

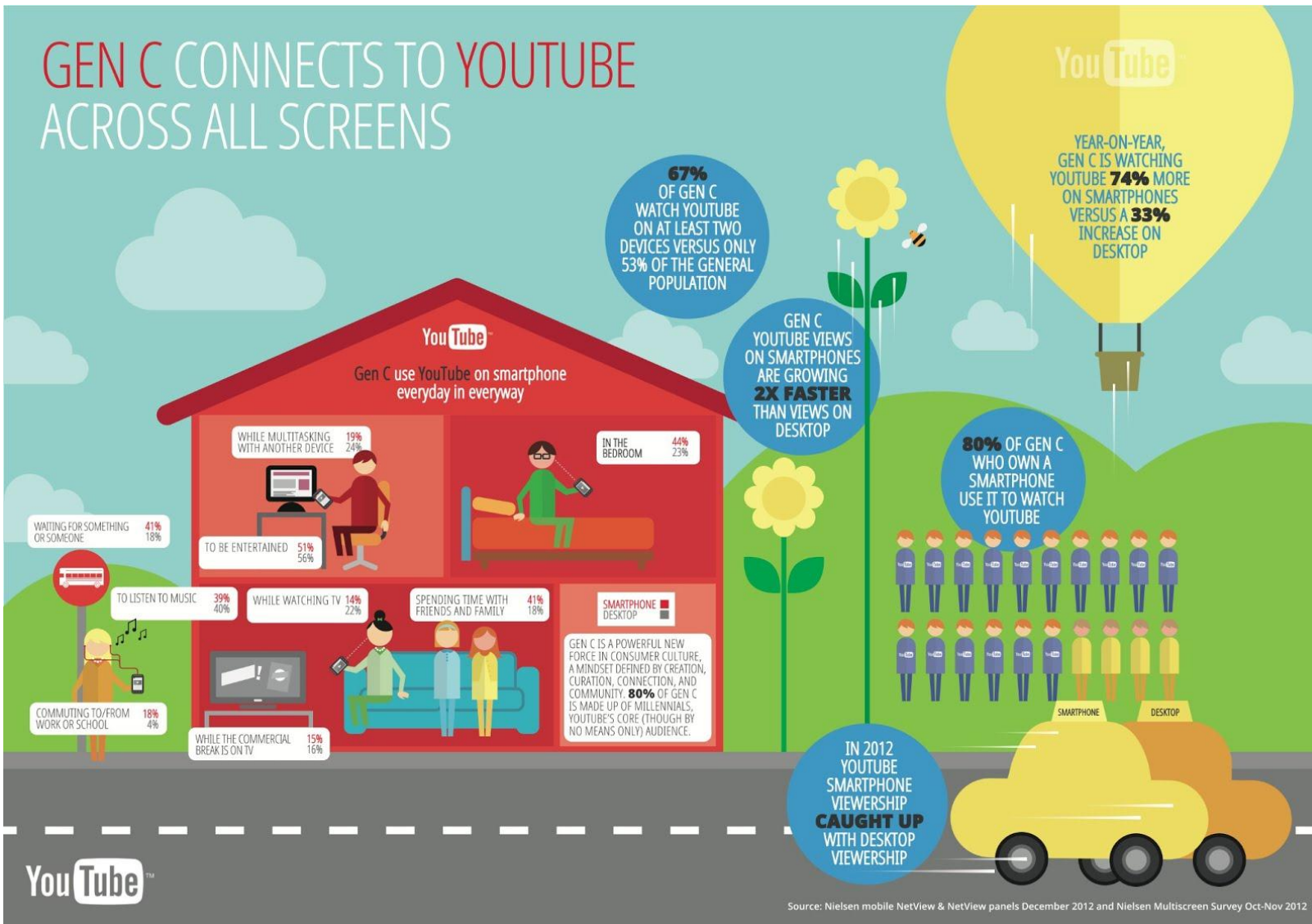
Philippe Boland  
@enREDo

## 17 – Generación C

Generación Z



# GEN C CONNECTS TO YOUTUBE ACROSS ALL SCREENS



Source: Nielsen mobile NetView & NetView panels December 2012 and Nielsen Multiscreen Survey Oct-Nov 2012

Crean  
Colaboran  
Comparten  
Conectados  
Comprometidos

**YouTube**

# The C Generation

75%

THEY CONTROL THEIR  
live work play

They have **CREATIVE** mind

They spend and they invest **SMART**

They are simple and **CASUAL**

The **YOUTUBERS**  
Gen C use YouTube on smartphone every day in every way

YouTube

**EVERYWHERE CONNECTED**  
Mobile gadgets, whether smartphones or tablets, are an integral part of their lives

80% with smartphone watch YouTube



67% watch YouTube on at least two devices



19% While multi-tasking with another device



Waiting for something or someone



90% OF THEM SLEEP NEXT TO SMARTPHONE



80% NEVER LEAVE THEIR HOME WITH THEIR DEVICES



74% GO ONLINE WITH THEIR SMARTPHONE



55% SEARCH ON THEIR SMARTPHONE EVERYDAY



They are **MULTI-SCREEN** Users



When **GEN C** use their phone

57% while watching TV

46% while lying in bed

16% in the bathroom

39% while commuting (traveling)

23% while waiting for something



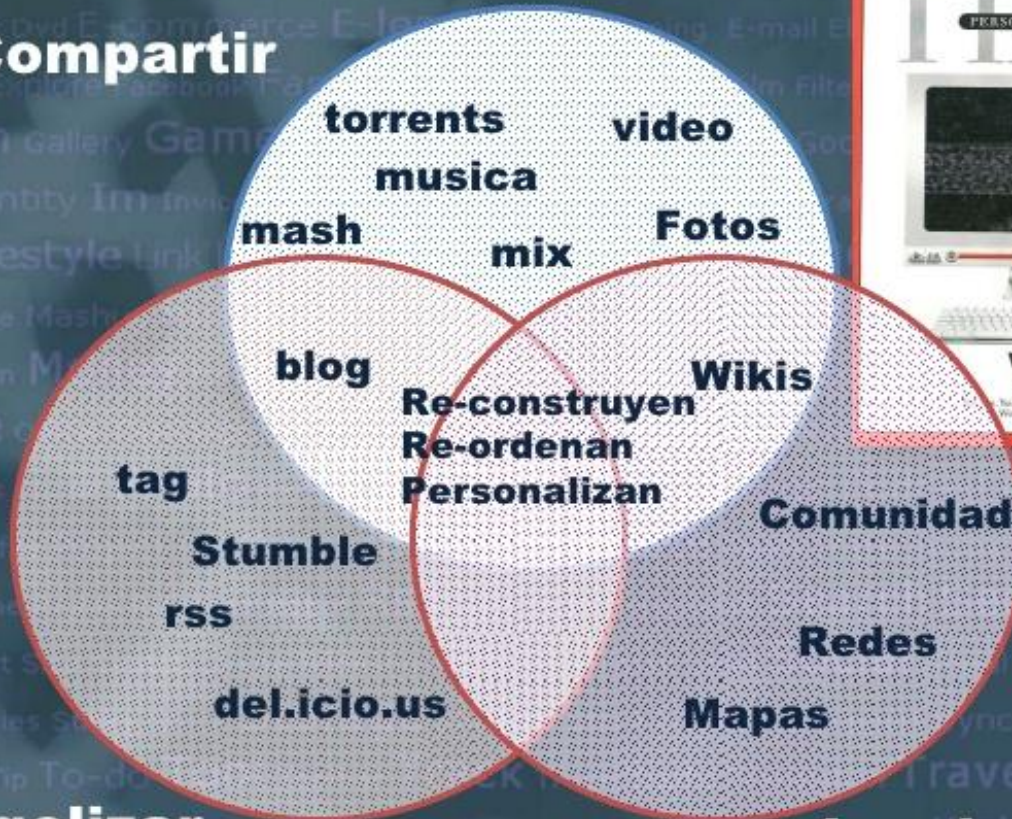
> slide to unlock





# Que hace la Generacion "C"?

**Compartir**



**Evangelizar**

**Involucrarse**

rokenasa@hotmail.com

## La Generación C marca tendencias

La Generación C marca las tendencias y determina lo que será popular, Representando un gasto de

**USD \$500.000 millones**

por año, solo en los EE.UU.<sup>4</sup>

Para la Generación C las decisiones se toman en equipo

**El 85%**

de la Generación C cuenta con la aprobación de sus amigos para decidir qué comprar<sup>5</sup>



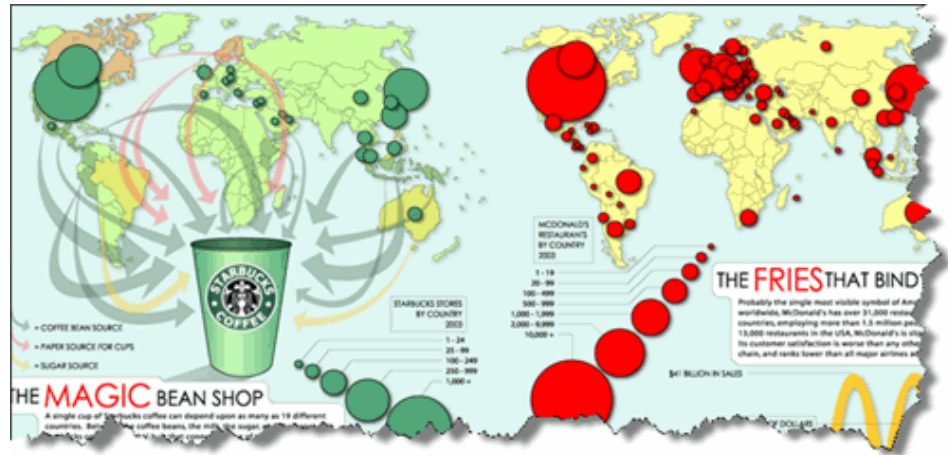
<sup>4</sup> Cámara de Comercio de los EE.UU.  
<sup>5</sup> Engaging Generation C, noviembre de 2012







Ciao! now don't forget to text or email mama when you get there







# Applis Dating

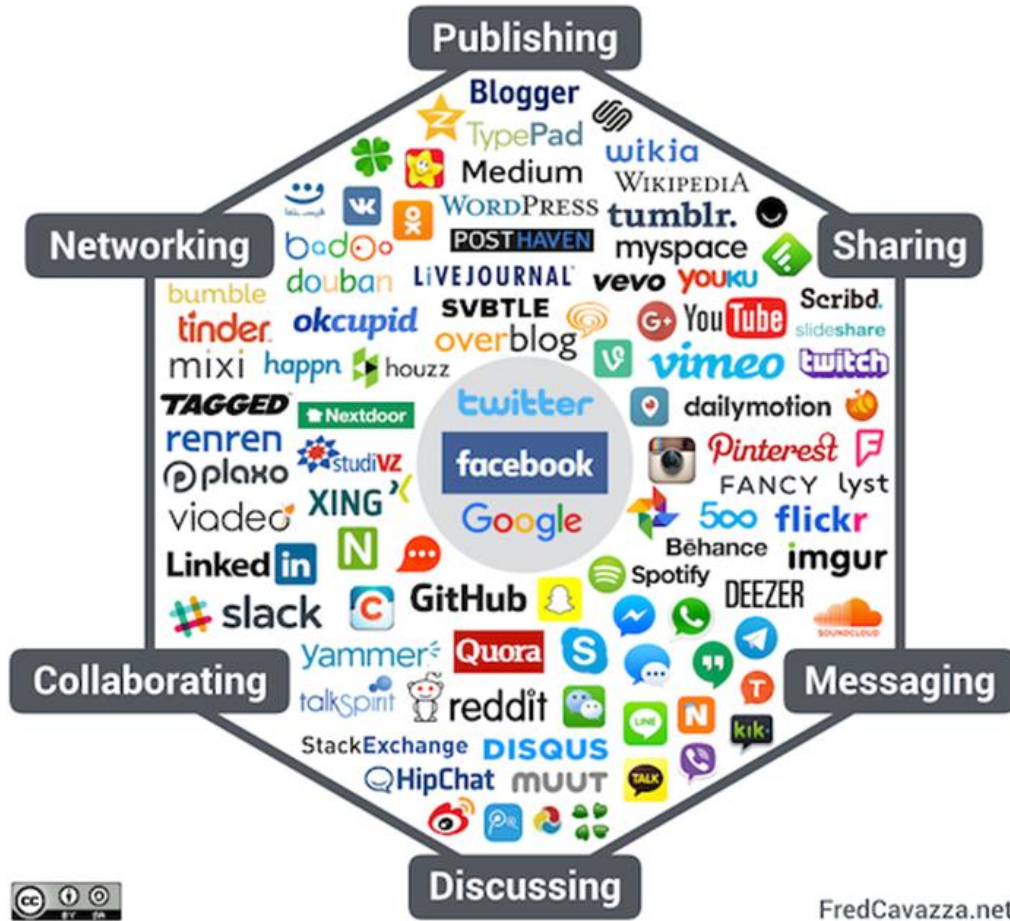


**DIWI**  
Accélérateur de rencontres

Télécharger dans  
l'App Store

18:37  
Rachid\_M  
La Penchoir du Marais  
Si tu Diwi, en la manger, parler, t'as pas tout en même temps hein? en terrasse avec une vue de folie.  
16 Diwi · 14 importe quand  
Montreuil (Île-de-France)

# Social Media Landscape 2016





Compartir

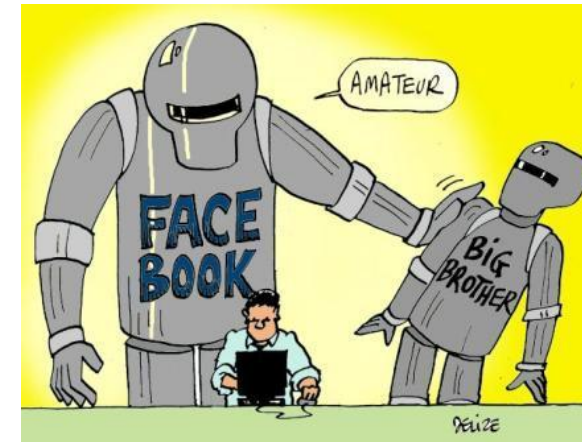


**BIG BROTHER**



**IS WATCHING  
YOU**

# Huella digital



Identidad digital



## Principiante

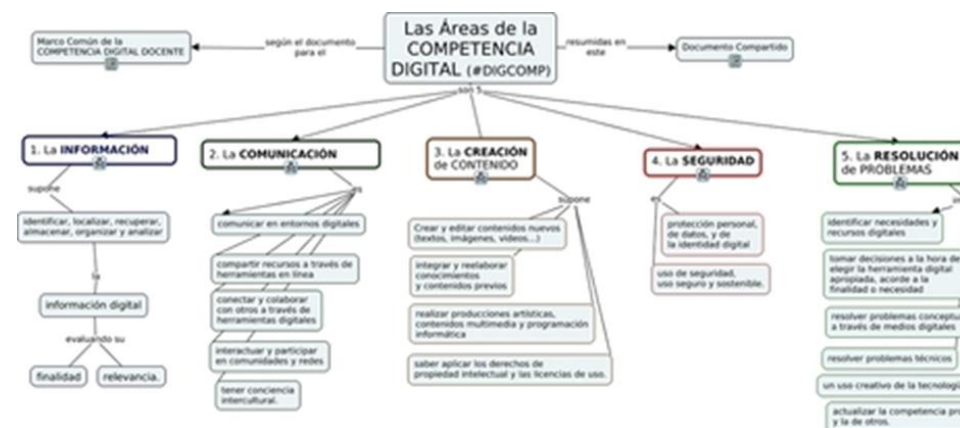
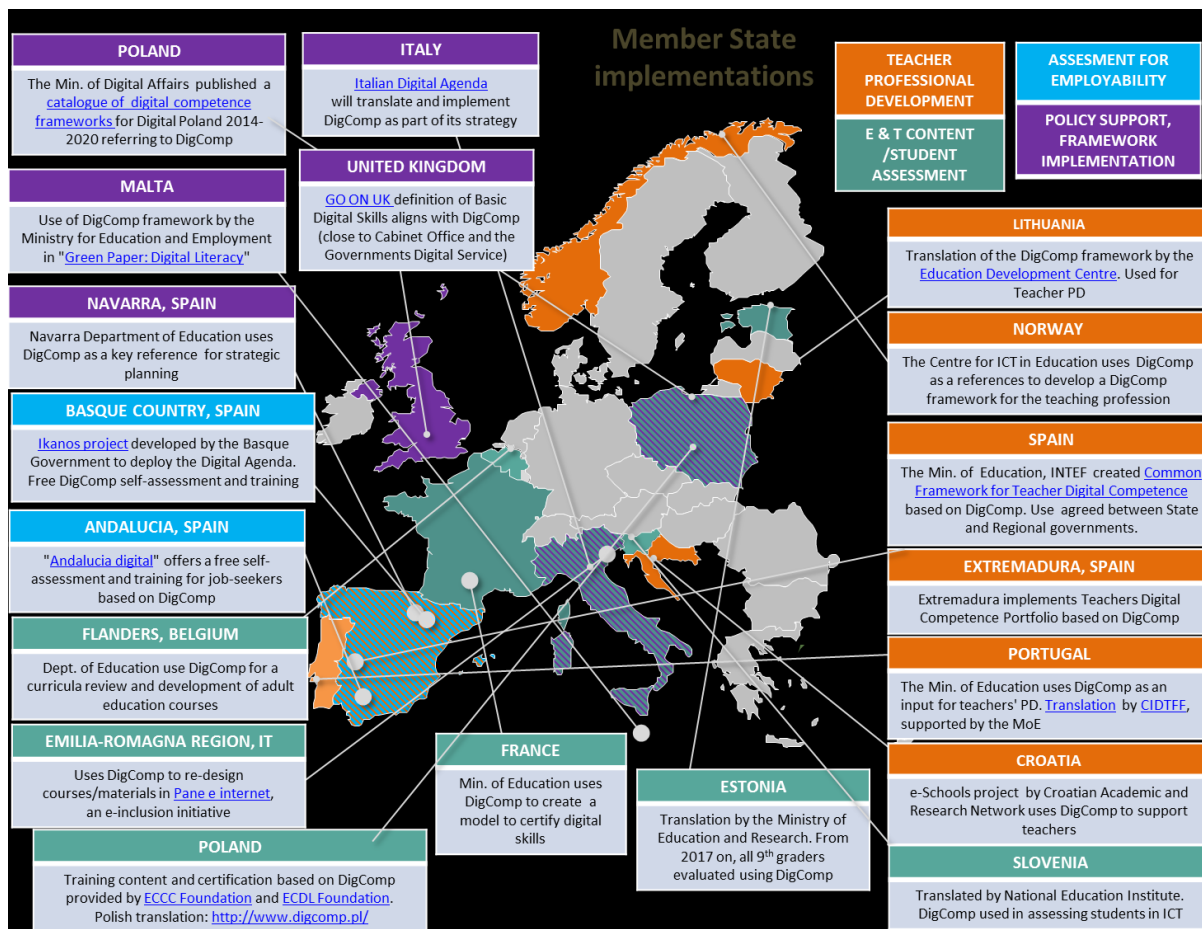
Persona que se sitúa en la frontera entre los estudios secundarios y la universidad, que es capaz de formular preguntas y búsquedas de información sobre temas sencillos.



[www.agenciadenoticias.unal.edu.co](http://www.agenciadenoticias.unal.edu.co)

# DIGCOMP

## Marco Europeo de competencias digitales 2010/2016





# 5 ÁREAS DE LA COMPETENCIA DIGITAL PROYECTO DIGCOMP

## INFORMACIÓN

Navegación, búsqueda y filtrado de información; evaluación crítica y análisis de información; almacenamiento y recuperación



## COMUNICACIÓN

Interacción mediante dispositivos digitales; Compartir información; Web 2.0; Netiqueta; Cultura participativa; Identidad digital.



## CREACIÓN DE CONTENIDOS

Creación de artefactos culturales (prosumer); Remix; Licencias y derechos de autor; Propiedad intelectual.



## SEGURIDAD

Protección de los dispositivos de riesgos y amenazas de la red; Protección de datos personales; Actitud reflexiva.



## RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS

Uso instrumental de las tecnologías; Respuestas tecnológicas evaluando críticamente las posibilidades de las TIC; Innovar.



MÁS EN MI BLOG

<http://alonso-almu.blogspot.com.es/>

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

powered by  
**Piktochart**  
make information beautiful

Área de competencia	Competencia
1. Información	1.1 Navegación, búsqueda y filtrado de información
	1.2 Evaluación de la información
	1.3 Almacenaje y recuperación de la información
2. Comunicación	2.1 Interacción a través de las tecnologías
	2.2 Intercambio de información y contenidos
	2.3 Participación activa en la ciudadanía digital
	2.4 Colaboración a través de canales digitales
	2.5 Netiqueta
	2.6 Gestión de la identidad digital
3. Creación de contenido	3.1 Desarrollo de contenidos
	3.2 Integración y reelaboración
	3.3 Copyright y licencias
	3.4 Programación
4. Seguridad	4.1 Protección de dispositivos
	4.2 Protección de datos personales
	4.3 Protección de la salud
	4.4 Protección del medio ambiente
5. Resolución de problemas	5.1 Resolución de problemas técnicos
	5.2 Identificación de necesidades y soluciones tecnológicas
	5.3 Uso de la tecnología de forma creativa e innovadora
	5.4 Identificación de lagunas en la competencia digital



<http://e-aprendizaje.es/>



# La evolución de la evaluación



¿Cómo evaluar y mejorar la calidad de la educación de un país?

En el ICFES tenemos la mejor herramienta: las pruebas ICFES SABER 5°, 9°, 11° y PRO, un conjunto estructurado de exámenes que se realizan en momentos clave de la vida académica para evaluar y comparar el desempeño de estudiantes, colegios y universidades. Los resultados de estas evaluaciones son la mejor radiografía de nuestro sistema educativo y la base para la toma de decisiones tendientes a elevar la calidad y hacer más competitiva la educación colombiana.

icfes ✓  
saber 5° y 9°

icfes ✓  
saber 11°

icfes ✓  
saber pro

Mejor evaluación, mejor educación

icfes ✓  
mejor saber

Instituto Colombiano para la Evaluación de la Educación

[www.icfes.gov.co](http://www.icfes.gov.co)

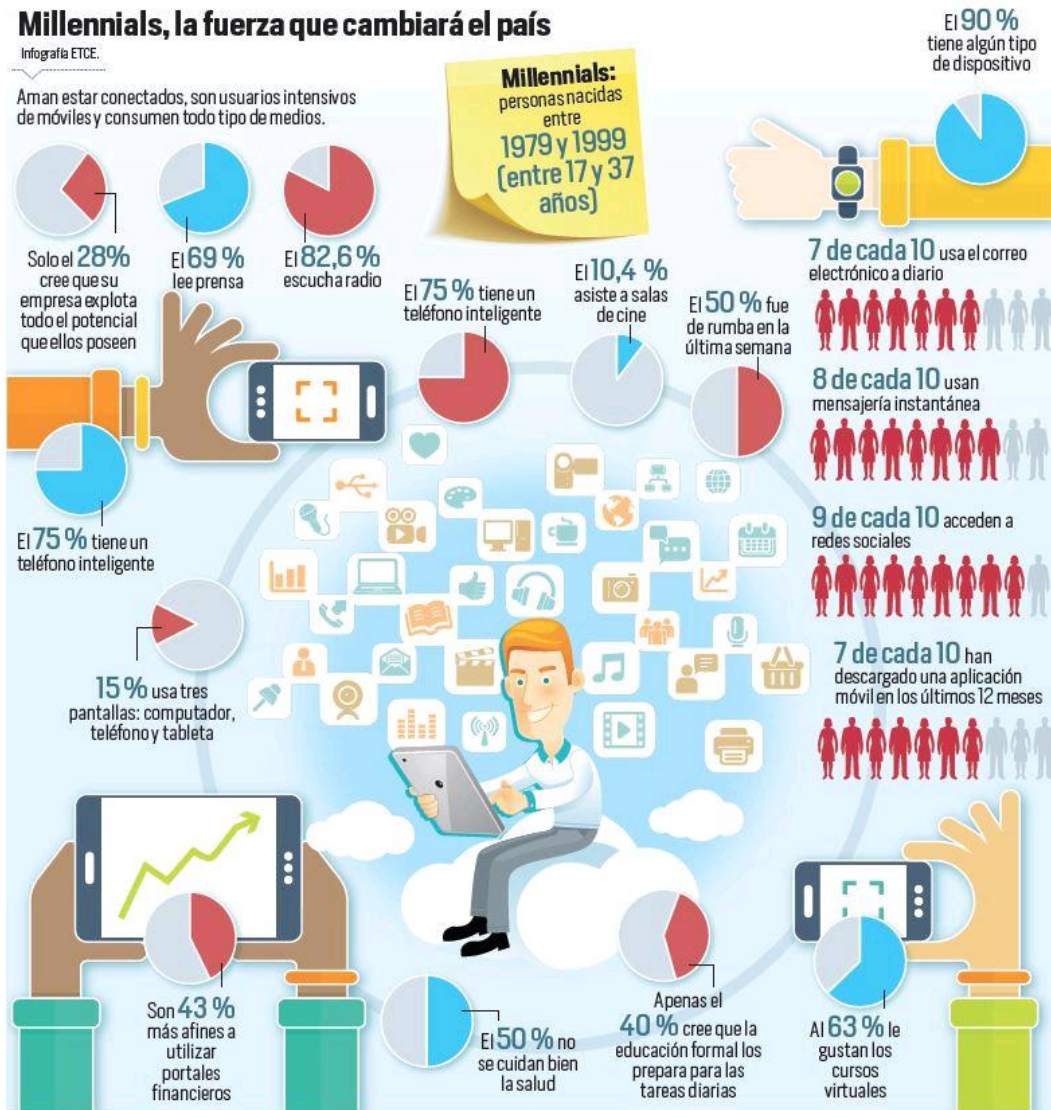
enREDo  
[www.enredo.org](http://www.enredo.org)



## Millennials, la fuerza que cambiará el país

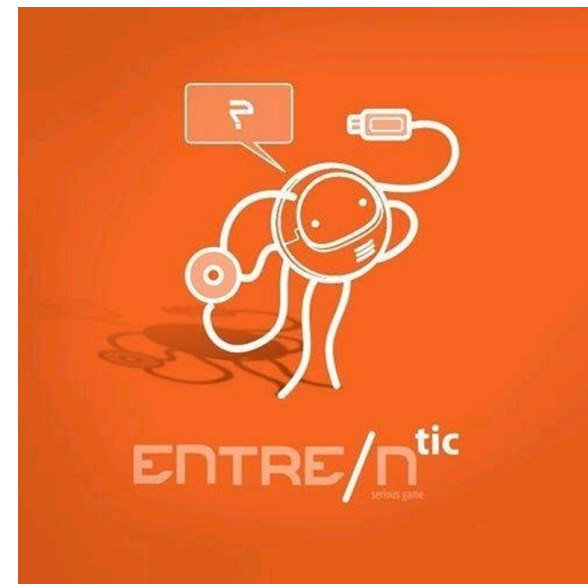
Infografía ETCE.

Aman estar conectados, son usuarios intensivos de móviles y consumen todo tipo de medios.



Los 'millennials' conforman la próxima generación de líderes en Colombia y en el mundo. Este grupo generacional se encuentra conformado por jóvenes de entre 17 y 37 años.

“Se trata de una generación marcada por el amor a la tecnología y a la información, por una vida en la que internet ha sido una constante para la mayoría de ellos”, afirma Diana Carolina Alba, directora de Target Group Index.



**Philippe Boland**

@enREDO Colombia

*Content curation para enREDO*

<http://www.enredo.org>