

## artikulu nabarmenak artículos destacados



### urria/octubre



BALLESTEROS, Carlos. [El escultismo como escuela de compromiso](#). Padres y maestros. Madrid: Universidad Pontificia Comillas, septiembre 2017, (31). 32-37. ISSN 0210-4679  
El escultismo nació a principios del siglo XX como un medio de desarrollo físico y espiritual, inspirado en la vida militar y el aire libre, que hoy pretende además una sociedad pacífica y justa. Es el movimiento educativo de jóvenes líder en el mundo, con más de 40 millones de miembros en activo. Los valores de la educación scout son la lealtad, la obediencia, la iniciativa y el respeto. El método es progresivo y activo: ayuda a los chicos y chicas, castores, de 8 a 12 años, a descubrir la realidad circundante, a los pioneros, de 13 a 17 años, a desarrollar un espíritu crítico, y a los de 17 a 20 años a intentar transformarla. Uno de sus objetivos es educar para transformar la persona y su realidad, educa en la libertad, la participación y la solidaridad y no está al servicio de ningún partido político. Prepara a las personas para actuar desde un compromiso profundo, tras analizar la realidad global y particular de los problemas, en su entorno. Aspira a una sociedad plural abierta, solidaria, participativa, dinámica, dialogante, creativa.



CEREZO, Pepe. [La generación Z y la información](#). Revista de Estudios de Juventud. Madrid: Injuve, 2017 (114), 95-109. ISSN 0211-4364.  
Hablar hoy día en términos de generación es difícil por la rapidísima evolución social. No obstante se entiende que la generación Z, iGen, Generación streaming, una generación en construcción, es la de los jóvenes que han nacido a partir de 1995. Se diferencian de los millennials en su percepción del entorno en su visión de futuro, en la relación con el trabajo. Dan mayor valor a una experiencia que a la posesión de un producto, es la mejor preparada pero su talento es desperdiciado, se caracterizan por el uso de las plataformas sociales, tienen una visión global del mundo, moldeada por la tecnología, más que por la raza o por el idioma. Aunque no poseen habilidades digitales inherentes, si tienen una visión y una relación especial con la tecnología. Su capacidad de atención se ha reducido para desarrollar nuevas capacidades con las que enfrentarse en el entono. Están más preocupados por la privacidad de las transacciones online que cuando utilizan aplicaciones o redes sociales. Se relacionan con el mundo digital a través del móvil. Pasan más tiempo con los servicios de video y audio online en streaming que con la TV y con la radio. Tienen una mala imagen de los medios de comunicación. Abandonan la comunicación cara a cara frente al bienestar que sienten con sus amigos en las redes sociales. Les gustan las aplicaciones de mensajería que no dejan rastro y las plataformas personales inmediatas. Crean, modifican y transforman información y desconocer que ésta tenía filtros en el pasado, son grandes comunicadores visuales, conectados aunque necesariamente no mejor informados. La información recibida les llega a través del RSS desestructurada y fragmentada desde plataformas gestionados con algoritmos. También crean medios de comunicación. No están dispuestos a pagar por información a no ser que sea para su entretenimiento. De cara al futuro la realidad aumentada será un gran factor de impacto en este colectivo.



PARÉS, Marc y Joan SUBIRATS. [Muy jóvenes, jóvenes y menos jóvenes. El lio de la juventud y la política](#). Revista de Estudios de Juventud. Madrid: INJUVE, 2017 (14), p.45-57. ISSN 0211-4364 .

La juventud es cada vez más larga. Si bien hasta ahora ha predominado una concepción maquiavélica de la política (lucha de poder), ahora las transformaciones y la crisis pueden llevar a que predomine la aristotélica (cooperación). Parece que la generación Z es una generación altruista que entiende la política como una actividad cotidiana que se puede ejercer al margen del estado y de las elecciones para resolver problemas colectivos de modos nada convencionales. Los jóvenes pre-crisis utilizaban la protesta y la abstención, la generación Z, en cambio, realiza una participación no institucional vinculada a causas concretas. Atribuyen a la política significados muy diversos: no solo votar o participar en campañas electorales, han inventado otras formas de participación basada en la colaboración, la cooperación. La nueva participación se realiza a través internet como medio de relación y transformación. La participación a través de la red permite revitalizar la actividad política pero no va a producir un cambio a nuevas formas de participación: las páginas de partidos y administraciones reciben más visitas de adultos, mientras los jóvenes acuden más a sitios que no tienen presencia offline y que han sido creados por jóvenes también.