

DA GERAÇÃO @ A GERAÇÃO BLOCKCHAIN A JUVENTUDE NA ERA POSTDIGITAL

Carles Feixa¹
Lara Pires Weissböck²

Resumo: No ano 2000, Carles Feixa publicou um artigo intitulado *Geração @. A juventude na era digital*. O termo e sua conceituação rapidamente se popularizaram, identificando-se com as principais características da nova geração do novo século (mais tarde batizada como a Geração Millennial). Em 2014, o autor publicou um livro em que completou a reflexão com um novo conceito, o da Geração # ou Hashtag, entendido como a geração da era hiperdigital ou da web 2.0. Quase vinte anos depois, quando a Geração @ chegou à mais alta idade, apresentamos uma reflexão sobre o debate produzido em torno desse conceito e sobre as metamorfoses sofridas pelos jovens no novo século, a partir do conceito Geração Blockchain, entendida como o geração da era pós-digital ou web 3.0, que navega entre metadados, a Internet das emoções e a cultura colaborativa.

Palavras-Chave: Juventude, Geração, Geração@, #Geração, Geração Blockchain.

FROM GENERATION @ TO THE BLOCKCHAIN GENERATION YOUTH IN THE POSTDIGITAL AGE

Abstract: In the year 2000 Carles Feixa published an article entitled *Generation @. Youth in the digital age*. The term and its conceptualization became rapidly popular, identifying with the main traits of the young generation of the new century (later baptized with the name of Generation Millennial). In 2014 the author published a book in which he completed the reflection with a new conception, Generation # or Hashtag, understood as the generation of the hyperdigital era or web 2.0. Almost twenty years later, when Generation @ reached its highest age, we present a reflection on the debate produced around this concept and on the metamorphoses undergone by youth in the new century, from the concept of Blockchain Generation, understood as the generation of the era postdigital or web 3.0, which navigates between metadata, the Internet of emotions and collaborative culture.

Keywords: Youth, Generation, Generation@, #Generation, Generation Blockchain.

Resumen: En el año 2000 Carles Feixa publicó un artículo titulado *Generación @. La juventud en la era digital*. El término y su conceptualización se volvieron rápidamente populares, identificándose con los principales rasgos de la generación juvenil del nuevo siglo (posteriormente

¹ Universitat Pompeu Fabra (Barcelona).

² Universidade Estadual do Centro Oeste do Paraná. (prof.larapires@gmail.com)

bautizado como Generación Millennial). En el 2014 el autor publicó un libro en el que completaba la reflexión con un nuevo concepto, el de Generación # o Hashtag, entendida como la generación de la era hiperdigital o web 2.0. Casi veinte años después, cuando la Generación llegó a la mayor edad, presentamos una reflexión sobre el debate producido en torno a este concepto y sobre las metamorfosis sufridas por la juventud en el nuevo siglo, a partir del concepto de Generación Blockchain, entendida como la generación de la era postdigital o de la web 3.0, que navega entre metadatos, el Internet de las emociones y la cultura colaborativa.

Palabras clave: Juventud, Generación, Generación @, #Generación, Generación Blockchain.

INTRODUÇÃO ³

No ano 2000 a revista *Nómadas* publicou um número dedicado ao tema da juventude, que incluía o artigo *Generación @. La juventud en la era digital* (FEIXA, 2000). O termo e sua conceptualização se tornaram populares, identificando-se com os principais traços da geração juvenil do novo século (posteriormente batizado, no âmbito anglo-saxão de Geração *Millennial*). Dezoito anos depois, quando a Geração @ chegou a maior idade, Feixa (2000) se propõe a refletir sobre o impacto de tal noção e sobre as metamorfoses da juventude nos dias hodiernos, a partir de um novo conceito, Geração *Blockchain*, comparando-o com os conceitos de Geração @ ou Arroba e Geração # ou Hashtag⁴.

O termo Geração @ é uma conceptualização original desenvolvida por Carles Feixa Pàmpol no final dos anos 1990, em diálogo com seus estudantes e alguns colegas europeus e latino-americanos. Implicitamente, já estava presente na primeira edição do livro *De jóvenes, bandas y tribos*, publicado em 1998⁵. Explicitamente, a primeira apresentação dessa noção, baseada na metáfora dos relógios de areia, mecânico e digital, foi um discurso proferido em 1998 em uma conferência organizada pelo Instituto Mexicano da Juventude em Ixtapan de la Sal, na qual participaram alguns dos mais conceituados juvenólogos latino-americanos, que contribuíram com valiosas críticas e sugestões. No ano 2000 foi

³ As reflexões centrais deste texto são de Carles Feixa. Eles não foram apenas traduzidos, mas também adaptados por Lara Pires Weissböck.

⁴ Por ser um artigo de revisão conceitual, reproduzimos passagens de textos publicados anteriormente: Feixa (2000) e Feixa; Fernández-Planells; Figueras (2016). A introdução e a conclusão são novas. Em todo caso, o texto há sido inteiramente revisado por Lara Pires.

⁵ “Una de las características de este nuevo modelo de juventud es la influencia de las nuevas tecnologías de la comunicación: video, fax, telefonía digital, informática, Internet. Algunos autores mantienen que está emergiendo una ‘cultura juvenil postmoderna’ que ya no es el resultado de la acción de jóvenes marginales, sino del impacto de los modernos medios de comunicación en un capitalismo cada vez más transnacional. Ello puede recluir a los jóvenes en un nuevo individualismo, pero también puede conectarlos con jóvenes de todo el planeta” (Feixa, 1998: 45-6).

publicado como um artigo nesta mesma revista (foi e ainda é um dos artigos de Carles Feixa Pàmpol com maior impacto)⁶ e, posteriormente, outras versões e traduções apareceram em diferentes idiomas⁷.

A noção de Geração @ é amplamente utilizada nos estudos sobre cultura juvenil e cultural digital. Em 2004 o comunicólogo colombiano Alonso Quiroz publicou o artigo *La generación arroba*, no qual desenvolvia o conceito e fazia referência ao seu criador⁸. Nesse mesmo ano, os psicólogos espanhóis María Moral e Anastasio Ovejero publicaram um artigo intitulado *Jóvenes, globalización y postmodernidad*, no qual analisaram a crise da adolescência social em uma sociedade em crise a partir dessa noção⁹. Em 2005 o argentino Alejandro Piscitelli, que se tornou conhecido pelo excelente trabalho sobre o Facebook e a Universidade, publicou um breve texto no portal *Educ.ar* do Ministério da Educação da Argentina intitulado *Epistemología de las marcas en la era de la incertidumbre* e chegou a conclusões parecidas¹⁰ com as de Feixa. Em 2006 a socióloga brasileira Ivelise Fortim, no artigo *Alice no país do espelho*, adaptou a categoria aos videogames¹¹. Desde então autores ibero-americanos utilizam o termo e atribuem sua criação a Feixa (2000). Em outras ocasiões, entretanto, o sentido do conceito e sua autoria não ficam claros. Em 2009, por exemplo, Carmen García e Jordi Montferrer publicaram artigos sobre o uso do celular pelos adolescentes espanhóis, com uma seção intitulada *La generación @ o la vida a través de la pantalla pequeña*. Os autores citaram

⁶ O sentido do conceito está expresso assim: “El término generación @ puede servir para expresar tres tendencias de cambio que intervienen en este proceso: en primer lugar, el acceso universal -aunque no necesariamente general- a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación; en segundo lugar, la erosión de las fronteras tradicionales entre los sexos y los géneros; y en tercer lugar, el proceso de globalización cultural que conlleva necesariamente nuevas formas de exclusión” (FEIXA, 2000, p. 77).

⁷ Publicaram traduções do artigo para o catalão (2001) e para o inglês (2005). Em castelhano há versões publicadas na Espanha (2003), México (2003b) e Chile (2005b). Há também traduções para o chinês (2013).

⁸ “De este modo, la ‘nueva generación’ demuestra tanto ‘el acceso universal a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación’ como ‘el rompimiento de las fronteras tradicionales entre los sexos y los géneros’” (*Revista Nómadas* # 13), permitindo que en el proceso de globalización cultural, y compactando todo esto en Internet, se pueda encontrar ‘la Era digital’, y en ella la juventud como ‘generación @’, tal como lo propone Carles Feixa en esta misma revista”. (Quiroz, 2004: 2).

⁹ “En un mundo digitalizado en el que se va instalando el poder de las nuevas tecnologías (véase Castells, 1996/1999), el adolescente fomenta la comunicación interpersonal a través de cyberintermediarios, tecnificándose la naturaleza socioconstruida de sus vínculos relacionales e incluso se alude a la emergencia de la Generación @ (Feixa, 2001, 2003)” (Moral & Ovejero, 2004: 2).

¹⁰ No debate suscitado pelo texto, um dos participantes perguntava o seguinte: “Hola, quisiera saber quién enunció por primera vez el término ‘generación @’ ¿no fue Carlos Feixa? Gracias” (Gabriela. Marzo 9, 2006 11:04).

¹¹ “Segundo Feixa (1998), a principal característica dessa geração é a relação estreita com as novas tecnologias da informação: vídeo, fax, telefonia digital, informática, Internet. Esses jovens são chamados pelos teóricos de Geração Arroba (Feixa), N-Geners ou Net Generation (Tapscott). A mídia costuma rotulá-los de Geração Z (de Zapping), Geração Digital ou Geração Pontocom” (FORTIM, 2006, p. 3).

brevemente um informe sobre consumo cultural na infância de Feixa et al. (2002), mas não se referiram aos textos que versam sobre o conceito de Geração @, atribuindo a autoria do conceito ao autor alemão Helmut Opaschowski, que publicou um livro com o título Geração @ em 1999, que os autores não demonstram conhecer. Em 2011 o pedagogo Juan A. Fuentes reproduziu esta atribuição em um texto sobre a cidadania digital dos adolescentes, citando de terceira mão Tapscott (1998) e Opaschowski (1999), como criadores do conceito de Geração @. Frick (2007) cita Feixa mais atribui o conceito a Marc Prensky, que em 2001 propôs o conceito “Nativos Digitais”, que desde então se tornou amplamente utilizado, mas sem fazer menção ao conceito de Geração @.

Neste artigo é recuperada a conceptualização de Geração @ e a conceptualização de Geração #. Em ambos os casos partiremos do significante, seguiremos com o significado e esboçaremos as características centrais de cada uma das gerações. Nas conclusões será delineado um novo conceito, o de Geração *Blockchain*, que emerge na saída da crise.

GERAÇÃO @

O significante

O signo @ possui uma história confusa (Cf. MONSALVE, 2012; Colaboradores de Wikipedia, 2019). É um termo de origem árabe (*ar-rub*) que significa “a quarta parte”. Na idade média os países que falavam as línguas latinas o utilizavam como uma unidade de medida. Em castelhano @ se lê “arroba” e significa a quarta parte de um quintal (11,5 kg), unidade de medida utilizada desde meados do século XV no antigo reino de Castela e depois em outros domínios da coroa espanhola, sendo de uso comum no comércio transatlântico até princípios do século XX. Um dos primeiros documentos que aparece o signo é em uma carta, de 1536, na qual um comerciante italiano, que vivia em Sevilha, narra a chegada dos tesouros da América (ainda que recentemente foi encontrado um documento aragonês de 1432 em que também aparece o signo). No século XIX, enquanto a @ caía em desuso na Europa, na América do Norte passou a indicar o preço unitário de um produto (por exemplo, 5 artigos @ & 1, significa 5 artigos a 1 dólar cada um), por causa disto foi incorporada nos primeiros teclados das máquinas de escrever (em inglês a @ também significa *at:ei*).

Provavelmente, a arroba haveria passado despercebida se não tivesse sido inventada a Internet. Em 1971, o engenheiro eletrônico Ray Tomlinson, que trabalhava em uma empresa responsável pelo desenvolvimento de alta tecnologia para o Departamento de Defesa dos Estados Unidos, buscava um símbolo que separasse o destinatário final do domínio geral de um correio eletrônico. Optou por empregar o uso da @, que ainda se encontrava em muitos teclados norte-americanos e também por estar quase em desuso, logo, não se correria o risco de confundi-la com outro caractere.

O novo uso dado ao símbolo não se popularizou até meados dos anos 1990, quando passou a ser utilizado pelos usuários de e-mail. Além desta função meramente prática, a @ começou a ser utilizada para outros fins como, por exemplo, para designar o gênero neutro. Usuários entendiam, erroneamente, que o símbolo incorporava tanto a “o” do masculino como a “a” do feminino e, também, para indicar localização (“@Barcelona” significa “em Barcelona”). Nos últimos anos, seu uso em redes sociais como o *Twitter* tornou mais popular. Podemos dizer, então, que a arroba passou de um signo associado a navegação marítima (na fase moderna da globalização, após a conquista do Mediterrâneo pelos árabes e da América pelos Castelhanos) a um signo associado a navegação digital (na fase pós-moderna da globalização, depois da conquista do ciberespaço pelos norte-americanos e mais tarde pelos organismos e corporações transnacionais). Seja como for, quando nos referimos a Geração @, subentende-se que estamos nos referindo aos jovens que nasceram e cresceram na era digital, ou seja, a geração da rede¹².

O significado

As gerações nascidas pós anos 1980 são formadas por adolescentes nascidos em um contexto de grandes influências tecnológicas e capazes de utilizar melhor a Internet que os adultos. Constituem o que Tapscott (1998) chama de Geração Net (*N'Gen*). Para Tapscott (1998), assim como os *baby-boomers* do pós-guerra protagonizaram a revolução cultural dos anos 1970, alicerçada na emergência da televisão e da cultura do rock, os meninos e as

¹² Nos idiomas em que a @ não tem um uso histórico como em Castela e na América do Norte, a denominação é feita por sua caracterização simbólica. Por exemplo, na Alemanha é denominada de “cauda de macaco”, na Itália de “caracol” e nas áreas em que se fala catalão como “ensaimada” (“rosca”) (em alusão ao doce de Maiorca em forma de caracol).



meninas dos anos 1990 foram a primeira geração que chegou a maturidade na era digital. Não é apenas a faixa etária com maior acesso a computadores e a Internet, nem a que mais vive rodeada de *bytes*, *chats*, *e-mails* e *webs*, mas o essencial é o impacto cultural destas novas tecnologias: desde o momento que se “entenderam por gente”, estão rodeados por aparelhos eletrônicos (de videogames a relógios digitais) que configuraram suas visões de vida e de mundo.

Enquanto em outros momentos a brecha geracional esteve marcada por grandes acontecimentos históricos (guerras e revoltas como a de 1968) ou por rupturas musicais (Elvis, os *Beatles*, os *Sex Pistols*), o que marca agora a diferença é uma revolução tecnológica: fala-se da geração AC (Antes do Computador) e DC (Depois do Computador), de imigrantes e nativos digitais (PRENSKY, 2001), de visitantes e residentes digitais (WHITE; LE CORNU, 2011). Isto gera novas formas de protestos, onde jovens de diferentes países vêm manifestações convocadas pela Internet, propagandas por *flyers* e geridas por celulares. Mas também surgem novas formas de exclusão social que poderíamos chamar de cibernéticas (para acessar a Internet é necessária uma senha de acesso!).

Em 2001, Prensky retoma o significado de Geração Net utilizando a denominação “nativos digitais”. Estes se caracterizam por estarem acostumados a receber informações rapidamente, processar distintas tarefas simultaneamente, preferir interpretar gráficos ao invés de textos, funcionar e trabalhar melhor interconectados, progredir com prêmios e reconhecimentos frequentes, assim como jogar mais que trabalhar seriamente. Um ano antes, os sociólogos Howe e Strauss (2000) apostaram em outro termo, *Millennials*, para referir-se à geração de jovens nascidos depois de 1982, igual a Tapscott e Williams. Os *Millennials* se caracterizam por terem modificado sua visão da tecnologia e experimentarem uma empatia maior pelos entornos digitais. Alinhando a esta definição e com um termo similar, Oblinger (2003) fala da “Geração do milênio” para se referir a estudantes nascidos a partir de 1982, fascinados pelas novas tecnologias, com capacidade de realizar várias tarefas por vez, amantes da ação imediata e do aprendizado ativo e com habilidades visuais, entre outros.

Anos depois, com a consolidação desta tecnologia, Skiba e Barton (2006) trataram novamente de Geração Net para descrever a geração nascida depois de 1980 e com competências digitais e de aprendizagem ativas a partir da experiência, da interatividade e da colaboração. A Geração Internet também foi enunciada por Tubella, Taberner e Dwyer (2008), que se referiram aos setores mais jovens da população, que vivem na presença de Tecnologias da



Informação e Comunicação (TIC). Em 2009, com a chegada dos dispositivos móveis, MacNamara (2009) definiu quatro grandes grupos de consumidores de meios de comunicação. Entre as categorias propostas se encontram a *Echo Gen Y* - geração Eco Y - entre 16 e 28 anos, a qual consideram a geração dos dispositivos móveis e das redes sociais. David White (2011) atualizou o conceito de Prensky, mediante a adoção de outra denominação, os residentes digitais, para diferenciá-los dos visitantes, em referência a população adulta menos dedicada a tecnologia.

Os traços

O artigo do ano de 2000 contribuiu para a superação de cinco dilemas identitários da geração jovem da virada do século, que analisaremos a seguir:

a) **Geração X versus Geração @**. Se a última geração do século XX foi batizada de “geração X” (marcada pelas incertezas e paradoxos das crises ideológicas e fim da história) pelo escritor norte-americano Douglas Coupland (1993), que pretendia identificar os aspectos centrais e a ambiguidade ideológica do pós-1968, Feixa (2000) batizou os jovens que vivem hoje neste território, a primeira geração do século XXI, como a Geração @. É evidente que as gerações não são estruturas compactas, são apenas referentes simbólicos que identificam vagamente os agentes socializados em um mesmo período histórico. Desta perspectiva, o termo “Geração @” pretende expressar três tendências do processo de mudança: em primeiro lugar o acesso universal - mesmo que não seja geral - às novas tecnologias da informação e da comunicação; em segundo lugar a dissolução das fronteiras tradicionais entre os sexos e os gêneros; e em terceiro lugar o processo de globalização cultural que acarreta, necessariamente, em novas formas de exclusão social, em escala planetária. De fato, o símbolo @ utilizado por muitos jovens em sua escrita cotidiana para representar o gênero neutro, como identificador de seu correio eletrônico pessoal, e como representante espaço-temporal de sua vinculação com um espaço global (via *chats* pela Internet, viagens pela Interrail, ou audições pela MTV). Isso corresponde com a transição de uma cultura analógica, baseada em uma escrita e um ciclo vital regular - contínuo -, a uma cultura digital baseada na imagem e em um ciclo vital descontínuo - binário (Cf. REGUILLO, 1999, VALENZUELA, 1998).

b) **Espaço Local versus Espaço Global.** A juventude foi um dos primeiros grupos sociais a “globalizar-se”: desde os anos 1960, os elementos estilísticos que compõe a cultura juvenil (da música à moda) deixaram de responder a referências locais ou nacionais e passaram a ser linguagens universais, que graças aos meios de comunicação em massa chegaram a todos os rincões do planeta: a emergência da primeira cultura realmente “internacional-popular”. O último terço do século consolidou esse processo: a ampliação das redes planetárias (dos canais digitais de televisão à Internet) e as possibilidades reais de mobilidade (do turismo juvenil aos processos migratórios), aumentando a sensação de que o relógio digital se move ao mesmo ritmo para a maior parte dos jovens do planeta (mesmo que seja de maneira subalterna). Porém, isso não significa que o espaço local tenha deixado de influenciar no comportamento dos jovens: muitas vezes o global realimenta tendências “centrípetas”.

c) **Tempo Real versus Tempo Virtual.** Enquanto o espaço globaliza e des-localiza, o tempo se eterniza e se torna mais efêmero. Poucas imagens podem representar melhor a fugacidade do presente que a noção de “tempo real”, com a qual os programas de televisão ou a Internet nos informam que um evento, uma transação econômica, um *chat* ou recorde esportivo estão acontecendo. Mas, ao mesmo tempo esta grande fragmentação dos tempos de trabalho e dos tempos de lazer, antecipa a possibilidade do tempo virtual. Manuel Castells (1999) falou de “tempo atemporal” e de “cultura da virtualidade real” para se referir a nova concepção de tempo que surge com o pós-modernismo, associada a um sistema multimídia integrado eletronicamente. Esta concepção se caracteriza, por uma parte, pela simultaneidade extrema, ou seja, pela instantaneidade com que flui a informação (que permite que as mesmas músicas, modas e estilos sejam interiorizadas por jovens de todo o planeta ao mesmo tempo). Contudo, por outra parte, implica também uma extrema atemporalidade, na medida em que os novos meios se caracterizam pelas montagens temporais, a hipertextualidade, a criação de momentos artificiais, míticos e místicos (como os que permitem experimentar os jogos de realidade virtual, as festas *rave* ou as novas religiões eletrônicas). De fato, as culturas juvenis emergentes exploram o planeta e toda a história da humanidade, compondo hipertextos com infratextos de origens muito diversas (mesclando a cultura *rap* dos guetos estadunidenses com a música eletrônica criada no extremo oriente). O uso recorrente da telefonia móvel pelos jovens seria outro exemplo desta temporalidade virtual, pois acrescenta flexibilidade as conexões pessoais e cria vínculos sociais sem que seja preciso o contato físico imediato. Mas também corresponderia ao mesmo modelo, outro fator que

influi de maneira muito mais determinante na vida dos jovens: a precarização do emprego e suas consequências econômicas e culturais.

d) **Sedentarismo versus Nomadismo.** A globalização do espaço e a virtualização do tempo convergem na noção de nomadismo, proposta por Maffesoli (1999) como metáfora central da pós-modernidade. Um espaço sem fronteiras (ou com fronteiras tênues), um espaço desterritorializado e móvel, que se corresponde com um tempo sem ritos de passagem (ou com ritos sem passagem), um tempo crônico, maleável e virtual. Viver a juventude já não é – como no complexo de Tarzan – transitar da natureza a cultura, nem tampouco – como o complexo de Peter-Pan – resistir a idade adulta, sem experimentar a errância do destino incerto –, como o exemplo do complexo Replicante, tirado do humanoide *Blade Runner* que se rebela porque não tem memória do passado (FEIXA, 2014). Para os jovens de hoje, isso significa transitar por diversos ecossistemas materiais e sociais, mudar os papéis sem necessariamente mudar o *status*, correr o mundo regressando periodicamente para a casa dos pais, tornar-se adulto voltando à juventude quando o trabalho se acaba, fantasiar-se de jovem quando já se está casado e se ganha tanto como um adulto, viajar pela Interrail ou pela Internet sem renunciar a identidade localizada que corresponde a uma nova solidariedade de base.

e) **Tribo versus Rede.** Os estilos juvenis espetaculares, que emergiram na América do Norte e Europa Ocidental nas três décadas que vão do pós-guerra a crise do petróleo (de 1946 a 1976), entraram de golpe na cena espanhola ao final do franquismo, sendo rebatizados na época da transição democrática com um novo ímpeto, que rapidamente fez um furor: “tribos urbanas”. Embora as origens do termo mereçam um trabalho sociolinguístico e etimológico mais profundo (seu uso midiático se generalizou em meados dos anos 1980, em relação ao fenômeno dos movimentos noturnos e ao estabelecimento de estruturas de poder democráticas). Em qualquer caso, parece claro que a palavra fez fortuna, sendo utilizada indistinta e sucessivamente como rótulo jornalístico, um referente estigmatizante usado pelas forças de ordem (no final dos anos 1980 se criou uma Brigada Tribos Urbanas), sendo um conceito teórico mais ou menos denso. Dito de outra maneira, trata-se de uma definição verbal que pretende ser ao mesmo tempo *palavra* (rótulo linguístico), *coisa* (o que esta definição designa) e *conceito* (que utiliza palavras para compreender a natureza das coisas) (MACHADO; BLASS, 2004). A pluralização das biografias juvenis – e a criação de comunidades virtuais baseadas no tempo imaginado – correspondem ao vai e vem pendular entre a tribo e a rede que experimentam as culturas juvenis. No ensaio clássico, Maffesoli (1990) rotulou a sociedade pós-moderna como “o tempo das tribos”,

entendendo como a confluência de comunidades herméticas onde fluem os afetos e a atualização do “divino social”. Se trata de uma metáfora perfeitamente aplicável nas culturas juvenis da segunda metade do século XX, caracterizadas pela reafirmação das fronteiras estilísticas, as hierarquias internas e as oposições frente ao exterior¹³. No entanto, é muito mais difícil aplicar aos estilos juvenis emergentes na virada do milênio, por mais que as fronteiras enfatizem as passagens, que as hierarquias redefinam as hibridações e que as oposições ressaltem as conexões. Os teóricos da sociedade da informação (SARTORI, 1998; CASTELLS, 1999), propuseram a metáfora da rede para expressar a hegemonia dos fluxos na sociedade emergente, identificando a juventude como um dos setores que com maior peso se aproxima do conjunto de relações que estão sendo convertidas em estrutura social. Por sua vez, esse movimento se relaciona com uma ruptura da mesma estrutura do ciclo vital, do que de um curso linear (como na tribo) que se transforma em um curso descontínuo, individualizado e com muitas formas¹⁴.

GERAÇÃO

O significante

A história do signo #, como a do signo @, é muito ilustrativa (Colaboradores de Wikipedia, 2019). *Hashtag* (do inglês *hash*, jogo da velha e *tag*, etiqueta) é uma cadeia de caracteres formada por uma ou várias palavras conectadas e precedidas por um jogo da velha (#). Originalmente era um signo numérico, usado desde princípios do século XX nos Estados Unidos para designar um número ou uma ordem em sequência, por exemplo, um número telefônico ou de uma casa na rua (este ainda é o significado predominante em muitos países latino-americanos). Em cada país, o signo é conhecido de diferentes maneiras: travesseiro, cruz, praça, jardim, ponte etc. Nota-se que a maioria indica uma delimitação do espaço ou uma conectividade.

Em informática o signo # passou a ser uma etiqueta de metadados precedida de um caractere especial, para que tanto o sistema como o usuário a identifiquem de maneira rápida. É usado em serviços na web, tais como *Twitter*, *FriendFeed*, *identi.ca* ou mensageiros baseados nos protocolos IRC para

¹³ É o tipo de estrutura que Feixa (1998) encontrou investigando as “tribus urbanas” na Espanha dos anos 1980 e os “chavos banda” no México dos anos 1990.

¹⁴ José Machado Pais (2007) fez belos ensaios, os quais chamou de juventude *yo-yo*.

sinalizar um tema sobre o qual gira certa conversação. Foi Chris Messina, trabalhador do Google, quem propôs seu uso na rede de *microblogs* para sinalizar grupos e temas. Ele propôs isso através do *Twitter*, em que seria a primeira mensagem com uma *hashtag* nesta plataforma: *how do you feel about using # (pound) for groups. As in #barcamp [msg]?*. O primeiro uso pelo público se atribui a um residente de San Diego (Califórnia), Nate Ritter, que incluiu *#sandiegofire* em suas mensagens sobre os incêndios florestais de outubro de 2007. Assim, o uso da *hashtag* no *Twitter* se tornou frequente em todo o mundo, como nos protestos eleitorais no Irã em 2009. Desde 1 de julho de 2009 o *Twitter* inclui um hiper-vínculo automaticamente a todas as *hashtag*, com a pesquisa destes no sistema. Seu uso se acentuou em 2010 com a introdução dos *trending topics* (tendência mundiais ou regionais) na página principal do *Twitter*.

As *hashtags* ganharam mais fama em 2011, na sucessão de protestos realizados por cidadãos de todo o mundo, de *#ArabSpring* a *#OccupyWallStreet*, passando por *#SpanishRevolution*. Todos estes movimentos surgiram na rede, geraram *hashtags* amplamente seguidas e consolidaram o papel mobilizador das redes sociais em geral e o *Twitter* em particular (FERNÁNDEZ-PLANELLAS; FEIXA; FIGUERAS-MAZ, 2013). Em 2012, a Sociedade Americana de Dialetos a elegeu como a palavra do ano por sua popularidade na Internet. Seu presidente, Bem Zimmer, declarou que a *hashtag* se converteu em um fenômeno onipresente em todo o mundo: no *Twitter* e em outras redes sociais, as diferentes *hashtags* criaram tendências sociais imediatamente, ao serem capazes de expandir mensagens de todos os tipos (Colaboradores de Wikipedia, 2019). Podemos dizer, portanto, que a *hashtag* configura uma nova fase da sociedade em rede, caracterizada pelo surgimento da web social, cujo traço central é a indexação (classificação numérica e temática) dos participantes, segundo suas finalidades sociais, ideológicas ou culturais, bem como, a multiplicação da capacidade de conectividade entre os mesmos.

O significado

O termo hiper-digital é um neologismo que aqui utilizamos de forma intuitiva, embora derive do trabalho de Jean Braudillard sobre a hiper-realidade na era moderna tardia (BRAUDILLARD, 1978)¹⁵. Neste texto o usamos como uma alternativa ao termo pós-digital, para referir-nos a sociedade em rede “madura”, na qual as características do digitalismo se intensificam e se expandem por diversos nichos sociais e geográficos. Se definimos a Geração @ como a geração Internet ou de rede, podemos definir a Geração # como geração da web social. No primeiro caso, trata-se, segundo Tapscott (1998), da geração nascida nos Estados Unidos por volta de 1977 (e no resto do mundo ocidental, na década seguinte), a geração posterior ao *baby boom*, que ao invés de crescer com a televisão o fez rodeada de aparelhos eletrônicos (em especial os videogames), e que sua chegada a juventude, na segunda metade dos anos 1990 (na Espanha na primeira metade dos anos 2000), coincidiu com a emergência da Internet (em especial do e-mail e do *chat*), de modo que a educação digital pressupôs a cultura de interação que caracteriza a rede. No segundo caso, trata-se da geração nascida nos anos 1990, completamente educada na era digital, cuja chegada a juventude, por volta de 2010, coincide com a consolidação da web social, em particular as redes sociais como o *Facebook*, as plataformas de *microblogs* como o *Twitter* e as *wikis*, em um contexto de crise socioeconômica que dificultou ou atrasou sua transição a vida adulta. Muito embora não conheçamos ninguém que tenha usado o termo Geração # ou Geração *Hashtag* para se referir a dita faixa etária, existem muitos termos parecidos ou equivalentes, como Geração 2.0, *Google*, *Facebook*, *Twitter*, *Whatsapp*¹⁶.

Do ponto de vista tecnológico, a Geração # supõe um *reset* das chaves de acesso a sociedade do conhecimento, fundamentada na tendência de universalização da conectividade e da generalização da conectividade móvel, o que supõe a deslocalização das conexões. Neste sentido, MacNamara (2009) define quatro grandes grupos de consumidores de meios de comunicação. Entre as categorias propostas, se encontra a *Echo Gen Y* – Geração Eco Y entre 26 e 28 anos –, a geração dos meios móveis e das redes sociais. Do ponto de vista social, supõe a emergência de uma cultura “trans”: transculturalismo, translocalismo, transexualidade, transgeracionalismo. Ao mesmo tempo,

¹⁵ Segundo a Wikipedia, “Hiper-realidade é um meio para descrever a forma pela qual a consciência define o verdadeiramente ‘real’ em um mundo onde os meios de comunicação podem modelar e filtrar de maneira radical o modo como percebemos um evento ou experiência” (Colaboradores de Wikipedia, 2019). Cabe dizer que o uso da Wikipedia neste artigo se deve ao fato de que os temas relacionados com a cultura digital possuem uma credibilidade semelhante ou superior a outras enciclopédias.

¹⁶ Entre os trabalhos recentes sobre a relação entre jovens, novas tecnologias e redes digitais, destacamos os de Acosta-Silva e Muñoz (2012) e o de García-Canclini, Cruces e Urteaga (2012).

recupera os microgrupos (locais ou de afinidades), que possuem na web social seu espaço de comunicação, socialização e ação privilegiada. Esta geração participa de uma conversação global de *bits*. A tecnologia móvel os permite estar conectados constantemente e em qualquer lugar. Cada parte trabalha individualmente, mas de maneira colaborativa. É a geração da inteligência coletiva, do conhecimento compartilhado e da conectividade entre indivíduos. E a deslocalização das conexões os permite se desenvolverem em um mundo do ciberespaço, para além de qualquer espaço e governo.

Por era hiper-digital entendemos o marco sociotecnológico que acompanha a transição da sociedade da informação madura para consolidação da chamada web 2.0¹⁷, com a chegada da Internet de segunda geração, a emergência de redes sociais, o uso da multítela e a consolidação da multitarefa ou *multitasking* por parte dos jovens. A web 2.0 permite e encoraja a conversão do consumidor em *prosumidor*, ou seja, em consumidor e produtor de conteúdos. Este novo papel, unido a definição de aplicações em linha e das ferramentas de colaboração, impulsionaram o trabalho colaborativo em rede, para além dos interesses pessoais. As *wikis* são um claro exemplo deste novo contexto social. Finalmente, as redes sociais se converteram em espaços de debate e ação virtual (CODINA, 2009; FERNÁNDEZ-PLANELL; FIGUERAS-MAZ; FEIXA, 2014) que repercutem sobre o mundo físico (ou analógico). O contexto socioeconômico que a acompanha é o impacto da crise financeira de 2008, o desmantelamento do estado de bem-estar e os novos protestos *glocales*, expressos na Primavera Árabe e no Movimento dos Indignados.

Os traços

Atualizando os dilemas da Geração @, podemos sintetizar as características da Geração #¹⁸ em cinco transições:

¹⁷ Lluís Codina (2009) destaca quatro componentes principais que representam a web 2.0: os conteúdos criados pelos seus usuários (*prosumidor*), as redes sociais, as aplicações em linha e as ferramentas de colaboração.

¹⁸ Nosso uso do conceito de Geração # está vinculado ao estudo do impacto da web social nos protestos que ocorreram em 2011, em especial, o uso do Twitter em 15M (15 de maio). Existem, entretanto, antecedentes no uso político das tecnologias digitais, começando pela revolta com os SMS depois dos atentados de 11M de

a) **Geração @ versus Geração #**. Se a capacidade de navegar na linha e fora da linha pode ser considerada o traço singular da Geração @, a capacidade de estar conectado de maneira especializada ou segmentada e de maneira deslocalizada e móvel, a uma ou várias ferramentas da web social com características etárias, sociais e culturais próprias, podem ser considerados os traços singulares da Geração #. Exemplos prototípicos da forma de conectividade segmentada são *Twitter* e *Facebook*. É importante recordar que *Facebook* significa, literalmente, “fronteira” (ou livro de rostos), quer dizer, o quadro no qual aparecem os retratos de uma promoção acadêmica. Como descreve o filme “A rede social” (baseado na biografia não autorizada de seu fundador, Mar Zuckerberg), o *Facebook* tem uma origem bem peculiar, surgiu da microcultura juvenil: as fraternidades estudantis de Harvard, uma das mais elitista dos Estados Unidos. O que fez o aluno e aspirante a entrar em uma das fraternidades, em 2004, foi transferir para a Internet a rede de relações pessoais e contatos face a face que facilitava o espaço da fraternidade, como uma forma de “distinção social”, estudada tão bem por Pierre Bourdieu (1979/1991) e seus seguidores (THORNTON, 1995). Após o êxito da iniciativa, a rede social foi ampliada (de maneira parecida aos círculos segmentados da tribo, estudados pelos antropólogos Evans-Pritchard e Sahlins): primeiro a outras fraternidades; segundo, a todo o campus; terceiro, a outras universidades elitistas norte-americanas; quarto, a outras universidades elitistas britânicas (Oxbridge); quinto, ao resto das universidades anglo-saxônicas e do resto do mundo. Passada a primeira onda expansiva, até 2005, a autêntica democratização do *Facebook* aconteceu na segunda metade da década, com sua difusão em outros meios sociais, etários e geográficos: primeiro, o mundo universitário dos jovens; segundo, o mundo pós-universitário dos jovens-adultos; terceiro, o mundo secundário dos adolescentes; quarto, o mundo profissional dos adultos; e quinto, o mundo primário dos pré-adolescentes ou *tweenagers* (o mais ativo agora na rede social).

b) **Espaço Global versus Espaço Glocal**. Enquanto a Geração @ experimentou a globalização do espaço mental e social dos jovens, a Geração # está experimentando o recuo para espaços mais próximos e personalizados (para a própria habitação, a esquina, o bairro, a praça ocupada, a entidade local etc.). Não se trata de uma volta aos espaços “cara a cara” tradicionais, mas de uma reconstrução dos espaços sociais em forma híbrida, unindo o local e o global (em forma glocalizada) (BECK; BECK-GERNSHEIM, 2008). O

2004 em Madrid (11 de março), até a marcha contra as Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia (FARC), que foi a primeira mobilização massiva convocada por Facebook.



geógrafo David Harvey (2012) interpretou este processo como uma estratégia de reestruturação do capitalismo informalmente, considerando-a um retorno ao capitalismo selvagem, que se organizou depois da queda do muro de Berlim e do fim do comunismo enquanto inimigo real, e ao mesmo tempo como uma forma de resistência dos grupos subalternos ante a expansão de tal modelo neocapitalista.

c) **Tempo Virtual versus Tempo Viral.** Enquanto a Geração @ começou a antever um tempo virtual no qual os ritmos cotidianos, o calendário anual, o ciclo vital e o tempo histórico se pareciam a um *yo-yo* flexível, com fases expansivas e contrativas, a Geração # começou a experimentar uma concepção de tempo que podemos denominar de “viral”. Ao contrário de outras áreas, as informações que circulam pelas redes sociais não se expandem de forma sequencial (multiplicando-se de maneira lenta e progressiva), mas de forma viral (multiplicando-se de maneira exponencial, rápida e em ondas, como os vírus epidêmicos e os cibernéticos). De alguma maneira, trata-se de uma evolução das temporalidades que seguem as metáforas sobre os estados da matéria usados por Zygmunt Bauman (2007): da sociedade moderna (analógica) em estado sólido se passou à sociedade pós-moderna (digital) em estado líquido; agora passa à uma sociedade hipermoderna (hiperdigital) em estado gasoso. Se aplicamos os três estados de matéria às temporalidades juvenis, comprovaremos que as transições clássicas (família-educação-emprego) se combinam com formas intransitivas, produzidas pela cultura juvenil (subculturas, pós-subculturas, cenas) e com formas virais produzidas pela web social (conexões, agregações, ligações) (BAUMAN, 2007; LECCARDI, 2005). Estes ciclos já não se estruturam de maneira cíclica, nem tampouco a partir de organizações de classe, mas justapostos em função das modalidades, ritmos e âmbitos da mobilização. De alguma maneira, na base social de tais tendências participam setores que Guy Standing (2013) resume na noção de precarizado, que se situa no cruzamento das temporalidades passadas e futuras.

d) **Nomadismo versus Translocalismo.** Enquanto a Geração @ vivenciou as identidades nômades teorizadas por Maffesoli, a Geração # se organiza na forma translocal, segundo a conceituação proposta por Rossana Reguillo (2012) para analisar a mobilidade das gangues da América Central. Quer dizer, a mobilidade constante, a desvinculação das identidades sociais, culturais e profissionais fixas, o efêmero jogo de papéis, confluem em mobilidades físicas ou virtuais com poucos polos (dois ou três), em reconstituição de identidades ambivalentes (duais ou triádicas), em novas mobilidades lúdicas que transitam do jogo de papel aos jogos de realidade virtual tridimensionais e multitelas, em novas formas de criminalidade

translocal. As estratégias migratórias dos jovens na Espanha, oferecem-nos um exemplo do que queremos expressar. Tanto os imigrantes que chegaram por reagrupação familiar de outros países e agora planejam voltar ou retomar contato com seu local de origem, como emigrantes diplomados que em plena expansão do desemprego juvenil, em um contexto de desempregados preparados e *nimileuristas*, decidem viajar para cidades europeias (como Londres ou Berlim) ou americanas (como Bogotá ou São Paulo), são emigrantes econômicos, mas não reproduzem o modelo clássico de nomadismo unidirecional em busca de novo nicho ecológico e social, mas vivem de maneira translocal, aproveitando as facilidades oferecidas pelas novas formas de conectividade (*Facebook, Skype, Whatsapp*) e também pelas antigas (voos de baixo custo, visitas familiares, remessas, etc.). Em ambos os casos, o processo migratório não é unívoco, mas a ida e a volta são possibilidades sempre abertas. Da mesma maneira, a entrada e a saída nas culturas juvenis não é um processo linear. Pela primeira vez, a cultura juvenil ultrapassa a juventude, o que torna possível uma cultura juvenil sem jovens (CANEVACCI, 2000).

e) **Rede versus Rizoma.** Enquanto a Geração @ participa politicamente através do modelo da “sociedade em rede”, segundo a conceituação clássica de Manuel Castells (1999), a Geração # o faz através do modelo da “rede social”, que o mesmo autor a reconceitou, na tentativa de interpretar o movimento 15M, como *rizoma*. O *rizoma* é um “tallo subterráneo con varias yemas que crece de forma horizontal emitiendo raíces y brotes herbáceos de sus nudos (...) Los rizomas crecen indefinidamente (...) cada año producen nuevos brotes” (Colaboradores de Wikipedia, 2018). Deleuze e Guattari (1980) usaram o conceito para analisar as formas de dominação microfísica, capilar, da sociedade contemporânea. Castells (2012) o aplica as raízes descentralizadas dos movimentos de protesto em 2011, em particular o 15M.

CONCLUSÕES: GERAÇÃO BLOCKCHAIN

Em abril de 2018 a Cátedra de Estética do Instituto Valenciano de Arte Moderna (IVAM) convidou o professor Carles Feixa Pàmpols para realizar um seminário e uma conferência intitulada “Da tribo a rede”. Na referida conferência foi desenvolvida as ideias sobre a Geração @ e a Geração # (ou seja, sobre a passagem da Internet 1.0 a Internet 2.0 e como esta transformação

afetou os jovens), que havia sido sintetizada no livro *De la Generación@ a la #Generación* (FEIXA, 2016). Ao terminar a fala, com a sala cheia, duas mulheres jovens, que tinham ficado sem poder fazer perguntas, se dirigiram ao professor. Elas se mostraram entusiasmadas com o conteúdo da fala, mas comentaram que deveria incluir Internet 3.0 e o conceito de *Blockchain* (cadeia de blocos). Embora ele tivesse ouvido falar bastante do primeiro termo (menos do segundo), não tinha clareza de seu significado, por isso lhes pediu referências: não recomendaram nenhum livro, mas um tutorial do *Youtube* sobre o tema (uma aula de TED). Com a pressa, se esqueceu de anotar seu nome e a referência exata. Ao cabo de uma dias, buscou na Internet e encontrou muitas referências, incluindo definições da Wikipédia e vários vídeos no *Youtube*. Da navegação aprendeu-se que a denominação web 3.0 surgiu em 2006, embora não se difundiu até os últimos anos, para se referir a chamada “web semântica”, um confuso amalgama de fenômenos que incluem a transformação da rede em uma base de dados, a inteligência artificial, a Internet das coisas, a web 3D, etc. Segundo a definição da Wikipedia:

Web 3.0 es la web que facilita la accesibilidad de las personas a la información, sin depender de qué dispositivo use para el acceso a ella, una web con la que interactuar para conseguir resultados más allá del hecho de compartir "información", que esta información sea compartida por cada persona de una forma inteligible y de provecho para ella y sus necesidades en cada circunstancia, y que, además, está diseñada bajo parámetros de rendimiento eficiente, optimizando los tiempos de respuesta, optimizando los consumos energéticos globales del sistema, optimizando las exigencias técnicas y tecnológicas, optimizando los conocimientos y capacidades que se requiera al usuario ya que es una web más intuitiva, humanizada,... Una web enfocada al bien común, a la integración universal de las personas y ser herramienta para el desarrollo sostenible. (Colaboradores de Wikipedia, 2019).

O que chama a atenção é um TED de um jovem argentino, Nicolás Palacios (2017), intitulado “Revolución de la Web 3.0”, que se supõe que seja o vídeo que as mulheres jovens fizeram referência no IVAM. Carles Feixa Pàmols assistiu ao vídeo de 14:24 minutos, que se apresenta com este enigmático subtítulo: “Internet de los valores. Avances que permitirán traspasar valores por Internet sin intermediarios”. Ao ler “valores”, supõem-se que se refere a valores morais ou éticos, tão etéreo como Internet, e se deduz que se a fala é sobre a ética da rede. Erro crasso: a mesma parte do contrário, da moeda digital. O jovem conferencista explica na tecnologia de *Blockchain*, o que é e as

grandes implicações que pode ter no futuro. Segundo ele, é um protocolo de Internet que permite ter um registro sobre todas as ações que passaram.

Se aplicarmos os conceitos de web 3.0 e *Blockchain* a juventude de hoje, que é o objeto deste artigo, podemos relacioná-lo com o contexto socioeconômico da saída da crise, a busca de novos nichos econômicos nas redes colaborativas, a deslocalização das culturas juvenis e da própria noção de juventude. Se trata de noções incipientes, que podem ser objeto de ensaios futuros.¹⁹

QUADRO RESUMO

DIMENSÃO	GERAÇÃO @	GERAÇÃO #	GERAÇÃO BLOCKCHAIN
Período	Nascimento: 1975-1985 Infância: 1980s Adolescência: 1990s Juventude 2000s	Nascimento: 1985-1995 Infância: 1990s Adolescência: 2000s Juventude: 2010s	Nascimento: 1995-2005 Infância: 2000s Adolescência: 2010s Juventude: 2020s
Contexto	Web 1.0 Capitalismo informacional Nova economia	Web 2.0 Capitalismo em crise Recessão	Web 3.0 Capitalismo pós-crise Reconstrução
Significante	@ Arroba: medida volumétrica Mediterrâneo, s. XV Navegação	# Hashtag: medida numérica América, s. XX Conectividade	Blockchain: medida criptográfica Internet, s. XXI Interconexão

¹⁹ Depois de escrever a seção, confirmo que um dos autores que escreveu sobre o assunto é precisamente Dan Tapscott, autor do primeiro livro sobre N'Gen, que com seu filho é o autor de um livro de sucesso sobre *La Revolución Blockchain* (TAPSCOTT; TAPSCOTT, 2016).

Significado	Digitalismo Globalização Unisexualidade <i>Pásalo</i>	Hiperdigitalismo Relocalização Bisexualidade <i>Trending topics</i>	Pós-digitalismo Deslocalização Transexualidade <i>Fake News</i>
Características	Geração @ Espaço global Tempo virtual Nomadismo Rede	Geração # Espaço glocal Tempo viral Translocalismo Rizoma	Geração Blockchain Não lugar <i>Slow Time</i> <i>The Wall</i> Holograma
Exemplos	Subculturas Altermundialismo Comunidades virtuais <i>Teenagers</i> Biografias Peter-Pan	Cenas Indignação Microblogs <i>Tweenagers</i> Biografias Replicantes	Microculturas Nova Extrema Direita <i>Sharing Society</i> <i>Emerging</i> <i>Adulthood</i> Biografias Cyborg

REFERÊNCIAS

- ACOSTA-SILVA, D. A. & MUÑOZ, Germán. (2012). Juventud Digital: Revisión de algunas aseveraciones negativas sobre la relación jóvenes-nuevas tecnologías. **Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud**, 10 (1), pp. 107-130.
- BAUMAN, Zigmunt. (2007). Between Us, the Generations. In J. Larrosa (Ed.), **On Generations. On coexistence between generations** (p. 365-376). Barcelona, Fundació Viure i Conviure.
- BECK, Ulrich, & BECK-GERNSHEIM, Elizabeth. (2008). **Generación global**. Barcelona; Paidós.
- BOURDIEU, Pierre. (1991). **La distinción**. Madrid: Taurus.
- BRAUDILLARD, Jean. (1978). **Cultura y Simulacro**. Barcelona: Kairós.
- CANEVACCI, Massimo. (2000). *Culture eXtreme: mutazione giovanili tra i corpi delle metropoli*. Roma: Meltemi.
- CASTELLS, Manuel. (1999). **La era de la información. La sociedad red** (vol. I). Madrid: Alianza.
- CASTELLS, Manuel. (2012). **Redes de Indignación y esperanza**. Madrid: Alianza Editorial.
- CODINA, Lluís. (2009). ¿Web 2.0, Web 3.0 o Web Semántica? El impacto en los sistemas de información de la Web. **I Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0**. Bilbao, Noviembre.
- COUPLAND, Douglas. (1993). **Generación X**. Barcelona: Ediciones B.
- FEIXA, Carles. (1998) [2012]. **De jóvenes, bandas y tribus**. Barcelona: Ariel.
- FEIXA, Carles. (2000). Generación @. La juventud en la era digital, **Nómadas**, 13, pp. 76-91.

FEIXA, Carles. (2001). **Generació @. La joventut al segle XXI**. Barcelona: Observatori Català de la Joventut.

t

FEIXA, Carles, GONZÁLEZ, Isaac, MARTÍNEZ, Roger, PORZIO, Laura. (2002). Identitats culturals i estils de vida. In VV.AA., **La infància i les famílies als inicis del segle XXI** (vol III, pp. 325-474). Barcelona, Observatori de la Infància i les famílies.

FEIXA, C. (2003). La adolescencia hoy: Generación @. **Cuadernos de Pedagogía**, 320, 52-55.

FEIXA, C. (2003b). Del reloj de arena al reloj digital. **JOVENes**, 19, 6-27.

FEIXA, Carles. (2005). Generation @. Youth in the Digital Era. In D. Dodd (Ed.). **Whose Culture is it? Trans-generational approaches to Culture** (p. 3-18). Budapest: The Budapest Observatory.

FEIXA, C. (2005b). La juventud en la era digital. In M. Sepúlveda, C. Bravo & O. Aguilera (Eds.), **Nuevas Geografías Juveniles. Transformaciones Socioculturales** (pp. 25-52). Santiago de Chile: Universidad Diego Portales, Instituto de la Juventud

FEIXA, Carles. (2013). 代@. 在数字化时代的青年. **青年探索**, 29(4).

FEIXA, Carles. (2016). **De la Generación@ a la #Generación: La juventud en la era digital**. Barcelona: NED.

FEIXA, Carles. & FERNÁNDEZ-PLANELLAS, Ariadna, FIGUERAS_MAZ, Mònica. (2016). Generación @ versus Generación #. La juventud en la era hiperdigital. **Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud**.

FERNÁNDEZ-PLANELLAS Ariadna, FIGUERAS-MAZ Mònica & FEIXA, Carles. (2013). 15-M en España: Diferencias y similitudes en las prácticas comunicativas con los movimientos sociales previos. **Última Década**, 39, pp. 115-138. DOI: 10.4067/S0718-22362013000200006.

FERNÁNDEZ-PLANELLAS Ariadna, FIGUERAS-MAZ Mònica & FEIXA, Carles. (2014). **Communication among young people in the #spanishrevolution: uses of online-offline tools to obtain information about the #campadabcn**. **New Media & Society**, 16(3), 1-22.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix (1980). **Rizoma (Mil Mesetas 1980)**. Paris: Minuit.

GARCÍA, Carmen & MONTFERRER, Jordi. (2009). Propuesta de análisis teórico sobre el uso del teléfono móvil en adolescentes (La generación @ o la vida a través de la pantalla pequeña), **Comunicar**, 33(17), pp. 83-92. DOI: 10.3916/c33-2009-02-008.

GARCÍA-CANCLINI, Néstor, CRUCES, Francisco, & URTEAGA, Maritza. (Coords.). (2012). **Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales**. Barcelona: Ariel-Fundación Telefónica.

HARVEY, D. (2012). **Ciudades rebeldes. Del derecho a la ciudad a la revolución urbana**. Madrid: Akal.

HOWE, N. & STRAUSS, W. (2000). **Millennials rising: The next greatest generation**. New York: Vintage Books.

LECCARDI, Carmen. (2005). Facing Uncertainty. Temporality and Biographies in the New Century, **Young**, 13(2), pp. 123-146. DOI: 10.1177/1103308805051317.

MACHADO PAIS, José & BLASS, L. (Eds.). (2004). **Tribos Urbanas. Produção artística e identidades**. Lisboa: Imprensa Ciências Sociais.

MACNAMARA, D. (2009). Cinc dinàmiques mediàtiques globals per analitzar l'any 2010 i el futur proper. En **L'audiovisual Local. Una mirada per afrontar el futur** (pp. 29-35). Barcelona: Xarxa de Televisions Locals.

MAFFESOLI, Michel. (1990). **El tiempo de las tribus**, Barcelona, Icaria.

MAFFESOLI, Michel. (1999). El nomadismo fundador. **Nómadas**, 10, 126-143.

MONSALVE, L. (2012). @: La historia. **Revista Sala de Espera**, Abril, 4-5

OBLINGER, D. (2003). Boomers & gen-xers, millennials: Understanding the new students. **Educause Review**, 4 (38), pp. 37- 45.

OPASCHOWSKI, Helmut. (1999). **Generation At. Die Medienrevolution enläßt ihre Kinder: Leber im Informationstzeitalter**. Hamburgo: British-American Tobacco GmbH.

PAIS, José Machado. (2007). **Chollos, chapuzas, changas**. Jóvenes, trabajo precario y futuro. Barcelona: Anthropos.

PRENSKY, Marc. (2001). Digital natives, Digital Immigrants. **On the Horizon**, 9 (5).

REGUILLO, Rossana. 1999. "Nómadas sedentarios, narrativas itinerantes. Notas sobre políticas de identidad", **Nómadas**, 10: 128-139.

REGUILLO, Rossana. (2012). Memories of the Future. The Mara: Contingency and Affiliation with Excess. **Young**, 20(4), pp. 345-355. DOI: 10.1177/110330881202000403.

SARTORI, Giovanni. (1998). **Homo videns. La sociedad teledirigida**. Madrid: Taurus.

SKIBA, D. & BARTON, A. (2006). Adapting your teaching to acomodate the Net Generation of learners. **Ojin: The online Journal or Issues in Nursing**, 2 (11), pp. 15-23.

STANDING, Guy. (2013). **El precariado: una nueva clase social**. Barcelona: Pasado & Presente.

TAPSCOTT, Don. (1998). **Growing Up Digital: the rise of the net generation**. New York: McGraw-Hill.

TAPSCOTT, Don; TAPSCOTT, Alex. (2016). **La revolución blockchain**. Bilbao: Deusto.

THORNTON, S. (1995). **Club Cultures**. Music, Media and Subcultural Capital. Cambridge: Wesleyan University Press.

TUBELLA, I., TABERNERO, C. & DWYER, V. (2008). **Internet y televisión: la guerra de las pantallas**. Barcelona: Ariel.

VALENZUELA, José Manuel. (1998). "Identidades juveniles", In CUBIDES, H.J; LAVERDE, M.C.; VALDERRAMA, C.E. (eds). **'Viviendo a toda'**. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades, Santafé de Bogotá, Fundación Universidad Central-Siglo del Hombre Editores: 38-45

WHITE, D. & LE CORNU, A. (2011). Visitors and Residents: a new typology for online engagement. **First Monday**, 16(9), pp. 1-10.

WEBGRAFÍA

Colaboradores de Wikipedia. **Arroba (símbolo) [en línea]**. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2019 Disponible em: [https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Arroba_\(símbolo\)&oldid=114329400](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Arroba_(símbolo)&oldid=114329400)>. Acceso em: 04-03-2019.

Colaboradores de Wikipedia. **Etiqueta (internet) [en línea]**. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2019 Disponible em [https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Etiqueta_\(internet\)&oldid=114194301](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Etiqueta_(internet)&oldid=114194301)>. Acceso em: 04-03-2019.

Colaboradores de Wikipedia. **Hiperrealidad [en línea]**. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2018. Disponible em: <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Hiperrealidad&oldid=110004987>>. Acceso em: 04-03-2019.

Colaboradores de Wikipedia. **Rizoma [en línea]**. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2018. Disponible em: <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Rizoma&oldid=112326229>>. Acceso em: 04-03- 2019.

Colaboradores de Wikipedia. **Cadena de bloques [en línea]**. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2019. Disponible em: https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Cadena_de_bloques&oldid=114277952>. Acceso em: 04-03-2019.

Colaboradores de Wikipedia. **Web 1.0 [en línea]**. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2019. Disponible em: https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Web_1.0&oldid=113346590>. Acceso em: 04-03-2019.

Colaboradores de Wikipedia. **Web 2.0 [en línea]**. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2019. Disponible em: https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Web_2.0&oldid=114252855>. Acceso em: 04-03-2019.

Colaboradores de Wikipedia. **Web 3.0 [en línea]**. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2019. Disponible em:

https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Web_3.0&oldid=114096184.

Acesso em: 04-03-2019.

Contribuidores da Wikipédia. (2019, 3 de março). **Sinal de número**. Na Wikipedia, a enciclopédia livre. Disponível em:

https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Number_sign&oldid=885942055.

Acesso em: 04-03-2019.

FORTIM, Ivelise. (2006). Alice no país do espelho: o MUD - o jogo e a realidade virtual baseados em texto, **Imaginário**, 12(1), 1-10. Disponível em:

[12http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1413-666X2006000100009&script=sci_arttext](http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1413-666X2006000100009&script=sci_arttext).

Acesso em: 24-05-2013.

FRICK, M. (2007). **Niños y jóvenes en la Sociedad de la Información Acceso y uso de Internet en América Latina**. Madrid: Instituto de Empresa, Fundación Telefónica. Disponível em: <https://docplayer.es/5646702-Ninos-y-jovenes-en-la-sociedad-de-la-informacion-acceso-y-uso-de-internet-en-america-latina.html>.

Acesso em: 11-03-2019

FUENTES, Juan A. (2011). Características de la actividad cívica de los adolescentes y jóvenes españoles: e-ciudadanía. **REIFOP**, 14 (2). Disponível em:

<http://www.aufop.com>. Acesso em: 23-05-2012.

MORAL, María, & OVEJERO, Anastasio. (2004). Jóvenes, globalización y postmodernidad: crisis de la adolescencia social en una sociedad adolescente en crisis. **Papeles del Psicólogo**, 87. Disponível em:

<http://www.papelesdelpsicologo.es/vernumero.asp?id=1142>. Acesso em: 23-

05-2012.

PALACIOS, Nicolas. **Revolução da Web 3.0**. TEDxUAI. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nzqrWNNr8ZY>. Acesso em: 01-03-2019.

PISCITELLI, Alejandro. (2005). Epistemología de las marcas en la era de la incertidumbre. La generación arroba. **Educ.ar**. Buenos Aires: Ministerio de Educación de Argentina. Disponível em:

<http://portal.educ.ar/debates/educacionytic/nuevos-alfabetismos/epistemologia-de-las-marcas-en-la-era-de-la-incertidumbre-la-generacion-arroba.php>. Acesso em: 06-12-2011.

QUIROZ Anibal. (2004). **La Generación Arroba**. Sextante, 3. Bogotá: Facultad de Comunicación Social. Disponível em:

<<http://www.funlam.edu.co/sextante/edicion3/contemporaneo.html>>. Acesso em: 05-10-2009.

Recebido em: 19/03/2019

Aceito em: 01/07/2019