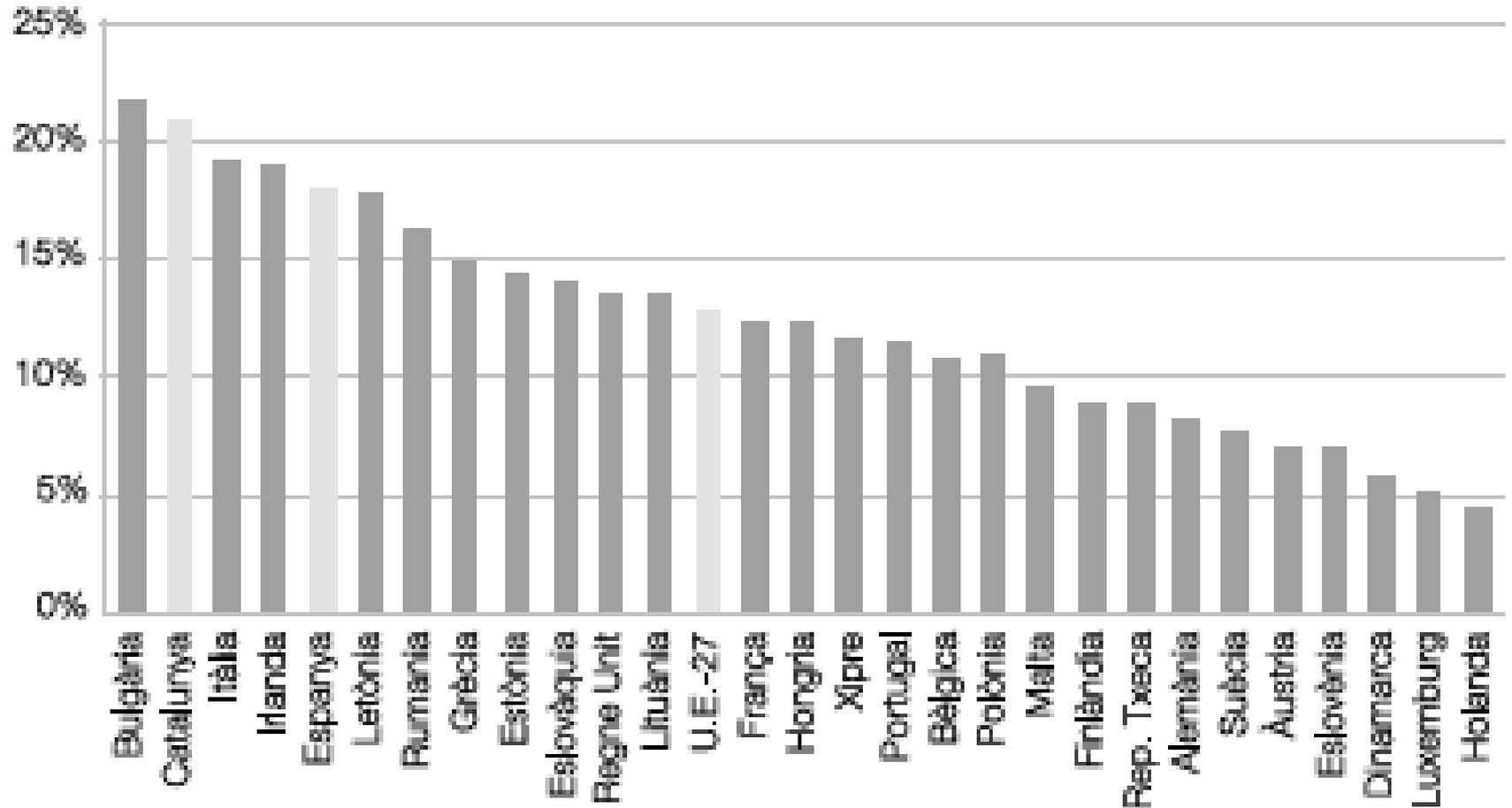


Figura 2. Proporció de joves de 15 a 24 anys en situació NEET. UE-27, 2010.



Significant: el Hashtag (#)



- Hashtag (del inglés hash, almohadilla o numeral y tag, etiqueta),
- Es una cadena de caracteres formada por una o varias palabras concatenadas y precedidas por una almohadilla o gato (#). Etiqueta de metadatos precedida de un carácter especial con el fin de que el tanto el sistema como el usuario la identifiquen de forma rápida.
- Se usa en servicios web tales como Twitter, FriendFeed, identi.ca o en mensajería basada en protocolos IRC para señalar un tema sobre el que gira cierta conversación.

Història



- Fue Chris Messina, trabajador de Google, quien propuso su uso en la red de microblogging para señalar grupos y temas de conversación.. Lo propuso a través del propio Twitter en el que sería el primer mensaje con un hashtag en esta plataforma: how do you feel about using # (pound) for groups. As in #barcamp [msg]?[
- El primer uso por parte del público se atribuye a un residente de San Diego (California), Nate Ritter, quien incluyó #sandiegofire en sus mensajes sobre los Incendios forestales de octubre de 2007.
- Así, el uso de hashtag en Twitter se hizo frecuente en todo el mundo, como en las Protestas electorales en Irán de 2009.
- Desde el 1 de julio de 2009 Twitter añade un hipervínculo automáticamente a todos los hashtag con la búsqueda de estos en el sistema. Su uso de acentuó en 2010 con la introducción de los trending topics“ en su página principal

Difusió



- Los hashtag saltaron a la fama sobre todo durante 2011, en la sucesión de protestas ciudadanas que tuvieron lugar en todo el mundo, de #ArabSpring a #OccupyWallStreet, pasando por #SpanishRevolution.
- En 2012, la Sociedad Americana del Dialecto eligió la palabra hashtag como la mas popular en internet. Su presidente, Ben Zimmer, declaró que el hashtag se convirtió en un fenómeno omnipresente en todo el mundo: en Twitter y otras redes sociales, los distintos hashtags han creado tendencias sociales inmediatas, al ser capaces de expandir mensajes de toda índole.

Significat: la Generació Hiperdigital



- Se trata de la generación nacida en los 90s, educada plenamente en la era digital, cuya llegada a la juventud, en torno al 2010, coincide con la consolidación de la web social, en particular del boom de las redes sociales como Facebook y de la plataforma de microblogging Twitter, pero también con la crisis socioeconómica que dificulta o retrasa su transición a la vida adulta.

Generació YOLO (You Only Live Once)



- Generación 2.0, Google, Facebook, Twitter, Whatsapp, YOLO (You Only Live Once), etc.
- Desde el punto de vista tecnológico, la Generación # supone un *reset* de las claves de acceso a la sociedad del conocimiento, basada en la tendencia hacia la universalización de la conectividad móvil, lo que supone la deslocalización de las conexiones.
- Desde el punto de vista social, supone la emergencia de una cultura “trans”: transculturalismo, translocalismo, transexualismo, transgeneracionalismo.
- Al mismo tiempo, reviven los microgrupos (locales o según afinidades), que tienen en la web social su espacio de comunicación, socialización y acción privilegiado.

Tendències



1. Generación @ vs. Generación #
2. Espacio Global vs. Espacio Glocal
3. Tiempo Virtual vs. Tiempo Viral
4. Nomadismo vs. Translocalismo
5. Red vs. Rizoma

Cronología de nomenclaturas para referirse a las generaciones nacidas bajo el influjo tecnológico



Web 1.0	1998 Don Tapscott Net Generation	2000, 2012 Carles Feixa Generación @	2000 Neil Howe & William Strauss Millennials	2001 Marc Prensky Nativos digitales vs Inmigrantes digitales	2003 Diane Oblinger Generación Milenio
Web 2.0	2006 Amy J. Barton i Diane J. Skiba Net Generation	2008 Imma Tubella, Carlos Taberneró i Vincent Dwyer Generación Internet	2009 Doug Macnamara Echo Gen Y	2011 David White Residentes digitales vs Visitantes digitales	2014 Carles Feixa Ariadna Fernandez-Planells Generación #

Fuente: Fernández-Planells (2016)

Generaciones 1.0 (digitals)



- En 1998 Dan Tapscott encuña en concepto de **N' Generation**.
- En 2000, los sociólogos Howe y Strauss (2000) apostaban por otro término: **Millennials**, para referir-se a la generación de jóvenes nacidos después de 1982 –igual que Tapscott y Williams-. Los *Millennials* se caracterizan por haber modificado su visión de la tecnología y experimentar una mayor empatía con los entornos digitales.
- En 2001, Prensky retoma el significado de *Net Generation* utilizando la denominación '**nativos digitales**'. Éstos se caracterizan por estar acostumbrados a recibir información muy deprisa, procesar distintas tareas en paralelo, preferir interpretar gráficos antes que texto, funcionar y trabajar mejor interconectados, progresar con premios y reconocimientos frecuentes, y jugar más que trabajar seriamente.
- En 2003 Oblinger (2003) habla de la '**Generación del milenio**' para referirse, una vez más, a estudiantes nacidos a partir de 1982, a los que considera fascinados por las nuevas tecnologías, con capacidad de realizar varias tareas a la vez, amantes de la inmediatez y el aprendizaje activo y con habilidades visuales, entre otros rasgos.

Generaciones 2.0 (hiperdigitals)



- Años más tarde, con la consolidación de esta tecnología, Skiba y Barton (2006) hablan de nuevo de *Net Generation* para describir la generación nacida después de 1980 y con unas competencias digitales y de aprendizaje activo a través de la experiencia, la interactividad y la colaboración.
- Es también la *Generación Internet* enunciada por Tubella, Tabernero y Dwyer (2008). Estos autores se refieren a los sectores más jóvenes de la población, que viven en un entorno donde la presencia de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) tiende a ser constitutiva.
- Más recientemente, en 2009, con la llegada de los dispositivos móviles, MacNamara (2009) define cuatro grandes grupos de consumidores de medios de comunicación. Entre las categorías propuestas, se encuentra la *Echo Gen Y –generación Eco Y-* de entre 16 y 28 años, a la que considera la generación de los medios móviles y de las redes sociales.
- David White (2011) actualizó el concepto de Prensky con otra denominación, los *residentes digitales* para diferenciarlos de los visitantes, en referencia a la población adulta o menos avocada a la tecnología.

Web 2.0



Lluís Codina (2009) recoge cuatro componentes principales que representan a la web 2.0:

1. los contenidos creados por los usuarios (prosumidores),
2. las redes sociales,
3. las aplicaciones en línea,
4. las herramientas de colaboración (wikis)

Fernández-Planells añade otros 2 rasgos

1. Multipantallas (Multiscreen)
2. Multitareas (Multitasking)

V. UNITS PER LA MARCA



- Feixa, C. (Dir.), Porzio, L., & Bordonada, M. (fotos). (2004).
- *Culturas juveniles en España (1960-2004)*.
- Madrid: Ministerio Trabajo y Asuntos Sociales.



Estils



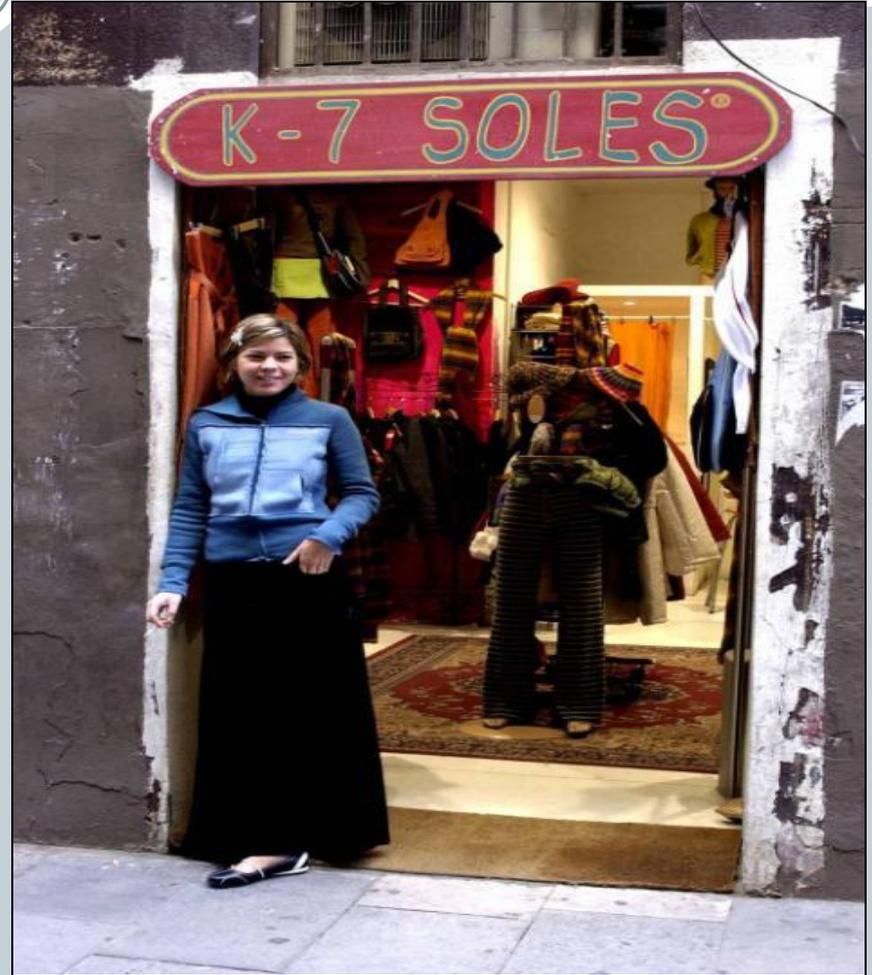
Escenes



Objectes



Consums



VI. UNITS PEL FLOW



- El *Webster Dictionary* define “*flow*” como “*an smooth uninterrupted movement*”, aunque otra acepción es “*a continuous transfer of energy*”.
- En la cultura *hip-hop* se utiliza para denotar movimiento y mezcla, en un sentido musical y corporal, y por extensión también social y cultural.

UNIDOS POR EL FLOW
en el CCCB

Ven a conocer una experiencia social innovadora
Latin Kings, Netas y otros chavales se han unido por el hip-hop

El resultado es un libro, un CD, una obra de teatro y un documental.

Día 30/01/2009
A las 20h, en el Hall del CCCB (C. Montealegre, 5, Raval)
Entrada gratuita

Programa
20h - Videoclip "Unidos por el Flow"
20h15 - Presentación del libro "Unidos por el Flow" - de Fatu Antunes en colaboración con Carles Feixa, Zosen, King Manaba, Don Albert + DJ Bravo y otros
21h - Obra de teatro "Más que Tres" - dirigida por Luz Marina Gil, con Llanero, Lordy, Young MIL, Reina Melodya y DJ Bravo
22h - Documental "Unidos por el Flow" - de Xaime "Chispón" López y Almendra Salazar

www.impacto.org
www.unidosporflow.org
Móv. 645 186 121

En colaboración con

Antecedents



- Jovenes latinos de Barcelona (Feixa et al 2006)
- *Organización Cultural de Reyes y Reinas Latinos de Cataluña* (constituida en agosto de 2006)
- *Asociación Sociocultural, Deportiva y Musical Ñetas* (constituída en marzo de 2007).



Actors



- *Kasal Juvenil de Nou Barris*
- *Ateneu Popular de Nou Barris*
- *Organización Cultural de Reyes y Reinas Latinos de Cataluña*
- *Asociación Sociocultural, Deportiva y Musical Ñetas*
- *Otros jóvenes del barrio*



Metodologia



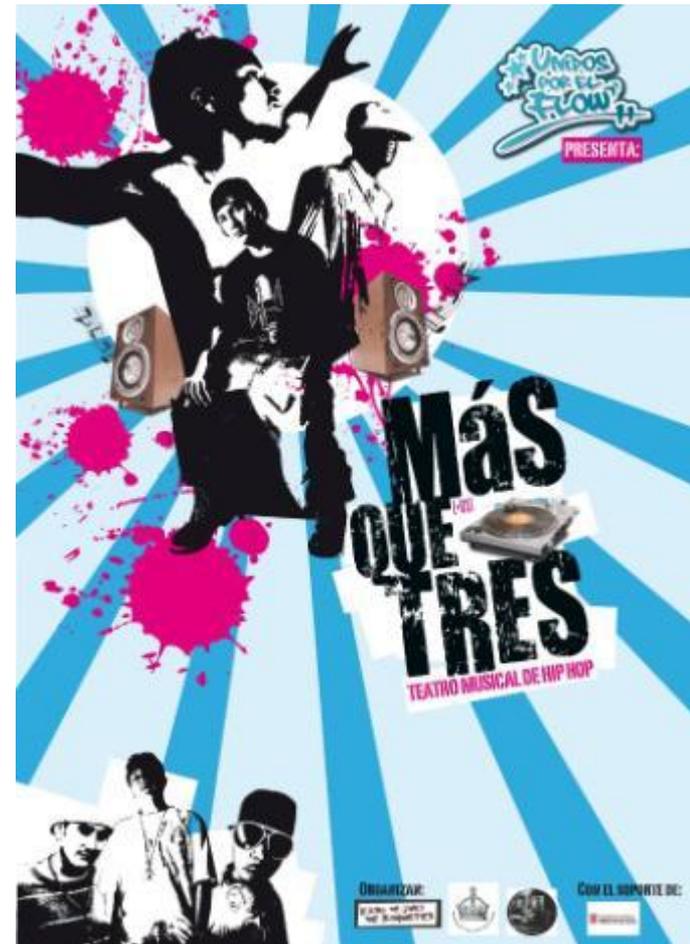
- investigación participativa
- *reflección*
- *hip-hop* intercultural
- K Industria Cultural



Resultats



- Casa de América de Madrid en diciembre de 2008 y en el CCC de Barcelona
- CD
- DVD
- Libro
- *Mas que tres: teatro cultural de hip-hop*



¡Cómo cambian los tiempos!



LLARES

¡Cómo cambian los tiempos!

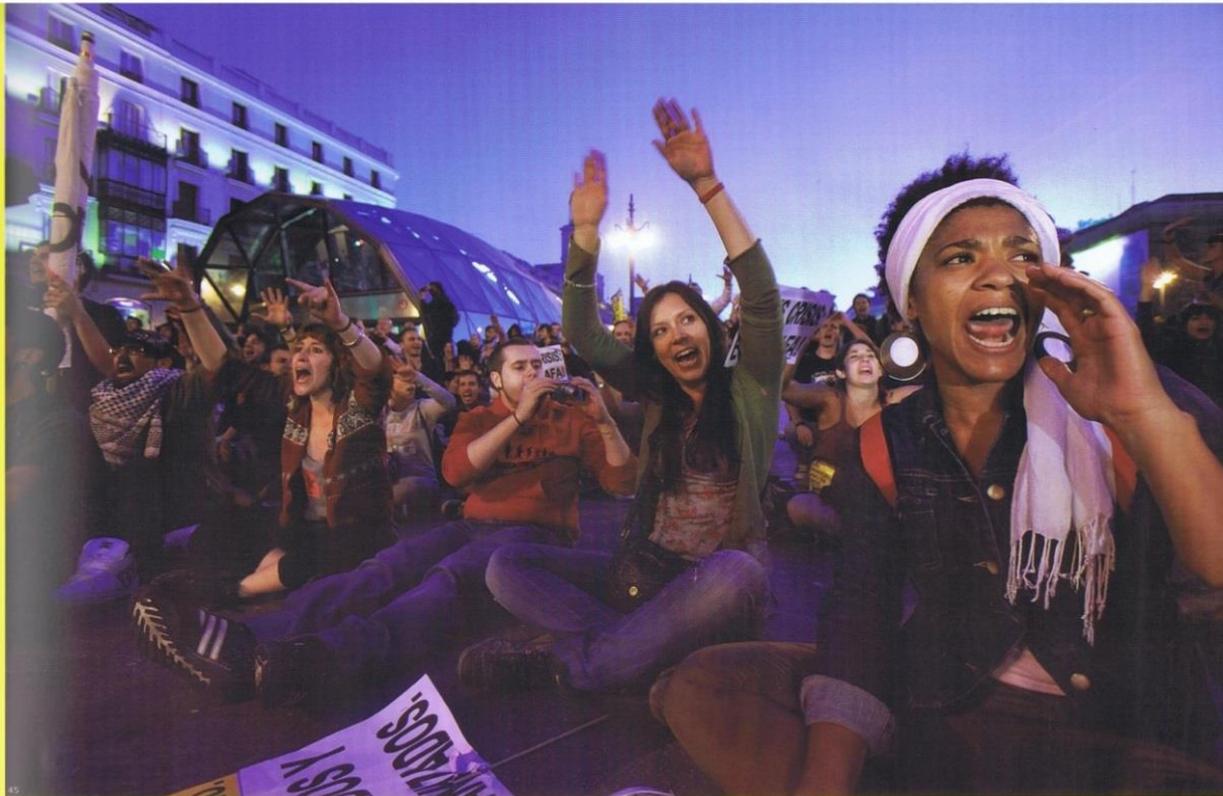
Banda latina
1955



Banda latina
2005



VII. UNITS PER LA INDIGNACIÓ



@buntolo
Algunos de los manifestantes del 15m han decidido hacer una acampada en la Puerta del Sol hasta el día de las elecciones, 22m. En Twitter, mediante el tag #acampadasol puede seguirse la información y transmitir apoyo.

@finhorado
CONTINUA LA MANIFESTACION DEMOCRACIA REAL YA, UNETE! <http://youtu.be/NOLyYrgpI4>

@janguin
#15m "Las barricadas se llaman Twitter" by @kpeiro <http://t.co/UC3saDq>
@lauritaMR15M99
La cosa no se queda en Madrid. Acabo de leer en facebook que en Valencia están yendo a la Plaza del Ayuntamiento. #acampadaSol

@finhorado
Se aplaude de forma simbólica para no hacer excesivo ruido. #acampadasol

@freesty0kz
Mas de 100 personas durmiendo en Sol en Madrid. Difundelo y unete!!
#15m #15mani #tomalacalle #democraciarealya

@noncartolina
100 personas (en aumento) han decidido acampar en la Puerta del Sol de Madrid hasta día 22 como protesta. #15mani

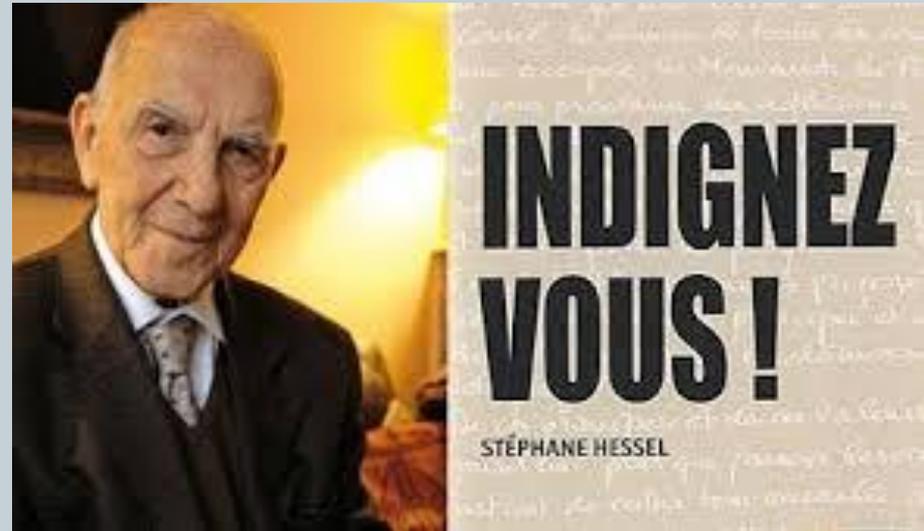
@marzaks
Apoyando a la gente de #AcampadaSol por una #democraciareal #nolesvotes la policía les acaba de decir que tienen q quitar las tiendas

@Bertrandoz
En Madrid deciden acampar hasta el 22M. En Barcelona? Nos sumamos?
#bcn #mani15

¡Indigneu-vos! (Hessel, 2010)



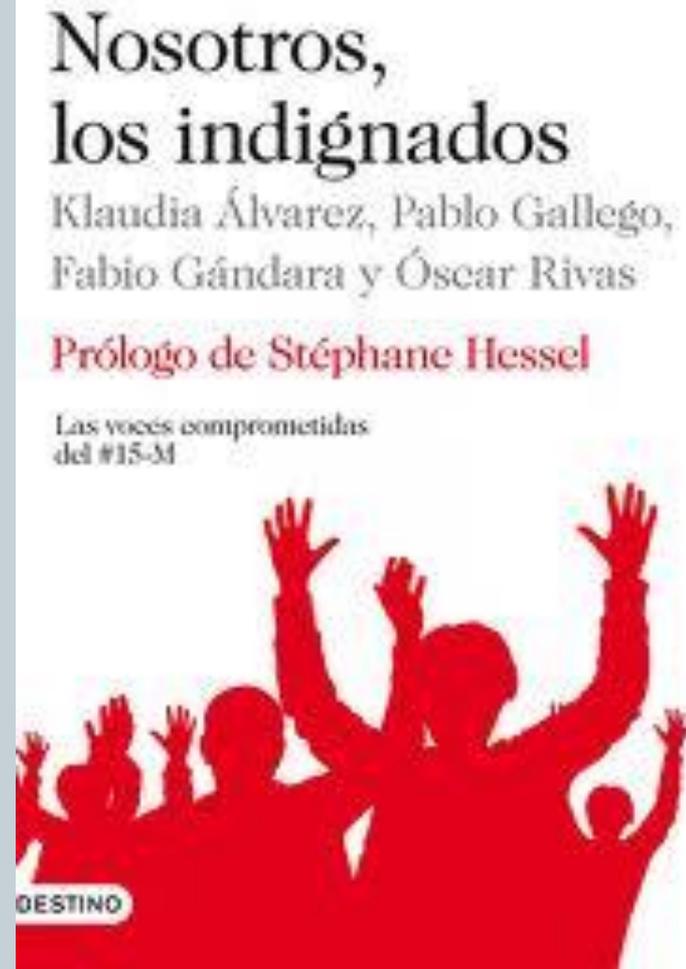
- El motivo fundamental de la Resistencia fue la indignación. (...) Nosotros les decimos [a los jóvenes]: **coged el relevo, ¡indignaos!** (...). Es cierto que la experiencia de alguien tan viejo como yo, nacido en 1917, es diferente a la de los jóvenes de hoy.



Nosotros, los 'indignados' (Gallego, 2011)



- La actual crisis nos afectaba a los jóvenes de una manera desmesurada y comenzábamos a vislumbrar un futuro muy incierto cuando no excluyente. Algunos medios decían que éramos la **Generación Perdida** o la **Generación Ni-Ni**. Yo no lo veía así. A mis veintitrés años, yo soy un sí-sí. Estudio y trabajo.



Actors



ANTES

- **Democracia Real Ya**
- **Juventud sin Futuro**
- Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH)
- Movimiento Anti-Bologna
- Ley Sinde Law (Internet Libre)

DESPUÉS

- Partido X/ Podemos/ IU
- PAH
- Mareas Ciudadanas.
- Redes Sociales
- Procés Constituent

Slogans



- “No somos antisistema, el sistema es anti-nosotros”
- "Sin casa, sin carro, sin pensión...sin miedo",
- "No es crisis, es estafa",
- "No nos falta dinero, nos sobran ladrones",
- "Tu existes, pero tu vives?" "Indígnate!!!",
- "La austeridad para sus guerras",
- "Rico el político y rico el banquero, no con mi dinero",
- "Me gustas democracia pero estás como ausente",
- "Apaga la tv, enciende tu mente", "Kill your television",
- "Pienso, luego estorbo",
- "Familias trabajadoras exigimos solución hipotecas basura",
- "Manos arriba, esto es un rescate financiero“

#AcampadaSol (16 May 2011)



#AcampadaBarcelona (May 22 2011)



#AcampadaTwitter (21 May)



Actors



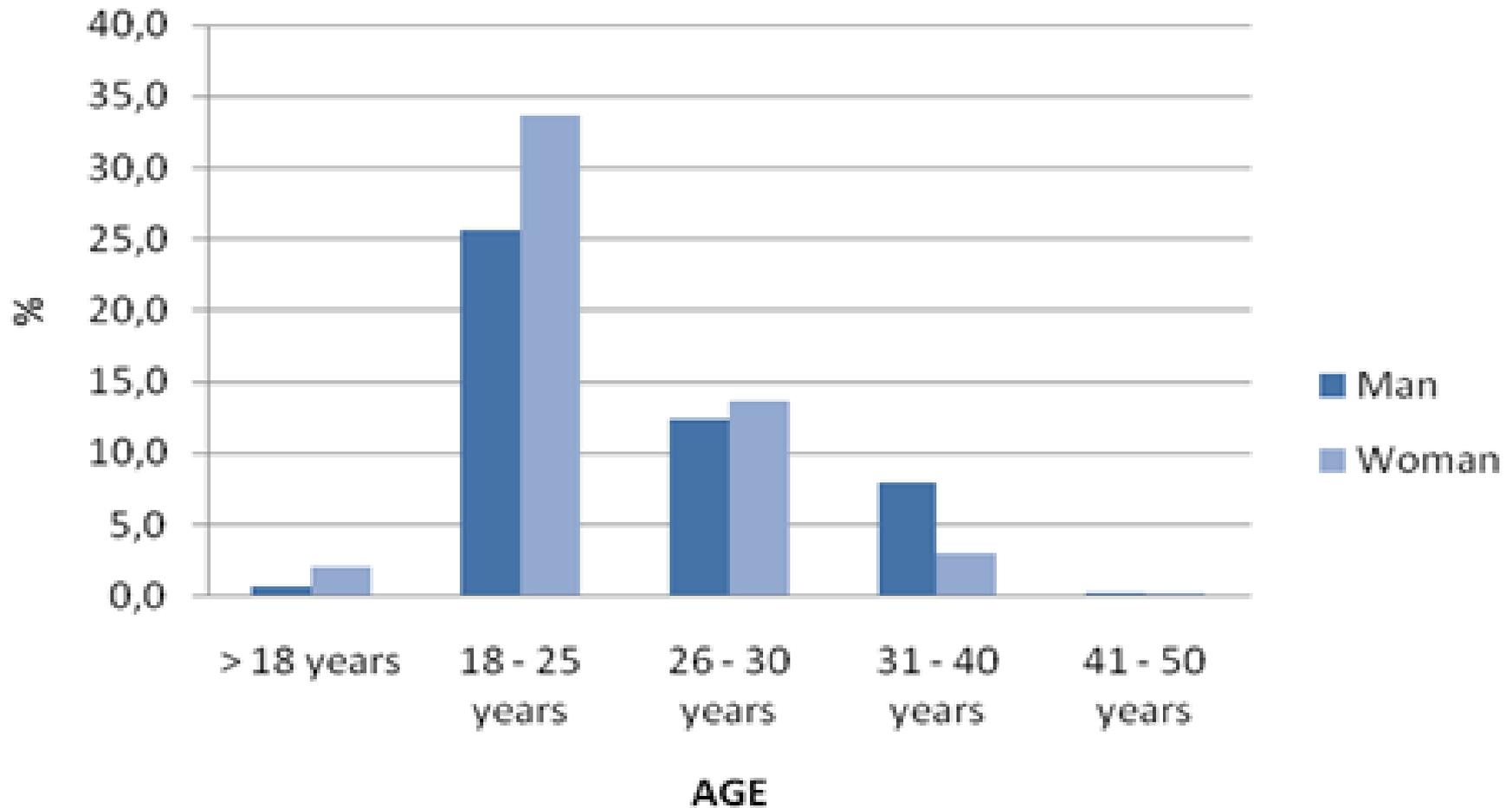
Idees



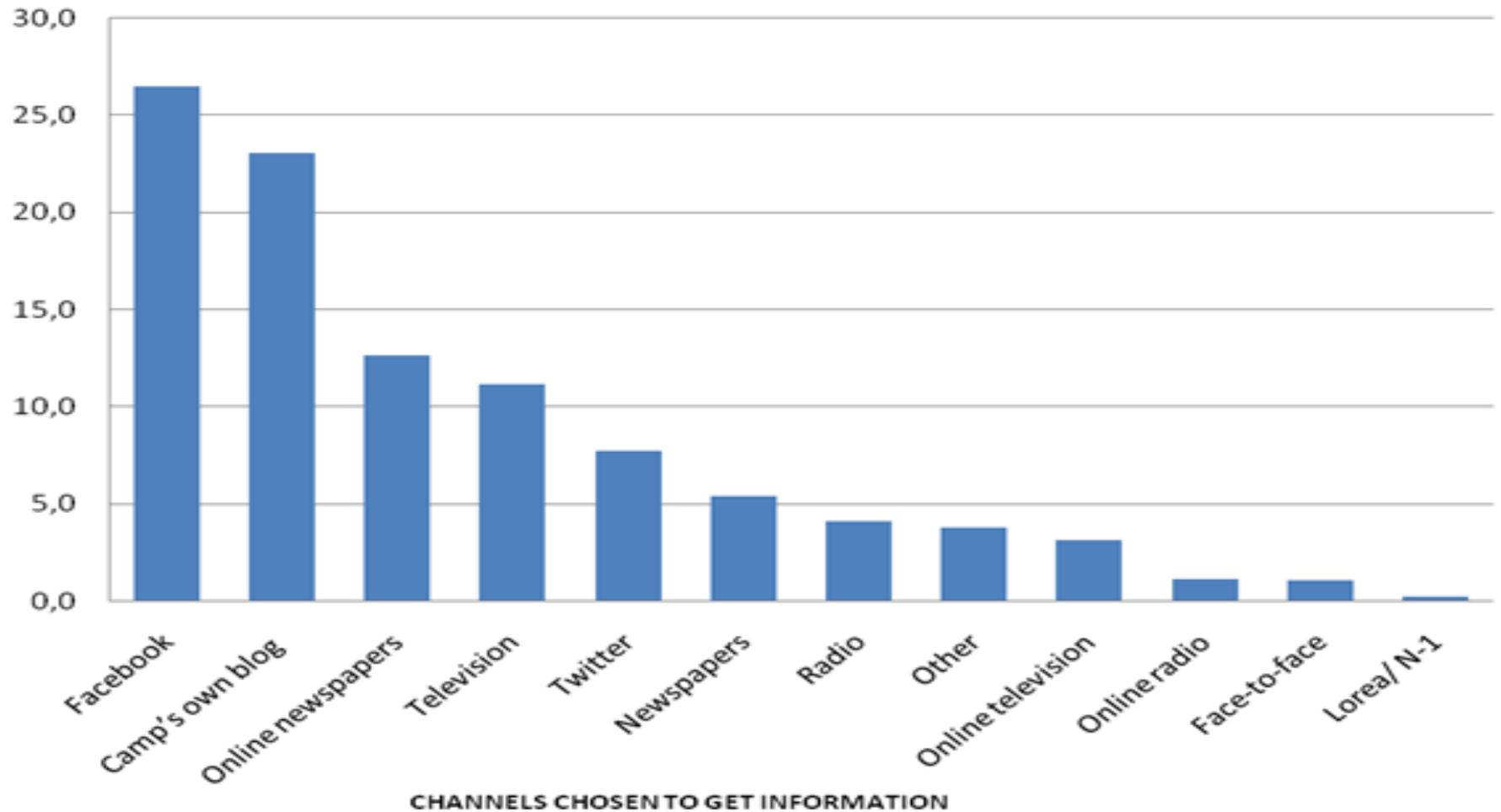
Desallotjaments (25 May 2011)



Perfil de los participantes en #acampadabcn (Fernández-Planells, 2013)



Canales informativos de los participantes en #acampadabcn (fernández-planells, 2013)



Intensidad de *hashtags* en Twitter (Fernández-Planells, 2013)



Marcha Popular Indignada (Julio 2011)



Mapa de la Marcha Popular Indignada (Julio 2011)



No solo en Madrid sale el Sol



2011-2016



VIII. CONCLUSIONS



- Hacia un nuevo orden económico internacional
- Hacia estructuras de gobierno mundial
- Hacia un nuevo modelo de ciclo vital
- Hacia una cultura juvenil desjuvenilizada
- Hacia una cultura juvenil repolitizada
- ¿Hacia una cultura juvenil sin jóvenes?

Resum 1



DIMENSIÓN	GENERACIÓN @	GENERACIÓN #
Periodo	Nacimiento: 1975-1990 Infancia: 1980s Adolescencia: 1990s Juventud 2000s	Nacimiento: 1980-2000 Infancia: 1990s Adolescencia: 2000s Juventud: 2010s
Contexto	Sociedad red Capitalismo informacional Nueva economía	Web social Capitalismo salvaje Recesión

Resum 2



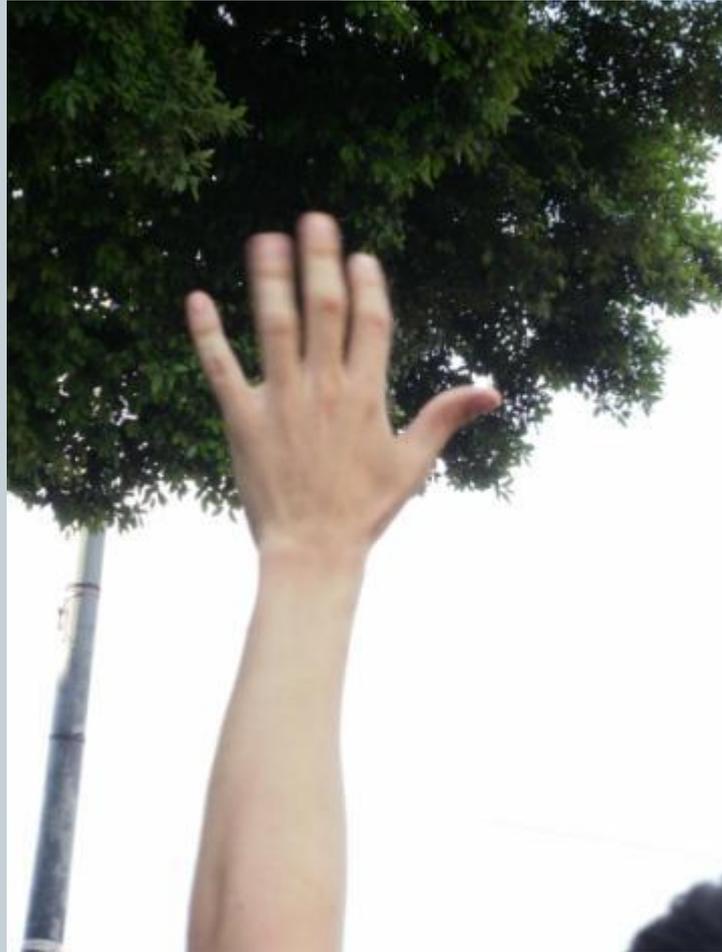
DIMENSIÓN	GENERACIÓN @	GENERACIÓN #
Significante	@ Arroba: medida volumétrica Mediterráneo, s. XV Navegación	# Hashtag: medida numérica América, s. XX Conectividad y movilidad
Significado	Digitalismo Globalización Unisexualismo Pásalo	Hiperdigitalismo Localización Transexualismo Trending topics

Resum 3



DIMENSIÓN	GENERACIÓN @	GENERACIÓN #
Rasgos	Generación @ Espacio global Tiempo virtual Nomadismo Red	Generación # Espacio glocal Tiempo viral Translocalismo Rizoma
Ejemplos	Subculturas Antiglobalización Comunidades virtuales Teenagers vs. Jóvenes adultos Biografías Peter-Pan	Escenas Altermundialismo Microblogs Tweenagers vs. Adultescentes Biografías Replicantes

EPÍLEG. Después del 15M



Para saber-ne més...



- <http://www.nedediciones.com/>
- <http://generacionarroba.wordpress.com>.
- <http://www.amabook.es/de-la-generacionat-a-la-generacion.html>

