



Redes sociales, millenials y centennials: Hábitos de uso y consumo de contenido en la actualidad

Las Redes sociales suponen la forma de comunicación más característica del siglo XXI. Gracias a ellas hay “tribus” urbanas que se distinguen, hallan y desarrollan señas de identidad propias y generan nuevos leguajes meta-semióticos que pueblan, a veces efímeramente, el panorama cultural social. Concretaremos en dos generaciones que actualmente están accediendo al poder político y económico en el mundo. Gracias a ellas como vehículo transmisor y como conformante de su ADN, los *millenials* o milenarios (tcc Generación Y, porque va cronológicamente entre la X y la Z), nacidos entre principios de los 80 y mediados de los 90 –lo que equivale al 22% de la población mundial, aunque en la práctica sólo se suelen computar los nacidos en el primer y segundo mundo-, son los previos a los nativos digitales frente a las generaciones anteriores formadas por los que podemos considerarnos ‘dinosaurios digitales’.

Tras esta Generación milenaria, se ubican los *centennials* o posmilénicos (tcc como Generación Z) que son los nacidos entre mediados de los 90 y mediados de los 2000. Son los primeros nacidos no sólo en el siglo XXI sino también en el III milenio y suponen el 23% de la población mundial. Se los puede considerar como la primera generación nativa digital ya que han comenzado su desarrollo cognitivo rodeados de los adminículos informáticos más variopintos y se puede considerar que se comunican casi exclusivamente mediante 0 y 1.

Este monográfico de RLCS se ofrece para profundizar en cuestiones tan relevantes como: ¿Cuál es su futuro? ¿Qué cambios propugnan y qué modelo de sociedad proponen? ¿Cómo afrontar su nuevo *vademécum* de valores y cultura?... Es decir, RLCS propone a los autores actuar de microscopio de estas dos generaciones en cuanto a sus relaciones grupales identitarias internas o externas y, finalmente, de su naturaleza, valor y posición en este mundo tan cambiante.

Palabras clave: *millenials*, *centennials*, habilidades digitales, nuevo consumo, comunicación del siglo XXI.

Fecha límite: 01 junio de 2021

Coordinadores:

Dra. Carmen Peñafiel-Saiz



Periodista y profesora en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación en la Universidad del País Vasco/EHU. Está acreditada como catedrática por ANECA. Directora del Programa de Doctorado en Comunicación Social. Integrante del Comité directivo de la Escuela de Doctorado de la UPV/EHU y Coordinadora de la Titulación de Periodismo. Es vicepresidenta en la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC), donde ha ocupado cargos directivos desde 2008. Fue fundadora de la red europea de Investigación IREN- *International Radio Research Network* y forma parte del Comité Científico Internacional del *Groupe d'Études sur la Radiodiffusion* (GRER). Editora asociada de la revista internacional *Interface-Comunicación*, Salud, Educación (Indexada en WoS y Scopus).

Dr. David Caldevilla-Domínguez



Licenciado y Doctor en Ciencias de la Información (Comunicación Audiovisual por la U. Complutense). Diplomado en Magisterio (U. de Zaragoza). Profesor titular en la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM. Docente en: U. Complutense, U. Europea de Madrid, IED, ESERP e IPAM de Oporto. Ponente y conferenciante en diversos cursos y profesor en varios títulos propios (Telemadrid, Walter & Thompson, McCann...). Secretario General de la SEECI (Sociedad Española de Estudios de Comunicación Iberoamericana), del "Fórum Internacional de la Comunicación y Relaciones Públicas" (Fórum XXI) y de Historia de los Sistemas Informativos. Investigador Principal (IP) del Grupo Complutense de Investigación 'Concilium'.

Dr. Ismael López Medel



Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas (Universidad Antonio de Nebrija), Máster en *Electronic Publishing* (City University en Londres) y Doctor en Comunicación (Universidad CEU San Pablo) Profesor titular en el departamento de comunicación de *Azusa Pacific University* en Los Ángeles, California. Director del programa de grado en relaciones públicas, profesor en el área de publicidad y relaciones públicas. Profesor adjunto en comunicación visual en *Gordon College* en Boston. Con una intensa trayectoria internacional, y una agenda de investigación activa en el área de comunicación, publicidad, y estrategia digital en Estados Unidos y Europa.

Social networks, Millennials and Centennials: Habits of Use and Consumption of Content Today

Social networks are the most characteristic form of communication of the 21st century. Thanks to them, urban "tribes" distinguish themselves, find and develop their signs of identity, and generate new meta-semiotic languages that populate, sometimes ephemerally, the socio-cultural panorama. We will specify in two generations that they are currently accessing political and economic power in the world. Thanks to them as a transmitting vehicle and as a constituent of their DNA, millennials or millennials (also known as Generation Y, because it goes chronologically between X and Z), born between the early 80s and the mid-90s - which is equivalent to 22% of the world population. Although only those born in the first and second world are usually counted in practice, they are those before digital natives compared to previous generations formed by what we can consider being 'digital dinosaurs'.

After this millennial Generation, there are the centennials or post-millennials (also known as Generation Z) born between the mid-90s and the mid-2000s. They are the firstborn in the 21st century and the 3rd millennium, and they suppose 23% of the world's population. They can be considered the first digital native Generation since they have begun their cognitive development surrounded by the most diverse computer gadgets and can be regarded as communicating almost exclusively through zeros and ones.

This RLCS monograph is offered to delve into such relevant questions as: What is their future? What changes do they advocate, and what model of society do they advocate for? How to face your new vade mecum of values and culture? ... That is, RLCS suggests that the authors act as a microscope of these two generations in terms of their internal or external identity group relationships and, finally, their nature, values, and position in this everchanging world.

Keywords: millennials, centennials, digital skills, new consumption, 21st-century communication.

Deadline: June 1st, 2021