

MATERIALES

**Los auténticos nativos digitales:
¿estamos preparados para la
Generación Z?**

Selección de referencias documentales

Los auténticos nativos digitales: ¿estamos preparados para la Generación Z?

Esta relación está formada tanto por libros, como por artículos de revista o documentos de distinta procedencia, seleccionados en la base de datos de la Biblioteca del Instituto de la Juventud

Caso de estar interesados en alguna de estas referencias pueden solicitar copia del material susceptible de reproducción, según la legislación vigente, así como la realización de otras búsquedas, en: Biblioteca de Juventud. Marqués de Riscal, 16.- 28010 MADRID. Tel.: 917827473 - biblioteca-injuve@injuve.es

Así mismo pueden consultar anteriores Revistas de Estudios de Juventud, así como las Novedades de la Biblioteca en la web del Instituto: <http://www.injuve.es>, o en CONSULTA DEL CATÁLOGO

Los documentos de esta selección, con enlace a texto, pueden descargarlos en <http://www.injuve.es/observatorio/infotecnologia>

Bae Brandtzaeg, Petter

A Big Data : approach to measuring civic engagement, gender differences and usage in social media among young people / Petter Bae Brandtzaeg.-- Logroño : Universidad Internacional de la Rioja, 2013.
14 p.

En: Congreso Internacional Comunicación y Sociedad.

Analiza las implicaciones de las redes sociales en relación con el compromiso y las diferencias de género cívicas o brechas digitales entre los jóvenes. El objetivo es estimar en qué medida las diferencias de género tradicionales están presentes en los medios sociales, como Facebook, y si presentan características estructurales similares, así como observar las diferencias de género en relación con la participación ciudadana. Incluye comparaciones entre países.

https://dl.dropboxusercontent.com/u/79178534/Brandtzaeg_final%20paper.pdf

Rubio Hancock, Jaime.

Adiós al mito de la generación Tinder : a los millennials no les interesa tanto el sexo / Jaime Rubio Hancock.

En: El País. Verne, 3 de agosto. 2016

Un estudio ha dado con un dato que rompe algunos estereotipos: los jóvenes no practican tanto el sexo como generaciones anteriores. Los resultados están basados en la General Social Survey de la Universidad de Chicago. Si bien es cierto que también hay apps que facilitan encontrar pareja, "la tecnología podría tener un efecto negativo si los jóvenes acaban interactuando menos en persona". La mayor cantidad de entretenimiento online de todo tipo (incluida la pornografía) podría influir en este cambio de hábitos sociales.

http://politica.elpais.com/politica/2016/05/30/actualidad/1464609168_473855.html

Adolescencia entre pantallas : Identidades juveniles en el sistema de comunicación / Javier Callejo Gallego y Jesús Gutiérrez Brito (Coords.).-- Barcelona : Gedisa, 2012.

144 p. ; 23 cm.-- (Comunicación ; 40)

Aborda temas como: las paradojas en la investigación social de lo que los adolescentes hacen con los medios de comunicación, la creación de identidades juveniles por parte de la televisión, la oferta de los medios de comunicación destinados específicamente a los jóvenes y que configuran su gusto, los modelos de la literatura o de las propias pantallas que explican distintas generaciones de adolescentes, la expansión de la telefonía móvil, y la relación que tienen con Internet.

ISBN 978-84-9784-699-8

Castilla, Amelia.

Adolescentes en la era Instagram / Amelia Castilla.

En: El País, (4 Enero 2015)

Reportaje sobre la actitud de los jóvenes actuales y su inclusión en la sociedad actual. A través de un diálogo entablado con diversos alumnos y profesores de distintos institutos, se hace un recorrido por sus preferencias, sus problemas, sus valores sociales, sus hábitos de consumo, el uso que hacen de las nuevas tecnologías, etc.

http://politica.elpais.com/politica/2015/01/01/actualidad/1420136881_404916.html

Jurado Torres, Ana Almudena.

Adolescentes y las nuevas formas de relacionarse en la sociedad del conocimiento / Ana Almudena Jurado Torres, Juan José Sánchez Campos.

En: Textos. Revista Internacional de Aprendizaje y Cibersociedad vol. 18, n. 2 (2014) ; p. 1-14 ISSN 1577-3760

La sociedad actual tiene asociados, entre otros sellos distintivos, lo global y el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) como factores principales. Una de las transformaciones más profundas para las personas tiene que ver con las diferentes maneras de vivir, de relacionarse, de aprender, con nuevos conceptos de tiempo y espacio. Se analiza cuáles son las tendencias en torno a los adolescentes y sus relaciones en Internet, aproximándose a una realidad que cambia de forma acelerada.

[http://www.cibersociedad.net/textos/textos/Revista Internacional de Aprendizaje y Cibersociedad 18 2 2014.pdf](http://www.cibersociedad.net/textos/textos/Revista_Internacional_de_Aprendizaje_y_Cibersociedad_18_2_2014.pdf)

Are you ready for #GenMobile? : How a new group is changing the way we work, live and communicate. -- [S.l.] : Aruba Networks, 2014.

12 p. : il.

La recién nombrada #GenMobile se compone de los graduados y profesionales que entrarán en los próximos años en la fuerza de trabajo, lo que espera que repercuta en una nueva forma de entender las relaciones laborales y tecnológicas. El informe que entrevistó a más de 5.000 personas en todo el mundo revela que, más que utilizar los dispositivos móviles como una ayuda para su trabajo, la #GenMobile organiza su trabajo alrededor de estos dispositivos.

http://www.arubanetworks.com/pdf/solutions/GenMobile_Report.pdf

Big demands and high expectations : The Deloitte Millennial Survey. -- [s.l.] : Deloitte, 2014.
15 p. : gráf.
En port.: Executive summary.

La generación del milenio (en inglés 'Millenials') supondrá según las estimaciones el 75% de la mano de obra mundial en el año 2025. El reto de las organizaciones es por tanto adaptarse a las nuevas formas de trabajo que se demandan: han de fomentar el pensamiento innovador, el desarrollo de sus habilidades y hacer una contribución positiva a la sociedad.
<http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-dttl-2014-millennial-survey-report.pdf>

Henar Lomeña, Leticia.

Cambios sociales y el empleo en la juventud en España : una mirada hacia el futuro / dirección y texto, Leticia Henar Lomeña, Marcelo Segales Kirzner, CEET (Centro de Estudios Económicos Tomillo).-- Madrid : Instituto de la Juventud, [2015]

194 p. : gráf., tablas.-- (Estudios)
Índices. Anexos.
Bibliografía. p. 161-170.

Las transformaciones asociadas a la globalización, la mayor interrelación de las economías y sistemas productivos y el acelerado cambio tecnológico están modificando los patrones económicos, sociales y culturales. Sobre esta base se lleva a cabo un estudio de prospectiva de los jóvenes en España, para identificar las transformaciones estructurales que la sociedad atravesará a medio plazo y sus efectos sobre este colectivo, su situación, rol y posibilidades así como paliar sus efectos más adversos.
<http://www.injuve.es/sites/default/files/2015/51/publicaciones/Cambios-y-empleo-juventud.pdf>

Facebook.

Coming of Age on Screens : An in depth look at teens and young adults around the world / Facebook.-- [S.l.] : Facebook, 2014.

24 p. : gráf.
Estudio realizado a 1000 jóvenes de edades comprendidas entre los 13 y los 24 años en 13 países diferentes. El objetivo de este estudio es conocer cuál es el estilo de vida de los jóvenes, cuáles son sus preocupaciones, inquietudes, qué hacen en su tiempo libre, etc., en un mundo que se ha transformado por la tecnología.
https://fbinsights.files.wordpress.com/2014/12/comingofageonscreens_whitepaper_120814.pdf

Cañigüeral, Albert.

Consumo Colaborativo : El futuro nunca estuvo tan presente / Albert Cañigüeral.

En: Leaners Magacine n. 05, julio 2014, 6 p.
Ir a dormir a casa de un amigo o pedirle prestado el coche a un familiar no es nada nuevo. La diferencia es que, ahora, estas iniciativas de consumo colaborativo utilizan la tecnología, permitiendo que estos comportamientos, que se han dado desde siempre, adquieran una escala y una velocidad sin precedentes. Los servicios de consumo colaborativo facilitan el encuentro entre la oferta y la demanda y ponen en contacto a desconocidos, a la vez que proporcionan los mecanismos necesarios para que los intercambios y las transacciones tengan lugar.
<http://www.slideshare.net/acanyi/el-futuro-nunca-estuvo-tan-presente-consumo-colaborativo-leaners-magazine>

Feixa i Pampols, Carles.

De la generación@ a la #generación : la juventud en la era digital / Carles Feixa ; colabs, Pam Nilan ... [et al.]-- Barcelona : Ned Ediciones, 2014.

349 p.-- (Biblioteca de infancia y de juventud)

Bibliografía: p. 347-349.

Analiza la juventud de la actualidad, comparándola con la de hace unos años. Las nuevas tecnologías se han impuesto, haciendo que lleven una vida muy diferente a la de la juventud de décadas pasadas.

ISBN 978-84-942364-6-4

Hernández Velasco, Irene.

Desconectados: la nueva tribu urbana que abandona internet para abrazar la vida real / Irene Hernández Velasco.

En: El Mundo. Sociedad, 29/10. 2016

Se refiere a urbanitas, a gente de ciudad, a nativos digitales que han crecido al amparo de la red, que han decidido pasar de ella y que están demostrando que es perfectamente posible vivir sin internet sin renunciar por ello a su actividad profesional o a sus vínculos sociales. Gente de entre 25 y 49 años, de la clase alta, universitarios, que se movían como pez en el agua por la web y que un buen día decidieron salir.

[http://www.elmundo.es/sociedad/2016/10/29/58138ac5e5fdea3f578b4583.html?cid=MNOT23801&kw=desconectados la nueva tribu urbana que abandona internet para abrazar la vida real](http://www.elmundo.es/sociedad/2016/10/29/58138ac5e5fdea3f578b4583.html?cid=MNOT23801&kw=desconectados+la+nueva+tribu+urbana+que+abandona+internet+para+abrazar+la+vida+real)

Martínez Tato, Marta.

Desmontando a la generación millennial (y sus bodas) / Marta Martínez Tato.

En: Vogue Novias (9 de marzo de 2016)

La generación Millennial (nacidos entre 1981 y el 1995) cada vez se casan más tarde porque prefieren disfrutar del ocio. Divertirse y disfrutar es la única máxima que importa. El artículo habla de las 10 claves para entender por qué esta generación cambiará la celebración de las bodas tal y como se conocen.

http://www.vogue.es/novias/articulos/las-claves-de-la-generacion-millennial-en-el-mundo-boda/25097?utm_campaign=newsletter_20160314&utm_content=&utm_medium=email&utm_source=newsletter_vogue_es

Area Moreira, Manuel.

Educación a la generación de los Millennials como ciudadanos cultos del ciberespacio : Apuntes para la alfabetización digital / Manuel Area Moreira.

José F. Borrás Machado y Belén San Nicolás Santos.

En: Revista de estudios de juventud n. 109 (septiembre 2015) "Juventud Global: Identidades y escenarios de actuación en clave cosmopolita" ; p. 13-32. ISSN 0211-4364

Se proponen las líneas maestras o esqueleto conceptual para un modelo educativo de alfabetización en la cultura y tecnología digital destinado, principalmente, a la formación de adolescentes y jóvenes como ciudadanos del ecosistema digital. Estructurado en tres apartados, el primero describe las principales características que definen a la denominada generación Millennial. El segundo aborda el concepto de identidad digital. Finalmente presenta un modelo de alfabetización digital.

http://www.injuve.es/sites/default/files/2016/05/publicaciones/cap1_109.pdf

Rubio-Romero, Juana.

El fenómeno “WhatsApp” en el contexto de la comunicación personal: una aproximación a través de los jóvenes universitarios = The WhatsApp phenomenon in the context of personal communication: an approximation through the university youths / Juana Rubio-Romero, Marta Perlado Lamo de Espinosa.

En: Icono 14 vol. 13, n.2 (2015) ; p.73-94 ISSN: 1697-8293

Pretende comprender el éxito del fenómeno WhatsApp entre universitarios, explorando las claves de su conquista, así como las actitudes que genera su utilización comparativamente con otros sistemas de comunicación virtual habituales. Revisa los informes y estudios divulgados acerca de esta cuestión y se apoya en una investigación realizada al efecto.

<http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/818/526>

Torres Menarguez, Ana.

El futuro será de los jóvenes “navaja suiza” / Ana Torres Menárguez.

En: El País. Con tu futuro (16 de diciembre, 2015)

Internet acaba con los expertos en una sola disciplina. Solo el 8% de los grados universitarios tiene relación con los trabajos digitales. En pocos años la licenciatura y los idiomas se darán por sentados y las empresas buscarán candidatos preparados para un aprendizaje continuo y con la capacidad de adaptarse a cualquier reto. La clave es el dominio de las habilidades digitales.

http://economia.elpais.com/economia/2015/12/11/actualidad/1449864531_685393.html

Faulkner, Janet.

El niño 2.0, “De tal palo, tal astilla” / Janet Faulkner.

En: Revista de estudios de juventud, n. 104 (marzo 2014) “Imágenes de futuro en la juventud” ; p. 31-45 ISSN 0211-4364

Una generación nueva de niños nacida en el paisaje pluralista de la ciudad no tendrá éxito con las herramientas y servicios que se les proporcionan actualmente. La capacidad de la mayoría de los jóvenes de lograr oportunidades dentro del sistema de las ciudades “orientadas al futuro” está estancada.

<http://www.injuve.es/observatorio/infotecnologia/104-imagenes-de-futuro-en-la-juventud>

García Vega, Miguel Ángel.

El órdago de los “millennials” / Miguel Ángel García Vega.

En: El País. Sociedad 4 abril 2014

No les gustan los bancos ni las hipotecas ni los coches y pocos se casan. La generación de 18 a 33 años impone una nueva forma de consumir a la que las marcas no acaban de adaptarse. Constituyen un grupo que alarga la adolescencia hasta los 40 años, que viaja a través de los *smartphones*, que afronta un paro sin precedentes, que desconfía de los bancos, que prefiere ganar menos pero trabajar en empresas que no suenen a codicia y que, desde luego, no pretende hipotecarse la vida para comprar una casa.

http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/04/04/actualidad/1396638618_990658.html

El papel de las Redes Sociales en el desarrollo de la identidad de los adolescentes / Kids and Teens Online.

En: Kids and Teens Online (8 de enero 2014)

El eje central es el carácter que las redes sociales están adoptando como medio de educación de los adolescentes, a través del cual conforman su

personalidad. Se cuestiona si las redes fomentan que un joven desarrolle su personalidad a partir de lo que piensen los demás de él, al tener más posibilidades de compararse con otros, concluyendo que esa situación se ha dado siempre en ámbito escolar. Así mismo se detallan los puntos clave para entender por qué el adolescente dedica tanto tiempo a las relaciones personales en las redes sociales: busca expresarse, tener valoración social, crear vínculos, adquirir normas sociales y control sobre sí mismo.

http://kidsandteensonline.com/2014/01/08/el-papel-de-las-redes-sociales-en-el-desarrollo-de-la-identidad-de-los-adolescentes-parte-i/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=466&relatedposts_position=0 - Primera parte
http://kidsandteensonline.com/2014/02/19/las-redes-sociales-y-el-desarrollo-de-la-identidad-de-los-menores-parte-ii/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=484&relatedposts_position=0 - Segunda parte
http://kidsandteensonline.com/2014/03/12/las-redes-sociales-y-la-identidad-de-los-menores-parte-iii/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=440&relatedposts_position=0 - Tercera parte
http://kidsandteensonline.com/2014/03/13/las-redes-sociales-y-la-identidad-de-los-menores-parte-iv/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=466&relatedposts_position=1 - Cuarta parte

López Herreros, Antonio.

El rey de internet y los nativos digitales / Antonio López Herreros.

En: Revista de estudios de juventud, n. 108 (junio 2015) "Jóvenes y generación 2020" ; p. 125-142. ISSN 0211-4364

Se conocen como Nativos Digitales, Generación Y, Millennials, Juventud Global... En definitiva, no dejan de ser chavales con unas ilusiones, con sobrecarga de información y poco conocimiento en leyes, a pesar de lo rápidos que han sido para conocer la forma de hacerse famosos por las redes y conseguir la ansiada monetización. Por este motivo se hace imprescindible trasladar el conocimiento en propiedad intelectual a estos jóvenes tecnológicos para que su futura sociedad sea más próspera que la actual.

<http://www.injuve.es/sites/default/files/2015/35/publicaciones/10.%20EI%20rey%20de%20internet%20y%20los%20nativos%20digitales.pdf>

El tema : Jóvenes, tecnofilosofía y arte digital.

En: Revista de estudios de juventud n. 102 (septiembre 2013) ; p. 5-8 ISSN 0211-4364

Reflexión sobre el contexto actual y las tendencias de futuro en una época en la que las generaciones más jóvenes forman parte de una revolución que va de la mano de las tecnologías más innovadoras así como de los nuevos usos que surgen de las mismas.

http://www.injuve.es/sites/default/files/2014/02/publicaciones/EI%20Tema_0.pdf

Rubio Méndez, María.

Enclaves de resistencia: Jóvenes, subjetividad y tecnologías / María Rubio Méndez.

En: Revista de estudios de juventud, n. 103 (diciembre 2013) "Juventud, neurociencia, tecnología y subjetividad" ; p. 21-31 ISSN 0211-4364

Recorrido por uno de los artefactos tecnológicos contemporáneos con mayor presencia en la vida de los jóvenes, los videojuegos, para mostrar cómo éstos pueden entenderse a la vez como resultado de relaciones de poder y como lugares de resistencia a ese mismo poder. Con este caso de estudio concreto,

aborda la complejidad del análisis de los procesos de construcción de la subjetividad en entornos digitales.

<http://www.injuve.es/sites/default/files/2014/18/publicaciones/2%20Enclaves%20de%20resistencia%20J%C3%B3venes%20subjetividad%20y%20tecnologi%C3%ADas.pdf>

Estudio de Tuenti Móvil sobre hábitos de conexión a internet en el móvil realizado en colaboración con IPSOS : Los jóvenes españoles consideran que el operador del futuro no necesitará SIM para llamar o conectarse a internet.-- Madrid : Ipsos, 2015.

4 p. : gráf.

Datos de la encuesta realizada a 1.031 jóvenes españoles de entre 16 y 35 años con la que se determina que la mayoría conoce lo que es la telefonía en la nube y consideran que la conexión telefónica del futuro se realizará exclusivamente a través de internet. Este estudio trata, además, de conocer qué expectativas en avances tecnológicos tienen los clientes de telefonía móvil.

http://www.ipsos.es/sites/default/files/documents/tuenti_20150225.pdf

Future traveller tribes 2030 : Understanding tomorrow's traveller / Amadeus.-- Future Foundation : London, 2015.

69 p. : gráf., tab., fot.

Estudio que busca identificar a las diferentes tribus y grupos de viajeros que forjarán el futuro de los viajes al final de la próxima década. El estudio de estas tribus se basa en sus valores, sus comportamientos y necesidades como viajeros. Se determina que las empresas que consigan anticiparse a estas nuevas tendencias de los consumidores tales como la selección de destinos o las decisiones de compra, serán las que triunfen en el mercado.

<http://www.amadeus.com/documents/future-traveller-tribes-2030/travel-report-future-traveller-tribes-2030.pdf>

Chacón, Pilar.

Generación multitarea: los adolescentes funcionan mejor cuando hacen dos cosas a la vez / Pilar Chacón.

En: Eldiario.es [Hojaderouter.com] (enero 2015)

Se presenta el caso de dos estudiantes de Oregón (EE.UU.) que para un proyecto de clase decidieron investigar si los jóvenes, determinados nativos digitales se las arreglaban bien centrados en dos tareas o más. Tomaron a un grupo de más de 400 estudiantes y les pidieron que rellenaran un cuestionario y habilitaron dos salas: una tranquila y otra con distracciones con el fin de que los encuestados hicieran diferentes tareas en ellas y poder comparar resultados.

http://www.eldiario.es/hojaderouter/tecnologia/generacion_multitarea-jovenes-adolescentes-tecnologia_O_344715707.html

González-Anleo, Juan María.

Generación selfie / Juan María González-Anleo Sánchez.-- Boadilla del Monte, Madrid : PPC, 2015.

287 p.-- (Actualidad / PPC)

Bibliografía: p. 251-280.

El significado del término *selfie* refleja con gran fidelidad el mundo actual de los adolescentes y jóvenes. *Selfie* es, en este sentido, el triunfo definitivo de lo visual en un mundo líquido en el que predomina la inmediatez calculada, el permanente ensayo "esto soy aquí y ahora", quedando la intimidad

perfectamente mimetizada con la pública exhibición para el consumo (extimidad): serás visto, serás consumido. . . o no serás nada.
ISBN 978-84-288-2813-0

Generación sueños rotos / investigación llevada a cabo por la Fundación porCausa, en colaboración con el Consejo de la Juventud de España, investigador principal, José Luis Rodríguez Marín.-- Madrid : Por Causa, [2015]

15 p. : gráf.

La población de entre dieciséis y treinta años se ha convertido en uno de los colectivos más afectados por la crisis y por las medidas con las que las instituciones públicas españolas han respondido ante ella. La inestabilidad y la inseguridad son sensaciones que afectan a todos los ámbitos de sus vidas, y se añaden a otros muchos elementos a tener en cuenta para comprender la realidad de esta generación en toda su complejidad: pérdida de confianza, falta de expectativas, riesgo de exclusión social o desconexión de la sociedad.
<http://porcausa.org/suenosrotos/wp-content/uploads/2015/11/porCausa-An%C3%A1lisis-Generaci%C3%B3n-Sue%C3%B1os-Rotos.pdf>

Bautista, José María.

Generación Y : ¿cómo son los hijos y alumnos del siglo XXI? / José María Bautista.-- Boadilla del Monte, Madrid : PPC, 2015.

215 p. : il.

Incluye referencias bibliográficas.

La generación X de la indefinición, del pesimismo, de lo tribal, ha dejado paso a la generación Y o “millennials”, de alta definición, de la comunicación, del optimismo. Es la primera generación en la historia que nace inmersa en un mundo digital, cuya identidad está marcada por cuatro paradigmas: transracional (caos, gamificada...), App (táctil, multipantallas, disruptiva...), autoaprendizaje (multitarea, automotivada...) y social (geolocalizada, social-media, indignada...)

ISBN 978-84-288-2827-7

Generación Z y Millennials buscan estabilidad económica, cumplir sus sueños profesionales y casarse : Millennials y Generación Z : quiénes son, en qué se parecen y en qué se diferencian / Perdiguero, Luis ... [et al.].-- Madrid : Adecco, 2015.

4 p.

Estudio realizado por Adecco para conocer cuáles son las preocupaciones, aspiraciones, y percepciones sobre el mundo laboral de la juventud en España, comparando los resultados entre los de los nacidos entre 1996 y 2010 -generación Z-, y los Millennials, nacidos entre 1980 y 1995.
http://www.adecco.es/_data/NotasPrensa/pdf/684.pdf

Generation What : El retrato de tu generación.-- [S.l.] : Radio Televisión Española, [2016]

Proyecto interactivo basado en una macroencuesta a gran escala, impulsada por doce cadenas europeas de diez países diferentes, con 149 preguntas sobre vida, presente y futuro de los jóvenes millennials. El proyecto se divide en tres partes: un extenso cuestionario online; un documental y un retrato estadístico de la juventud española; y otro de la juventud europea.
<http://generation-what.rtve.es/>

Pérez Bardeci, Gonzalo.

Grupos de conexión - Identidad Adolescente, grupos y redes virtuales /
Gonzalo Pérez Bardeci.-- [S.l.] : Psiquiatría.com, 2014.
23 p.

En los adolescentes de hoy, sus intereses y su búsqueda de la identidad, aparecen mediados por el avance tecnológico. En la sociedad actual el acceso al grupo de pares ya no se adscribe solamente a un entorno geográfico próximo, sino que este campo se amplía a través del uso de las tecnologías con fines de entretenimiento y socialización.

<http://www.psiquiatria.com/bibliopsiquis/assetstore/47/69/98/47699868063933493315271550944929217870>

Hábitos de ahorro en la generación millennial / Kantar TNS.-- [S.l.] : Vida Caixa, 2016.

28 p. : principalmente il.

Analiza los hábitos de ahorro de los jóvenes españoles entre 25 y 35 años. Revela que el 75% de las personas de la generación millennial es capaz de no gastar todos sus ingresos y reservar una parte para imprevistos o para preparar su jubilación. De acuerdo al estudio, estos jóvenes son capaces de ahorrar unos

116 euros al mes.

<https://www.vidacaixa.es/uploads/files/barometro-habitos-de-ahorro-en-la-generacion-millennial.pdf>

Álvaro Martín, Adolfo.

Horizonte 2020 : ¿esperanza o advertencia? / Adolfo Álvaro Martín.

En: Revista de estudios de juventud, n. 108 (junio 2015) "Jóvenes y generación 2020" ; p. 9-18. ISSN 0211-4364

Se hace necesario llevar a cabo un análisis de las distintas vías que los jóvenes, y la sociedad en su conjunto, tienen a su disposición para afrontar los retos que el proceso de la revolución tecnológica está generando en los ámbitos educativo, social, político y económico.

<http://www.injuve.es/sites/default/files/2015/34/publicaciones/1.%20Horizonte%202020.pdf>

Boyd, Danah.

It's complicated : the social lives of networked teens / Danah Boyd.-- New Haven; London : Yale University Press, 2014.

296 p.

Bibliogr.: p. 246-266.

Tiene su origen en un estudio longitudinal de más de una década con entrevistas a más de 150 adolescentes, y plantea la tesis de que el hecho de que los jóvenes actuales utilicen redes sociales y otras herramientas no tiene ninguna relación con que sean capaces de entenderlas o de extraer un provecho mínimamente razonable. Preparar a los jóvenes para el futuro implica mucho más que rodearlos de dispositivos e inhibirse cuando llega el momento de educarlos en sus hábitos de uso.

ISBN 978-0-300-16631-6

<http://www.danah.org/books/ItsComplicated.pdf>

García Galera, María del Carmen.

Jóvenes comprometidos en la Red : el papel de las redes sociales en la participación social activa / M^a Carmen García Galera, Mercedes del Hoyo

Hurtado, Cristóbal Fernández Muñoz.

En: Comunicar, 2º semestre (Julio 2014) vol. XXII, n. 43. p. 35-43 gráf E-ISSN: 1988-3293

Analiza el papel de las redes sociales en la movilización social y solidaria de los jóvenes. El objetivo es comprobar si su predisposición hacia la participación se intensifica a través de estas redes sociales y en su vida fuera de la Red. Para ello se desarrolló un cuestionario *online* por medio de Tuenti, en el que participaron más de 1300 jóvenes. Los resultados muestran porcentajes significativos de participación solidaria exclusivamente on-line, si bien se observa que más del 80% participan en las acciones convocadas a través de redes sociales. Se relacionan también las formas de participación y la influencia de factores como la proximidad geográfica, social o emocional sobre la participación *on-line* y *off-line*.

<http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=43&articulo=43-2014-03%20>

Reig, Dolors.

Jóvenes de un nuevo mundo : cambios cognitivos, sociales, en valores, de la Generación conectada / Dolors Reig.

En: Revista de estudios de juventud, n. 108 (junio 2015) "Jóvenes y generación 2020" ; p. 21-32. ISSN 0211-4364

La actual generación de jóvenes tiene como característica fundamental su hiperconectividad permanente. La importancia de lo que ocurre en los entornos físicos y virtuales y la utilización intensiva y extensiva que los jóvenes realizan de las herramientas tecnológicas, está provocando cambios en esta generación. Ello obliga a que los adultos realicen un acercamiento abierto y constructivo hacia el concepto de la "multitarea" en los adolescentes y jóvenes conectados, ya que además de los riesgos que tales prácticas podrían suponer, también conlleva potencialidades para ellos a nivel social, cultural y creativo.

<http://www.injuve.es/sites/default/files/2015/34/publicaciones/2.%20>

[J%C3%B3venes%20de%20un%20nuevo%20mundo.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/2015/34/publicaciones/2.%20J%C3%B3venes%20de%20un%20nuevo%20mundo.pdf)

Fumero, Antonio.

Jóvenes e infotecnologías : Entre nativ@s y digitales / Antonio Fumero, Óscar Espiritusanto.-- Madrid : Instituto de la Juventud, 2012.

73 p. : fig. ; 24 cm.-- (Estudios)

Además de ofrecer datos sobre la realidad de los medios sociales en la Red, se ha trabajado a partir de cinco rasgos estructurales relevantes -a saber, capacidad cognitiva personal, socialización primaria, inteligencia social, inteligencia cooperativa y acción social- y una segmentación en tres tramos de edad -preadolescentes, adolescentes y jóvenes- en cada uno de los cuales se analizan los elementos y las evidencias de los rasgos más destacables. ISBN 978-84-96028-99-9

<http://www.injuve.es/sites/default/files/Jovenes%20e%20infotecnologias.pdf>

Ballesteros Guerra, Juan Carlos.

Jóvenes en la red : un selfie / Juan Carlos Ballesteros Guerra, Ignacio Megías Quirós.-- Madrid : Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación de Ayuda contra la Drogadicción, 2015.

203 p. : tablas.

Investigación cuyo objetivo es analizar cuantitativamente la manera en que las nuevas tecnologías, y en especial las redes sociales, influyen en la creación

de formas de comunicación diferenciada entre la población joven, y ofrecer así una perspectiva complementaria, desde una metodología distinta, de lo plasmado en el primer volumen del estudio: Jóvenes y comunicación: la impronta de lo virtual.

ISBN 978-84-92454-35-8

<http://adolescenciayjuventud.org/es/publicaciones/monografias-y-estudios/item/jovenes-en-la-red-un-selfie>

Jóvenes interactivos : nueva ciudadanía entre redes sociales y escenarios escolares: dossier monográfico = Interactiue youth : new citizenship between social networks and school settings : special topic issue.

En: Comunicar n. 40, v. XX, época II, 1º semestre, marzo 2013 ; 244 p ISSN 1134-3478

Número monográfico sobre la relación de los jóvenes con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Cómo ocupan su tiempo libre e interaccionan en el medio digital a través del ámbito de las redes sociales, las consecuencias que se derivan de ello y que a su vez condicionan aspectos tales como la educación, la relación con la sociedad o el propio proceso de alfabetización mediática.

<http://issuu.com/revistacomunicar/docs/comunicar40/1?e=2692752/1499042>

Megías Quirós, Ignacio.

Jóvenes y comunicación : La impronta de lo virtual / Ignacio Megías Quirós, Elena Rodríguez San Julián, Introducción: Amparo Lasén Díaz.-- Madrid : Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud; FAD, 2014.

245 p. : gráf.

Analiza la manera en que las nuevas tecnologías, y en especial las redes sociales, influyen en la creación de formas de comunicación diferenciada entre la población joven: cómo se insertan en sus procesos de socialización, cómo afectan a sus estrategias relacionales o pueden redefinir algunos valores (como la intimidad, la confianza, la privacidad), y cómo dan lugar a un nuevo paradigma en la exposición y gestión del yo.

ISBN 978-84-92454-24-2

<http://adolescenciayjuventud.org/es/publicaciones/monografias-y-estudios/item/jovenes-y-comunicacion-la-impronta-de-lo-virtual>

Jóvenes y generación 2020 : El tema.

En: Revista de estudios de juventud n. 108 (junio 2015) ; p. 6-7. ISSN 0211-4364

El año 2020 ha comenzado a ser visto como una referencia con relación a los retos y expectativas que encontrará una generación de jóvenes que están creciendo y educándose en medio de las rápidas y profundas transformaciones producidas por la revolución tecnológica de carácter digital, lo que está influyendo de forma decisiva en la forma en la que están construyendo su identidad, subjetividades, formas de relación y de participación.

http://www.injuve.es/sites/default/files/2015/39/publicaciones/Revista_108.pdf

Rotta Soares, Ana Luiza.

Jóvenes y nuevas tecnologías : el futuro de los derechos humanos / Ana Luiza Rotta Soares.

En: Revista de estudios de juventud, n. 107 (marzo 2015) "Juventud, futuro e innovación social: el futuro del emprendimiento y la participación juvenil" ; p. 79-90 ISSN 0211-4364

Explora la importancia social de la Convención sobre los Derechos del Niño y su situación actual en un mundo dominado por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs). Analiza también algunos de los artículos incluidos en la Convención y que tienen un reflejo específico en el mundo virtual, apostando por el acceso a la sociedad de la información y la alfabetización mediática digital. Se abordan asimismo los riesgos que surgen con el uso de las nuevas tecnologías y la importancia de prevenir y manejar esos riesgos a través de iniciativas que involucren diferentes segmentos de la sociedad.

<http://www.injuve.es/sites/default/files/2015/19/publicaciones/Documentos%205%20Jóvenes%20y%20nuevas%20tecnologías.pdf>

Ortega Cachón, Iñaki.

Jóvenes Z : El último salto generacional / Iñaki Ortega Cachón, Iván Soto San Andrés, Cecilio J. Cerdán Carbonero.-- [S.l.] : Atrevia ; Deusto, 2016. 97 p.

Autodidactas, creativos y sobreexpuestos a la información. Así son los jóvenes que han crecido con Internet, para quienes el conocimiento se ha hecho plano, sin jerarquías ni compartimentos. Su personalidad conformada en una sociedad líquida, diversa y en crisis, hace presagiar que con la llegada de los Jóvenes Z se produzca un cambio generacional mucho más radical que el protagonizado por los millennials.

<http://atrevia.com/generacion-z/>

http://ethic.es/wp-content/uploads/2016/04/ResumenEjecutivo_GeneracionZ_140315-2.pdf - Resumen ejecutivo

Jóvenes, Internet y política / Equipo IGOPnet: Joan Subirats... [et al.].-- Madrid : Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud; FAD, 2014. 204 p. : gráf.

Trabajo exploratorio para poner las bases de un proyecto de análisis sobre esta nueva realidad de información, movilización y acción política. El texto aborda, desde diferentes artículos, el uso de Internet como nuevo espacio de participación política juvenil. La gente joven está aprovechando todo el potencial que tiene Internet como nuevo espacio de relación e interacción, sin intermediarios, y está mostrando que se puede hacer política de otra manera. ISBN 978-84-92454-25-9

http://adolescenciayjuventud.org/es/publicaciones/monografias-y-estudios/item/jovenes-internet-y-politica?category_id=2

Jurado Gilabert , Francisco.

Jóvenes, Internet y Política : El cambio de paradigma tecnopolítico = "Youth, Internet and Politics. The new paradigm of technopolitics" / Francisco Jurado Gilabert.

En: Metamorfosis. Revista del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud n. 2 (junio 2015) ; p. 87-99 ISSN 2341-278X

Se ha partido de otros trabajos e informes relacionados con el interés de los jóvenes en la política, tanto institucional como extrainstitucional, junto con el análisis de movimientos y plataformas surgidos en los últimos años, de las herramientas informáticas y del uso que hacen de ellas, así como de experiencias concretas de jóvenes directamente implicados en estas organizaciones.

<http://revista.adolescenciayjuventud.org/numeros/numero-2/item/46-jovenes-internet-y-politica-el-cambio-de-paradigma-tecnopolitico-youth-internet-and-politics-the-new-paradigm-of-technopolitics>

Jóvenes, ocio y educación en la sociedad real = Young people, leisure and education in the network society / Presentación Belén Caballo Villar ; Joao Paulo Ferreira Delgado ... [et al.].

En: Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria Monográfico, n. 25 (2015) ; p. 25-200 ISSN 1139-1723

Orienta su mirada hacia los tiempos de ocio de la juventud en una sociedad que se define como de redes, caracterizada por una profunda, acelerada y constante transformación, con el fin de que contribuya a visibilizar la importancia que los tiempos de ocio -y su educación- tienen. También se propone promover la acción reflexiva y comprometida en este campo desde las administraciones, asociaciones, familias o centros educativos.

http://dx.doi.org/10.7179/PSRI_2015.25

Jovenlc : Jóvenes, inteligentes, colectivos, colaborativos : Una visión joven de la Inteligencia Colectiva y Colaborativa / Realizado por: Comandante Tom (Santiago López, Jesús Rodríguez), en colaboración con Simbyosi (Luis Tamayo).-- Madrid : Injuve, 2014.

143 p. : gráf., fot.

Resultado de un proceso experimental, basado en un ensayo abierto, sobre jóvenes que tienen unos valores, una actitud y una experiencia que están contribuyendo a cambiar las ideas y creencias de esta sociedad, y que ya están liderando diversos proyectos que son referencia dentro de su ámbito de actuación y desde diferentes perspectivas, tales como la educación, el periodismo, la ciencia, el emprendimiento, la economía o la cultura.

<http://www.injuve.es/observatorio/infotecnologia/jovenic-jovenes-inteligentes-colectivos-colaborativos>

Espin, Manuel.

Juventud Global : Identidades y escenarios de actuación en clave cosmopolita : El tema. / Manuel Espín; Fundación Atenea.

En: Revista de estudios de juventud n. 109 (septiembre 2015) "Juventud Global: Identidades y escenarios de actuación en clave cosmopolita" ; 7 p. ISSN 0211-4364

El año 2020 ha comenzado a ser visto como una referencia con relación a los retos y expectativas que encontrará una generación de jóvenes que está creciendo y educándose en medio de las rápidas y profundas transformaciones producidas por la revolución tecnológica de carácter digital, lo que está influyendo de forma decisiva en la forma en la que están construyendo su identidad, subjetividades, formas de relación y de participación.

http://www.injuve.es/sites/default/files/2016/05/publicaciones/tema_109.pdf

Primo, Carlos.

Juventud sin etiquetas / Carlos Primo.

En: El País. [Especial niños] (21 septiembre 2015)

Reportaje que muestra cómo son los adolescentes actuales comparados con los de generaciones anteriores respecto a las modas, abarcando temas como las marcas, sus gustos musicales, la publicidad, y el cambio que ha supuesto Internet y las redes sociales.

http://elpais.com/elpais/2015/09/08/eps/1441727643_401822.html

Herrero-Diz, Paula.

La comunicación digital en el aprendizaje entre iguales : niños y jóvenes

como educadores en la Red / Paula Herrero-Diz, Purificación Alcaide-Pulido.-- [Madrid] : Plataforma de Infancia, [2014]
16 p. : tabl., gráf.

Se examina a través de la red española Cybercorresponsales el intercambio de conocimiento y aprendizaje a través de la comunicación online. El análisis del contenido albergado en este entorno revela la existencia de un conocimiento adquirido en un entorno de comunicación informal, fuera de las instituciones educativas, donde son los jóvenes quienes educan a otros jóvenes.

<http://plataformadeinfancia.org/wp-content/uploads/2014/04/Investigaci%C3%B3n-Univ-Loyola-La-comunicaci%C3%B3n-digital-en-el-aprendizaje-entre-iguales1.pdf>

Benedicto, Jorge.

La construcción de los imaginarios colectivos sobre jóvenes, participación y política en España / Jorge Benedicto, María Luz Morán.

En: Revista de Estudios de Juventud "Los estudios sobre la juventud en España: Pasado, presente, futuro", Injuve, n. 110, diciembre 2015, p. 83-103, ISSN: 0211-4364

Junto al imaginario de despolitización de los jóvenes también se ha generado una imagen alternativa centrada en el activismo juvenil, que resalta la capacidad de determinados grupos para convertirse en actores sociales y políticos. Este segundo imaginario colectivo ha adquirido una gran notoriedad en los últimos años proyectando así la imagen -no exenta de grandes dosis de idealización- de una generación comprometida y participativa que amplía los límites de lo político.

<http://www.injuve.es/sites/default/files/2016/36/publicaciones/5.%20La%20construcci%C3%B3n%20de%20los%20imaginarios%20colectivos%20sobre%20j%C3%B3venes.pdf>

Sánchez-Silva, Carmen.

La educación formal no va con los 'millennials' / Carmen Sánchez-Silva.

En: El País. Formación, 17/05. 2016

Los millennials (nacidos entre 1980 y 1994) o los nativos digitales de la llamada Generación Z (entre 1994 y 2009) tienen una manera distinta de pensar. La educación formal no va con ellos. Les interesa aprender de forma práctica materias cada vez más concretas y lo quieren hacer con cursos flexibles en los que puedan dar rienda suelta a su creatividad. La titulitis ha sido desterrada, sobre todo para quienes ven su futuro profesional en el mundo de la tecnología.

http://economia.elpais.com/economia/2016/05/17/actualidad/1463474783_247698.html

Gutiérrez-Rubí, Antoni.

La generación Millennials y la nueva política / Antoni Gutiérrez-Rubí.

En: Revista de estudios de juventud, n. 108 (junio 2015) "Jóvenes y generación 2020" ; p. 161-169-160. ISSN 0211-4364

Describe las características de esta generación que, educada en un entorno plenamente digital, tiene una aproximación distinta a la política. Esta realidad reclama una fuerte reformulación de las estructuras políticas tradicionales para su supervivencia. Al mismo tiempo, se formulan nuevos formatos, con nuevos valores, nuevos líderes, que significan un evidente choque con las estructuras tradicionales incapaces de reformularse a la velocidad que esta nueva generación demanda.

<http://www.injuve.es/sites/default/files/2015/35/publicaciones/12.%20La%20generaci%C3%B3n%20Millennials%20y%20la%20nueva%20pol%C3%ADtica.pdf>

Verdú, Daniel.

La Generación Z cambiará el mundo / Daniel Verdú.

En: El País. [A Fondo] (3 Mayo 2015)

Retrato de la llamada "Generación Z", el grupo demográfico nacido entre 1994 y 2010. Se destaca la conciencia social que tienen los jóvenes de esta generación por haber nacido en tiempos de crisis, y en su deseo de participar en actividades de voluntariado. Se definen como consumidores que quieren producir sus propios contenidos, deseando una gran parte de ellos fundar su propia empresa. Una generación más cautelosa y realista que la anterior, con sentido crítico y escéptica.

http://politica.elpais.com/politica/2015/05/02/actualidad/1430576024_684493.html

Williams, Alex.

La generación Z pone de moda no tener estilo / Alex Williams.

En: El País. Estilo (21 de octubre de 2015)

Durante el 2015 se ha incorporado una nueva tendencia entre los jóvenes en la que su identidad es la de una adolescencia intemporal, hay un cambio hacia un "no estilo". Enumera alguno de estos "estilos" entre los más jóvenes.

http://elpais.com/elpais/2015/10/16/estilo/1445016766_316417.html

Elorduy, Pablo.

La juventud como categoría social está muriendo de éxito / Pablo Elorduy.

En: Diagonal (03 marzo 2015)

Entrevista a Carles Feixa, en la que habla de su último libro, sobre la juventud en la actualidad. Abarca temas como lo que significa ser joven en la actualidad, la cultura juvenil, la crisis económica y laboral para los jóvenes, la era de Internet y las nuevas tecnologías. Afirma que la cultura juvenil está en crisis y que la juventud se ha convertido en la etapa más duradera de la vida y en la base del precariado.

<https://www.diagonalperiodico.net/saberes/25747-la-juventud-como-categoria-social-esta-muriendo-exito.html>

Antolín Llorente, Ion.

La juventud emisora de información / Ion Antolín Llorente.

En: Revista de estudios de juventud, n. 108 (junio 2015) "Jóvenes y generación 2020" ; p. 171-177. ISSN 0211-4364

Punto de partida para la tarea que supone a organizaciones, empresas y administraciones públicas la creación de áreas destinadas a la escucha y análisis de las diferentes manifestaciones que la juventud realiza de forma pública a través de los canales sociales de comunicación. Los jóvenes emiten a diario una cantidad ingente de información que puede ayudar a una mejor gestión pública, a mejorar productos y servicios o a interpretar tendencias futuras.

<http://www.injuve.es/sites/default/files/2015/35/publicaciones/13.%20La%20juventud%20emisora%20de%20información.pdf>

Jiménez Melgarejo, Guillermo.

La juventud y los movimientos sociales en el entorno de las nuevas tecnologías / Guillermo Jiménez Melgarejo.

En: Revista de estudios de juventud, n. 103 (diciembre 2013) "Juventud, neurociencia, tecnología y subjetividad" ; p. 147-159 ISSN 0211-4364

En el marco de la crisis sistémica, los índices de desafección y desconfianza

juvenil hacia las instituciones y los objetos políticos en general son especialmente elevados. En este contexto, las redes sociales como espacios colaborativos brotan como instituciones claves desde las cuales asociarse, cooperar e imaginar una política diferente, sembrando la semilla de la transformación social y del cambio político.

<http://www.injuve.es/sites/default/files/2014/18/publicaciones/9%20La%20juventud%20y%20los%20movimientos%20sociales%20en%20el%20entorno%20de%20las%20nuevas%20tecnologias.pdf>

Parés, Marc.

La participación política de los jóvenes ante el cambio de época: Estado de la cuestión / Marc Parés.

En: Metamorfosis. Revista del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud n. 0, marzo 2014 ; p. 43-55 ISSN 2341-278X

Las múltiples transformaciones que están experimentando las sociedades occidentales en general, y la española en particular, están afectando también a las formas cómo los jóvenes participan políticamente. Se repasan las investigaciones publicadas recientemente sobre participación política juvenil y, al mismo tiempo, se identifican los nuevos debates emergentes, incorporando una nueva variable que se ha convertido en fundamental: Internet.

<http://revista.adolescenciayjuventud.org/numeros/numero-0/item/8-la-participacion-politica-de-los-jovenes-ante-el-cambio-de-epoca-estado-de-la-cuestion>

Collera, Virginia.

La revolución de los “youtubers” / Virginia Collera. -- (Reportaje)

En: El País Semanal, (28 de junio de 2015)

Rutilantes ídolos adolescentes están en el punto de mira, tanto de las marcas, como de la industria audiovisual. Han plantado el germen de la nueva televisión. Los canales de El Rubius, Luzu, Patry Jordán o AuronPlay acumulan millones de espectadores en España y Latinoamérica.

http://elpais.com/elpais/2015/06/24/eps/1435156615_876950.html

Lasén Díaz, Amparo.

Las mediaciones digitales en las formas de espacializar y de ritmar en la vida cotidiana de las y los jóvenes / Amparo Lasén Díaz.

En: Metamorfosis. Revista del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud n. 3 (diciembre 2015), p. 48-61; ISSN: 2341-278X

Trata dos ejemplos de dinámicas espaciales y temporales de la cotidianidad juvenil, señalando semejanzas y diferencias con resultados de investigaciones sobre jóvenes en los años noventa, relativas a la emergencia de un nuevo entorno material digital. Estos ejemplos son las *flashmobs* como masas rítmicas y la articulación entre lo público, lo privado y la intimidad, así como las formas de sincronización y desincronización con los tiempos y ritmos de las obligaciones y expectativas familiares, institucionales y de los pares.

http://revista.adolescenciayjuventud.org/numeros/numero-3/item/download/47_23607df488fc8bcbd9c9ce4e658a8835

Les millenials prennent la plume!.

En: 50 ans d'anticipation n. 6 (février 2016), TNS-Sofres, 28 p.

A menudo considerada como la “tercera revolución industrial”, la revolución digital profundiza la transformación de nuestras sociedades, ya sea en la

salud, la educación o la economía o el trabajo. Mientras que la generación Z despierta la atención de los vendedores, los Millennials - o Generación Y - siguen siendo un objetivo para las empresas que quieren conocer sus patrones de consumo y especificidades en un mundo conectado.

<http://www.tns-sofres.com/sites/default/files/2016.02-50-ans-006.pdf>

Martin, Carmen.

Llegan los “muppie”, una nueva generación de nativos digitales /Carmen Martín.

En: El Huffington Post, 2 febrero 2015

Los muppies, término generado de la unión de “millennial” y “yuppie”, representan a una nueva generación de nativos digitales que pueden hacer mil cosas a la vez, al mismo tiempo que se desviven por llevar una vida sana. Son jóvenes de edades comprendidas entre los 25 y los 35 años que se esfuerzan para conseguir el éxito laboral, más por satisfacción personal que por una buena remuneración. Trabajan en lo que les gusta, son solidarios y adictos a las redes sociales, pero su verdadera droga es el deporte y la ingesta de alimentos saludables.

http://www.huffingtonpost.es/2015/05/02/hipsters-muppies-cambio_n_7194788.html

García Vega, Miguel Ángel.

Los “millennials” y los “centennials”, dos generaciones que valen 19 billones / Miguel Ángel García Vega.

En: 20Minutos, 17/10. 2016

Representan a 4.400 millones de almas en el mundo y en 2020 sumarán la fuerza demográfica (59%) más trascendente del planeta. Un estudio del Bank of América rastrea cómo estas dos generaciones entienden el consumo, las finanzas, la tecnología, la educación, la demografía; la vida.

http://economia.elpais.com/economia/2016/10/20/actualidad/1476985002_101940.html

Ruiz del Olmo, Francisco Javier.

Los jóvenes como usuarios de aplicaciones de marca en dispositivos móviles / Francisco Javier Ruiz del Olmo, Ana María Belmonte Jiménez.

En: Comunicar, 2º semestre (Julio 2014) vol. XXII, n. 43. p. 73-81 E-ISSN: 1988-3293

Análisis realizado en cuatro grupos focales de jóvenes universitarios, de edades comprendidas entre los 18 y 24 años. Se constata una alta predisposición de estos consumidores activos por interactuar con contenidos comerciales, estableciendo redes sociales bajo el amparo de una cultura e imagen de marca, como forma de cohesión grupal. Sin embargo, aún se muestran reticentes al pago de productos o servicios mediante el dispositivo móvil.

<http://dx.doi.org/10.3916/C43-2014-07>

Ibar, Nerea.

Manual para entender a los adolescentes : Generación Z / Nerea Ibar.

En: El Mundo. YoDona, (19 Abril 2015)

La autora intenta hacer un retrato de los jóvenes de hoy en día, a través de un repaso de las cosas que caracterizan a esta juventud: desde su adicción a las nuevas tecnologías, hasta la edad de inicio en las relaciones sexuales, pasando por los hábitos de comida, estudios, etc.

<http://www.elmundo.es/yodona/2015/04/19/5530e329e2704e1d5a8b4582.html>

Marketing to Millennials : 5 things every marketer should know.-- [S.I.] : ComScore, 2014.

16 p. : principalmente gráf.

Estudio que ofrece a las empresas datos para comprender los hábitos de consumo de medios de comunicación de este gran segmento demográfico, que se define en este informe como de 18 a 34 años, en comparación con otras franjas de edad. Además de que los Millennials representen una parte enorme de consumo de pantalla en los EE.UU., su comportamiento digital también ofrece una idea del panorama de los medios que se verá en el futuro. http://www.comscore.com/layout/set/popup/content/download/23331/1230997/version/1/file/Corp_Whitepaper_MarketingtoMillennials_NA_ENGUS_ALL_FEB2014_EXT.pdf

Jones, Maggie.

Meet Generation Z : Marketing's Next Big Audience [Infographic] / by: Maggie Jones.

En: Marketo (august 11 2014) gráf.

La Generación Z, jóvenes por debajo de los 21 años, cada vez están teniendo más consideración como miembros de la sociedad de consumo, por lo que se están empezando a estudiar sus hábitos en vistas a conocer cómo serán los futuros compradores. Los datos aportados reflejan que la mitad de estos jóvenes recurren a las redes sociales y You Tube para informarse. Más del 70% desea tener su propio negocio y que esté en relación con sus aficiones. <http://blog.marketo.com/2014/08/meet-generation-z-marketings-next-big-audience-infographic.html>

Marcelino Mercedes, Georgina Victoria.

Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram : la segunda migración = Spanish youth and teenagers migrating through social networks. From Tuenti to Facebook an from Facebook to Instagram. The second migratiion / Georgina victoria Marcelino Mercedes.

En: Icono 14 v. 13, n. 2 (2015) p. 48-72 ISSN:1697-8293

Jóvenes y adolescentes españoles mantuvieron durante algunos años una frecuencia de participación notable en la red social Tuenti, abandonándola progresivamente al trasladarse hacia Facebook, una red similar con notable carácter internacional.

<http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/download/821/525>

Millennials : Fueling the experience economy.-- [S.I.] : Eventbrite, [2016?]

6 p. : gráf., tablas.

La investigación desvela que la generación Millennials, con edades entre los 18-34 años y una previsión de gasto anual en un futuro de 1,3 billones de dólares en Estados Unidos, valora las experiencias y cada vez invierte más tiempo y dinero en ellas: conciertos, eventos deportivos o sociales..., su felicidad no está focalizada en lo material o en la carrera profesional. http://eventbrite-s3.s3.amazonaws.com/marketing/Millennials_Research/Gen_PR_Final.pdf

Ortega, Iñaki.

Millennials : inventa tu empleo / Iñaki Ortega, [con la participación de Carlos Barrabés y Juanjo Azcárate].-- Logroño : UNIR Editorial, 2014.

270 p. : il.-- (Emprende)

Los Millennials son jóvenes que se han hecho mayores con el nuevo siglo y que no han conocido otra economía que la de la crisis. Mediante 15 retratos de millennials españoles, los consejos de 10 empresarios visionarios y ejemplos de actuaciones de grandes empresas y administraciones que están canalizando su creatividad, además de otros análisis conoceremos, mejor a la generación del milenio.
ISBN 978-84-16125-45-6

Millennials in Adulthood : Detached from Institutions, Networked with Friends / Pew Research Center.-- [S.l.] : Pew Research Center, 2014.
69 p. : il.

La generación del milenio está forjando un camino distinto en la edad adulta. Ahora en edades de 18-33, son relativamente desapegados de la política y la religión organizada, unidos por medios de comunicación social, agobiados por la deuda, desconfiados de las personas, no tienen prisa para casarse y son optimistas sobre el futuro. Los investigadores comparan y contrastan las creencias de la generación de los millennials adultos con los de generaciones anteriores (Gen X, Boomers...)

http://www.pewsocialtrends.org/files/2014/03/2014-03-07_generations-report-version-for-web.pdf

Millennials, una nueva generación en el mercado laboral / Infojobs.-- [s.l.] : Infojobs, 2014.

En 2040 la mayoría de personas en edad activa formarán parte de la que se conoce como Generación Y o Millennials. Se caracterizan por su pensamiento transversal y tecnológico, al tiempo que se define su trabajo ideal, la orientación hacia el modelo freelance, la preferencia sobre la flexibilidad laboral y su vida personal.

<http://orientacion-laboral.infojobs.net/millennials-mercado-laboral>

Nativos digitales : Jóvenes, Internet y nuevas tecnologías / Guillermo Cánovas... [et al.].-- [S.l.] : Protégeles, 2012.
115 p. : fot.

Dime a quién agregas y te diré quién eres.- Reputación digital.- Tuenti a examen...

Nativos digitales es la primera publicación sobre el uso de las TIC en el entorno de los menores, diseñada y desarrollada especialmente para tablets y *smartphones*. Un equipo de psicólogos, pedagogos, profesores, abogados y expertos en seguridad, trabajan para facilitarles información, nuevos puntos de vista o ideas que puedan servir también para alimentar posteriores debates.

<http://protegeles.com/nativosdigitales/Revista-nativos-digitales01.pdf>

Lobera, Josep.

Nativos digitales : ¿hacia una nueva participación política? / Josep Lobera, Rafael Rubio.

En: Revista de estudios de juventud n. 108 (junio 2015) ; p. 145-160. ISSN 0211-4364

Un sector cada vez más importante de los jóvenes está demandando una mayor interlocución, participación y capacidad de influencia en los asuntos públicos. Internet y las redes sociales se han convertido para muchos de ellos en un nuevo ámbito político, donde intercambiar opiniones, influir y construir

sus propias subjetividades políticas, influyendo decisivamente en sus hábitos políticos más allá de la red, como canales alternativos de participación política.

<http://www.injuve.es/sites/default/files/2015/35/publicaciones/11.%20Los%20nativos%20digitales.pdf>

Mascheroni, Giovanna.

Net Children Go Mobile : Final Report / Giovanna Mascheroni & Andrea Cuman.-- Milán : Educatt, 2014.

74 p. : il.

Co-funded by Safer Internet Programme. European Commission.

Proyecto de investigación multinacional que estudia el acceso, uso, riesgos y oportunidades de Internet móvil en los menores en Europa. El informe está basado en una encuesta a 3500 niños de 9 a 16 años de edad, usuarios de Internet, en siete países europeos, entre ellos España, y una investigación cualitativa que implica a 327 niños y 230 adultos (padres, maestros y trabajadores de la juventud) en nueve países europeos. Compara estos datos de 2013-14 con los de 2010 de la encuesta *EU Kids Online*.

ISBN 978-88-6780-641-6

http://netchildrengomobile.eu/hcgm/wp-content/uploads/2013/07/NCGM_FinalReport_Country_DEF.pdf

http://netchildrengomobile.eu/hcgm/wp-content/uploads/2013/07/NCGM_D3.3_Crossnational_report.pdf

Sendín Gutiérrez, José Carlos.

Nuevos medios : usos comunicativos de los adolescentes. Perspectivas desde los nativos digitales / José Carlos Sendín Gutiérrez, Carmen Gaona Pisonero, Antonio García Jiménez.

En: Estudios sobre el Mensaje Periodístico vol. 20, n. 1, (2014) p. 265-280
ISSN: 1134-1629

Presenta los resultados de un proyecto de investigación sobre hábitos y dinámicas de los adolescentes españoles en Internet a través del análisis cualitativo de sus propios relatos, mediante el desarrollo de grupos de discusión en diferentes centros educativos. El objetivo es conocer cómo acceden y el uso que hacen de Internet, qué cambios se han producido en la visión de los adolescentes sobre las relaciones sociales y cuál es la percepción sobre el papel de la familia en relación con Internet.

<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/45231/42571>

Ballesteros Guerra, Juan Carlos.

Política e internet : Una lectura desde los jóvenes (y desde la red) /

Juan Carlos Ballesteros Guerra, Elena Rodríguez San Julián, Anna Sanmartín Ortí.-- Madrid : Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud; Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), 2015.

322 p. : tab.

Investigación cuyo objetivo es analizar, a través de una encuesta *online* a unos 800 jóvenes de entre 18 y 25 años, cómo perciben la sociedad actual y el sistema político, cuáles son sus canales y modalidades de participación ciudadana, y qué papel juega en todo ello el uso de Internet. El análisis de los resultados permite establecer una tipología que dibuja las diferentes formas en que los jóvenes participan y se interesan por la política.

ISBN 978-84-92454-34-1

<http://adolescenciayjuventud.org/es/component/zoo/item/politica-e-internet>

PwC's NextGen: A global generational study evolving talent strategy to match the new workforce reality Summary and compendium of findings.--
[S.I.] : Price Waterhouse Coopers, 2013.
16 p.

Los cambios en torno a la cultura del lugar de trabajo, las aspiraciones laborales o el uso de las tecnologías son determinantes para el entendimiento de la denominada generación Y de trabajadores (también llamados "Millenials"). El presente informe estudia las dinámicas de trabajo y su transformación, así como la búsqueda de un equilibrio adecuado entre trabajo y vida, con el objetivo de conseguir un mayor compromiso por parte de esos trabajadores con la empresa.

http://www.pwc.com/en_GX/gx/hr-management-services/pdf/pwc-nextgen-study-2013.pdf

Fernández, Cristóbal.

Radiografía Tuenti Móvil - IPSOS sobre hábitos de uso y conexión a Internet en el móvil entre los jóvenes en España / Cristóbal Fernández, Nuria Fernández.-- Madrid : Tuenti Móvil : IPSOS, 2014.

4 p. : graf.

El operador de telefonía móvil de Tuenti de carácter social y centrado en datos, Tuenti Móvil, ha elaborado una panorámica de los hábitos de uso y conexión de los jóvenes a internet desde el teléfono móvil en base a las encuestas mensuales realizadas en colaboración con la compañía de investigación de mercado IPSOS a lo largo de 2013.

<http://corporate.tuenti.com/es/communication/download/98>

García Galera, María del Carmen.

Redes sociales, un medio para la movilización juvenil / María del Carmen García Galera, Mercedes del Hoyo Hurtado.

En: Zer vol. 18, n. 34, 2013 ; p. 111-125 ISSN 1989-631X

Trata de conocer qué influencia están teniendo las redes sociales en la participación de la juventud en acciones sociales colectivas, qué percepción tienen los jóvenes de las redes sociales como fuente de información global, qué conductas desarrollan -o se ven afectados por ellas- que implican una mayor participación en situaciones de solidaridad y asociacionismo, y qué relaciones sociales nacen o se desarrollan a través de las redes sociales.

<http://www.ehu.es/zer/es/hemeroteca/articulo/redes-sociales-un-medio-para-la-movilizacion-juvenil/517>

Selección de referencias documentales: Jóvenes y Generación 2020.

En: Revista de estudios de juventud n. 108 (junio 2015) ; p. 195-217. ISSN 0211-4364

<http://www.injuve.es/sites/default/files/2015/35/publicaciones/Materiales.pdf>

Si lo vives, lo compartes : Cómo se comunican los jóvenes en un mundo digital / Coordinadores: María del Carmen García Galera, Cristóbal Fernández Muñoz.-- Madrid : Fundación Telefónica; Ariel, 2016.

87 p.

Se refiere a la necesidad que tienen los jóvenes de contar sus experiencias personales y grupales, compartiendo fotos, vídeos o enlaces, todo ello en tiempo real gracias a los dispositivos móviles. El objetivo principal de este estudio ha sido el de conocer las actitudes y comportamientos acerca de las nuevas formas de participación en las redes sociales y para el que se han

realizado tanto entrevistas personales a jóvenes como una encuesta online para conocer los usos más generalizados.

ISBN 978-84-08-15993-3

http://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/482/?utm_source=comunicacion&utm_medium=boletines&utm_campaign=boletin-semanal-03142016

García del Río, Laura.

Sin coche, sin casa propia y egocéntricos: así vive la generación que más gasta / Laura García del Río.

En: El País. SModa, 4 de septiembre. 2016

Nacido entre principios de los 80 y finales de los 90, informado y social, vino al mundo con un móvil en mano. Se mueve en el mundo digital como pez en el agua. Las redes sociales son su altavoz y le encanta usarlas para dar su opinión. Es egocéntrico –aficionado al *selfie*– y exigente: cuando quiere algo, lo quiere ya. Así es el comprador millennial. Gracias a Internet tiene acceso a gran cantidad de información. Conoce el precio y la calidad de los productos de una marca, pero también se documenta sobre sus prácticas empresariales, sus valores corporativos y hasta su implicación con la ecología.

http://politica.elpais.com/politica/2016/05/30/actualidad/1464609168_473855.html

Talking about a revolution : Europe's young generation on their opportunities in a digitised world : A study across six european countries / YouGov Survey Commissioned by the Vodafone Institute for Society and Communications.-- Vodafone Institute for Society and Communications GmbH : Düsseldorf, 2014.

30 p. : gráf., tab.

Estudio cuyo objetivo es complementar la cumbre “Digitalización Europa”, preguntando a los jóvenes sobre temas de educación y trabajo a la luz de la revolución digital. Está basado en una investigación llevada a cabo en casi 10.000 jóvenes en 9 países europeos.

http://www.vodafone-institut.de/fileadmin/content/vf/images/beitraege/economic_participation/YouGov/141118_2206-719_PubYouGov_Web.pdf
http://www.vodafone-institut.de/fileadmin/content/vf/images/beitraege/economic_participation/YouGov/YouGov_Vodafone_Institute_Europe_s_Young_Generation_Spain.pdf - Resultados detallados en España

Teenagers and social media survey / ComRes.-- [London] : ComRes, 2014. 63 p. : tabl.

Sesenta y una tablas con los resultados de la encuesta realizada por la agencia ComRes sobre los hábitos de los jóvenes británicos de entre 15 y 18 años a la hora de usar las redes sociales, juegos en línea o aplicaciones para comunicarse con otras personas. Los datos de los 1015 encuestados son recogidos teniendo en cuenta la edad, región y género. El estudio concluye que el 25% de los consultados son más felices en su vida *on line* que en la real.

http://comres.co.uk/polls/BBC_Newsbeat_Teenagers_and_Social_Media_Survey_September_2014.pdf

Davies, Chris.

Teenagers and Technology / Chris Davies, Rebecca Eynon.-- New York : Routledge, 2013.

166 p.-- (Adolescence and Society)

Los medios a menudo presentan una imagen negativa de los jóvenes y la tecnología, desde la adicción a los juegos o las distracciones de Internet a los riesgos de las redes sociales, que suelen ser sensacionalistas. Este estudio, basado en entrevistas durante años, proporciona una visión matizada sobre temas como: Redes sociales y participación en línea en la sociedad; Construcción de identidad y pertenencia a un grupo; Tecnología en el hogar; Desarrollo de habilidades tecnológicas en apoyo del aprendizaje.

ISBN 978-0-415-68458-3

<http://adolescenciayjuventud.org/referencias-bibliograficas/es/criticas/1/2269>
[Análisis en español](#)

Lenhart, Amanda.

Teens, social media & technology overview 2015 : smartphones facilitate shifts in communication landscape for teens / Amanda Lenhart.--

Washington : Pew Research Center, 2015.

47 p. : gráf., tablas.

Estudio sobre el uso de la tecnología en adolescentes, donde el 92% afirma que se conecta a Internet desde su *smartphone* todos los días, la mayoría tiene alguna red social, y el 71% de ellos utiliza más de una, siendo Facebook la más popular, seguida por Instagram. Las adolescentes dominan los medios de comunicación social; mientras que ellos son más propensos a los videojuegos.

<http://www.pewinternet.org/2015/04/09/teens-social-media-technology-2015/>

Teens, social media, and privacy / Mary Madden... [et al.]-- Washington : Pew Research Center, 2013.

107 p. : tabl., gráf.

Los adolescentes comparten mucha información acerca de sí mismos en las redes sociales; de hecho los propios sitios están diseñados para fomentar el intercambio de información y su expansión. Sin embargo, adoptan medidas para restringir sus perfiles y pautas de gestión de la reputación en las redes, aunque varían mucho en función de su género y tamaño de la red. Estas son algunas de las principales conclusiones del informe que examina la gestión de la privacidad de los adolescentes en las redes sociales.

<http://www.pewinternet.org/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/>

Teens, technology and friendships : video games, social media and mobile phones plays and integral role in how teens meet and interact with friends /

Amanda Lenhart ... [et al.]-- Washington : Pew Research Center, 2015.

75 p. : gráf.

Analiza los nuevos entornos de la amistad en la era digital, en la que se utilizan los videojuegos, las redes sociales y los teléfonos móviles. Muestra los resultados de una encuesta realizada a jóvenes de entre 13 y 17 años, concluyendo que para los adolescentes de hoy en día, las amistades pueden comenzar y desarrollarse digitalmente: el 57% de los adolescentes han encontrado a un nuevo amigo en línea. Los mensajes de texto son cruciales para mantener en contacto a los amigos.

<http://www.pewinternet.org/files/2015/08/Teens-and-Friendships-FINAL2.pdf>

Lenhart, Amanda.

Teens, technology and romantic relationships : from flirting to breaking up, social media and mobile phones are woven into teens'romantic lives / By

Amanda Lenhart, Monica Anderson and Aaron Smith.-- [Washington] : Pew

Research Center, 2015.

76 p. : gráf., tablas.

Actualmente, Internet y los medios sociales son muy usados por los adolescentes para comunicarse con su pareja. Se ha realizado una encuesta sobre prácticas digitales de los jóvenes estadounidenses, concluyendo que los medios sociales son un lugar muy usado para coquetear, aunque pocos han encontrado pareja así. Estos medios ayudan a los adolescentes a sentirse más cerca de su pareja, aunque también provocan celos e incertidumbre. http://www.pewinternet.org/files/2015/10/PI_2015-10-01_teens-technology-romance_FINAL.pdf

Telefónica Global Millennial Survey : Global Results / Penn Schoen Berland, dir.-- [Madrid] : Telefónica, [2013]

32 p. : principalmente gráf.

Informe de la encuesta más exhaustiva y de mayor tamaño realizada a los miembros de la generación del milenio, por medio de 12.171 entrevistas a jóvenes de entre 18 y 30 años, de 27 países en seis regiones del mundo. Los resultados revelan que se trata de una generación constantemente conectada, experta en tecnología, optimista y que cree firmemente que la tecnología crea oportunidades para todos. Sin embargo, también expresan su preocupación por la economía, la entrada en el mercado laboral, las libertades personales y su planeta.

<http://survey.telefonica.com/globalreports/>

<http://survey.telefonica.com/es/>- Web en español

Espin, Manuel.

Tesis/Antítesis : Identidades y contextos de los y las jóvenes : de lo local a lo global / Manuel Espín.

En: Revista de estudios de juventud n. 109 (septiembre 2015) "Juventud Global: Identidades y escenarios de actuación en clave cosmopolita"; p. 33-47. ISSN 0211-4364

Revisa el anterior concepto de "cosmopolitismo" y lo ubica en una compleja dualidad de identidades, sobre todo entre los jóvenes, como es la estar "viviendo en lo local, en el espacio más cercano, que corresponde al grupo, la "tribu", el barrio, la ciudad...". Pero a la vez, la de "sentirse residentes" en lo global", bajo la reubicación en un modo de ser como el que generan los vínculos creados a través de las redes. Y a su vez, con la actitud ante unos medios que parecen haber roto la anterior posición de "generadores de contenidos" frente a unos "usuarios/consumidores", que ahora también crean sus propios mensajes.

http://www.injuve.es/sites/default/files/2016/05/publicaciones/cap2_109.pdf

Mottola, Gary R.

The financial capability of young adults : A generational view / Gary R.

Mottola.-- Washington : FINRA Foundation, 2014.

12 p. : fig.

La generación del milenio exhibe conductas problemáticas financieras, según datos del estudio llevada a cabo por FNRA en Estados Unidos, con una muestra de 25.509 adultos mayores de 18 años, que muestran bajos niveles de alfabetización financiera y expresa preocupaciones sobre su deuda.

http://www.finrafoundation.org/web/groups/sai/@sai/documents/sai_original_content/p457507.pdf

Through the eyes on gen Z : 6 keys to understanding your next customer /
Craig McCarthy ... [et al].-- [S. L.] : Altitude, [2016?]

17 p. : il.

Estudia al nuevo modelo de consumidor, el de la Generación Z, nacido a partir de 1995, en la era de la tecnología. En general son adictos a las pantallas, y por lo tanto, hay que enfocar hacia ahí las nuevas campañas de publicidad de las empresas. Ofrece seis claves para entender lo que va a ser el futuro consumidor.

<http://www.altitudeinc.com/whitepaper/through-the-eyes-of-gen-z/>

García Vega, Miguel Ángel.

Todas las empresas quieren seducir a los “millennials” / Miguel Ángel García Vega.

En: El País (12 de julio de 2015)

La generación nacida entre 1981 y 1997 inicia su década de mayor nivel de gasto con unos criterios de consumo nunca vistos, que defienden que las empresas deben mejorar la sociedad al mismo tiempo que generan riqueza. Nativa digital, abraza la economía colaborativa y duerme con el teléfono inteligente o la tableta cerca de la cama. Cuando se despierta lo hace en una era de cambio tecnológico, globalización y disrupción económica. Resulta inevitable que el comportamiento como consumidores de los millennials sea distinto al de sus padres.

http://economia.elpais.com/economia/2015/07/09/actualidad/1436465269_201001.html

Trending with NextGen travelers : Understanding the NextGen consumer-traveler / Amadeus.-- [S.l.] : Amadeus, 2013.

8 p. : fot.

Amadeus, empresa proveedora de soluciones tecnológicas, especialista en sistema de reservas para la industria de los viajes, ha llevado a cabo esta investigación cualitativa para establecer conclusiones sobre lo que quieren los viajeros jóvenes, tanto ahora como en el futuro. Tres temas clave determinan estas necesidades en evolución constante: el consumo inteligente, buscar la singularidad y la interacción social.

http://sete.gr/_fileuploads/entries/Online%20library/EN/130924_Amadeus_Trending%20with%20nextgen%20travelers.pdf

Vidal, Marc.

Un mundo automático / Marc Vidal.

En: Revista de estudios de juventud, n. 108 (junio 2015) “Jóvenes y generación 2020” ; p. 70-87. ISSN 0211-4364

El reto de la generación que se encontrará un complejo ecosistema de máquinas inteligentes, redes y personas sin ocupación necesaria, será encontrar el modo que permita obtener de esa maravillosa opción del automatismo la consecuencia del acceso a los derechos fundamentales a toda la población mundial. Un mundo robotizado para hacer más humana la vida. Para ello se precisa una transición tranquila. Una cantidad masiva de datos en red, “big data”, transcurre inexorablemente.

<http://www.injuve.es/sites/default/files/2015/34/publicaciones/7.%20Un%20mundo%20automático.pdf>

Marquié, Gérard.

Usages du numérique / Gérard Marquié.-- Paris : L'Observatoire de la

Jeunesse, 2013.

4 p. : tabl., gráf.-- (Les fiches Repères)

La explosión de la tecnología digital en la vida cotidiana tiene un gran potencial pero también plantea interrogantes en cuanto a las desigualdades en el acceso, el uso y el contenido. La alta velocidad, el aumento del poder de Internet móvil, la amplia disponibilidad de datos públicos en línea pública (*open data*), sobre todo, son cuestiones esenciales. Este estudio propone cuestionar las ideas sobre Internet y presenta datos sobre equipamiento y uso entre los jóvenes de 12-17/18-24 años.

http://www.injep.fr/sites/default/files/documents/FR_UsageNumerique.pdf

Using minecraft for youth participation in urban design and governance /

Pontus Westerberg, Fanny von Heland.-- Nairobi : UN-HABITAT, 2015.

18 p. : il.

Expone la postura de ONU-Hábitat en cuanto al uso de la información y la comunicación (TIC) como motor para fomentar la participación de los jóvenes en el diseño urbano y la gobernabilidad por medio del juego de ordenadores Minecraft. Es proyecto llevado a cabo en varios países muestra que el uso de las TIC por los jóvenes puede tener un impacto directo en el aumento de la participación ciudadana, ofreciéndoles nuevas vías a través del cual llegar a estar informados, a formarse una opinión, a organizarse, colaborar y tomar medidas.

<http://unhabitat.org/books/using-minecraft-for-youth-participation-in-urban-design-and-governance/#>

VI Estudio Redes Sociales de IAB Spain : versión abierta / IAB Spain

Research.-- [S.l.] : IAB Spain, 2015.

19 p. : gráf.

Muestra cuáles son las redes sociales preferidas por los españoles de 18 a 55 años y la frecuencia de uso de cada una de ellas. También presenta las actividades que los usuarios realizan con cada una y los dispositivos más utilizados. Por último, indaga sobre la percepción de la publicidad en las redes sociales y la acogida del comercio electrónico. Finalmente, incluye un monográfico en el que compara estos datos con los de los adolescentes (14-17 años).

http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2015/01/Estudio_Anuar_Red_Sociales_2015.pdf

What it means to be young in the European Union today : facts and figures on youth and children in the EU /

a brand new publication from Eurostat.-- [Luxemburgo] : Eurostat Press Office, 2015.

7 p. : gráf., tabl.

Noticia de prensa sobre el informe "Being young in Europe today" elaborado por Eurostat que proporciona una visión general de la situación de los niños (0 a 14 años) y de los jóvenes (15 a 29 años) de la Unión Europea. Analiza mediante abundantes datos estadísticos cuestiones tales como la participación de los jóvenes en la sociedad, el número de niños que actualmente viven en la Unión Europea, cómo se adaptan los jóvenes al cambio que supone pasar de la escuela al trabajo, etc.

<http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/6783798/1-16042015-AP-EN.pdf/5d120b02-c8df-4181-9b27-2fe9ca3c9b6b>

Krahna, Harvey J.

Work values and beliefs of “Generation X” and “Generation Y” / Harvey J. Krahn, Nancy L. Galambos.

En: Journal of Youth Studies vol. 17, nº1, 2013, p. 92-112 eISSN: 1469-9680
Este estudio examinó las diferencias de cohorte y el cambio en los valores del trabajo, intrínsecos y extrínsecos, y en las expectativas sobre empleo, en estudiantes de secundaria de Canadá de las Generaciones X e Y, encuestados a los 18 años y de nuevo a los 25. La cohorte de 1996, Generación Y, puso más énfasis en las recompensas extrínsecas del trabajo.

http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13676261.2013.815701#.UvDc6_I5NPo

Workplace of the future : A view from european youth / Tata Consultancy Services; ThinkYoung.-- [S.l.] : [s.n.], 2014.

83 p. : fot., gráf.

Estudio realizado con más de 500 jóvenes europeos de entre 18 y 30 años cuyo objetivo era comprender sus pensamientos sobre el futuro de los lugares de trabajo físicos o virtuales, en la era digital, e iniciar un diálogo entre los jóvenes, empresarios y gobiernos. Concluye que las generaciones jóvenes en Europa quieren más tecnología, más movilidad, y una mejora de la formación.

<http://www.criticaleye.com/insights-servfile.cfm?id=4513>

Ya nada será lo mismo: los efectos del cambio tecnológico en la política, los partidos y el activismo juvenil / Joan Subirats (dir.) ; Nuria Vila Alabao ... [et al.]-- Madrid : FAD : Centro Reina Sofia sobre Adolescencia y Juventud, 2015.
416 p. : gráf., tablas. Anexos.

Profundiza en las relaciones que se producen entre las variables jóvenes, internet y política. El objetivo es explorar hasta qué punto la irrupción de internet en la realidad cotidiana de los jóvenes, en sus formas de relacionarse y actuar, ha generado formas nuevas de entender la política y de participar en ella.

ISBN 978-84-92454-36-5

<http://adolescenciayjuventud.org/en/component/zoo/item/ya-nada-sera-lo-mismo>

Young people, technology and cha[n]ge : Understanding the system? = “Jóvenes, tecnología y cambio; ¿Comprendiendo el sistema / Amparo González Ferrer... [et al.]

En: Metamorfosis. Revista del Centro Reina Sofia sobre Adolescencia y Juventud n. 2 (Junio 2015) ; p. 50-66 ISSN 2341-278X

Comienza ofreciendo una visión general de los cambios sociales recientes, destacando el fuerte impacto global de la llegada de la tecnología de la información a nuestras vidas. A continuación, examina la evidencia de la investigación sobre las influencias positivas y negativas de la tecnología de la información en los jóvenes, aportando hallazgos sobre los siguientes aspectos: Como actividad de tiempo libre; Como fuente de información; Para las relaciones sociales.

<http://revista.adolescenciayjuventud.org/numeros/numero-2/item/44-adolescents-life-plans-in-the-city-of-madrid>

Ballano Macías, Sonia

Young users and the digital divide : readers, participants or creators on Internet? / Sonia Ballano, Ana Cynthia Uribe, Rosa-Àuria Munté-Ramos.

En: Communication & Society vol. 27, n.4 (2014) ; p. 147-155 E-ISSN: 2174-0895

Aborda la brecha digital generacional mediante el análisis de la visión que los jóvenes, los padres y los profesores tienen sobre la utilización de las herramientas digitales por los nativos tecnológicos. Para ello se llevaron a cabo 30 *focus groups* en los que participaron 120 jóvenes y 60 adultos de cinco ciudades españolas. Los resultados muestran que mientras que los adultos consideran que los jóvenes son capaces de utilizar las nuevas tecnologías con un alto grado de complejidad para crear nuevos contenidos digitales, los adolescentes se autoperceben principalmente como meros lectores y participantes en la red.

http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/resumen.php?art_id=517

15 economic facts about millennials / The Council of Economic Advisers.-- Washington : The Council of Economic Advisers, 2014.

49 p. : gráf., tablas.

Los Millennials son la generación motor de la economía en las próximas décadas; la primera que ha tenido acceso a internet durante su formación, la más plural, pero también la que ha alcanzado la mayoría de edad con la crisis. El informe muestra una primera impresión de la situación en la que viven actualmente tanto a nivel profesional como a nivel personal.

https://www.whitehouse.gov/sites/default/files/docs/millennials_report.pdf

2014 Erasmus Generation Survey : What do young people think about Europe's future? / Burson Marsteller, ThinkYoung.-- Brussels : Burson Marsteller, ThinkYoung, 2014.

6 p.

Proyecto de investigación basado en una encuesta para conocer los valores de la "generación Erasmus", sus actitudes hacia la UE y sus perspectivas de futuro. El objetivo es presentar las opiniones de los jóvenes, entre 18 y 40 años de edad, con respecto a una variedad de temas que pueden contribuir a la dirección de la futura política europea y como llamamiento a aquellos con poder de actuación.

<http://www.generationerasmus.com/#!survey/cee5>

Megía, Carlos

¿Han perdido los jóvenes el interés por conducir? / Carlos Megía.

En: El País. S Moda (15 de febrero de 2016)

Según los últimos estudios, la generación millennial ha dejado de aspirar a comprarse un coche para conseguir la libertad. En 2014, solo 398.000 jóvenes (de 18 a 20 años) tenían carnet tipo B, un 30% menos que en 2008. Hay un interés creciente en la vida y el ocio urbano, que desplaza a los jóvenes a pisos de alquiler en el centro de las ciudades y un poder adquisitivo inferior.

<http://smoda.elpais.com/moda/actualidad/han-perdido-los-jovenes-el-interes-por-conducir>

Rubio Hancock, Jaime

¿Pero existen los millennials? / Jaime Rubio Hancock.

En: El País. Verne, 19 de mayo. 2016

El término millennial no se utiliza en las investigaciones académicas, explica Almudena Moreno, socióloga de la Universidad de Valladolid y coautora del Informe de la Juventud en España 2012. Estos jóvenes ni siquiera tienen "identidad de grupo", "son un grupo muy amplio y heterogéneo, con tantas diferencias que usar una única categoría holística es un error".

Según Moreno tienen en común los siguientes rasgos: - El uso habitual de nuevas tecnologías. - La ambigüedad respecto al futuro. - La diversidad y la heterogeneidad.

http://verne.elpais.com/verne/2016/05/03/articulo/1462284105_813192.html

Sarah-LF.

¿Qué es la Generación M? / Sarah-LF.

En: La Flecha.net, 30/01/2014

Informe original: Are yo ready for #GenMobile : How a new group is changing the way we work, live and communicate.

Comentario al informe de Aruba Networks, que entrevistó a más de 5.000 personas en todo el mundo, y que explora los hábitos de la nueva generación de trabajadores que cambiará los lugares de trabajo tal como los conocemos. La #GenMobile está modelando sus vidas laborales alrededor de sus dispositivos móviles.

<http://laflecha.net/que-es-la-generacion-m/>

http://www.arubanetworks.com/pdf/solutions/GenMobile_Report.pdf - Informe original