

Societat | | Actualitzat el 18/11/2018 a les 10:00

## Millenial, sí, i amb orgull

*«Ens veiem menyspreades, dilapidades i fins i tot insultades per una sèrie de senyors respectables que ens miren entre la superioritat moral i intel·lectual i el pànic de no entendre res del que estem parlant»*



Una parella de joves al festival Canet Rock 2018 | Adolescents.cat

**Jo sóc millenial? Tu ets millenial? Ella és millenial? Què és ser millenial?** No acaba d'haver-hi un consens sobre quina és la franja d'edat que inclou la "generació millennial", tot i que sembla que és la generació de persones que vam néixer entre 1981 i 1995, les filles de les *baby boomers* que vam entrar a l'etapa adulta amb el canvi de mil·lenni. Tot i que cal dir que les que ens sentim més identificades amb l'etiqueta som aquelles persones dels 20 a 30 anys.

**Som una generació amb molt mala fama.** Totes tenim al cap el *meme* dels *Simpson* on Abraham Simpson, l'avi, cridava indignat contra un núvol "*old man yells at cloud*" (home gran crida als núvols); aquest núvol podria representar la meua generació.



Meme dels Simpson

**Ens veiem menyspreades, dilapidades i fins i tot insultades per una sèrie de senyors** respectables que ens miren entre la superioritat moral i intel·lectual i el pànic de no entendre res del que estem parlant. Tenen certa part de raó, quan en el nostre dia a dia utilitzem paraules com *MIRL*, *Shippjear*, *Stalkejar*, *bae*, *crush*, *hater*, *postureo*, *swag*, *spoiler*, *Yolo*, o *random*. I la nostra comunicació es basa més amb memes i emojis que amb paraules. Tampoc ens truquem i ens comuniquem via àudios de WhatsApp, algunes d'una durada digna d'anomenar-se podcast.

**Diuen de les millennials que som unes mandroses, unes egocèntriques i unes narcisistes**, que estem tot el dia enganxades al mòbil i veiem la vida a través d'un filtre d'Instagram, que ens queixem sempre i que som immadures, que seguim vivint amb els pares perquè no estem preparades per la vida adulta. La revista *Time* ens va batejar l'any 2013 com *The me me me generation* (la generació del jo, jo, jo) <http://time.com/247/millennials-the-me-me-me-generation/>) repetint tots aquests clics i estereotips.

---

*Quan es parla del preu de l'habitatge i la bombolla del lloguer, no es parla de què significa compartir pis a Barcelona, no s'escriu sobre la convivència amb gent que no coneixes*

**Els articles d'opinió dels mitjans del nostre país parlen en un 90% de política** i dels problemes que tenim la gent jove des de l'anàlisi social i no vivencial. Quan es parla del preu de l'habitatge i la bombolla del lloguer, no es parla de què significa compartir pis a Barcelona, no s'escriu sobre la convivència amb gent que no coneixes o sobre el repartiment de les tasques en un pis d'estudiants. I quan es fa, se sol abordar amb mirada antropològica, disfressant amb pomposos neologismes anglesos quotidianes situacions precàries.

**Com és la generació millennial?**

**Quan es parla d'economia col·laborativa, nosaltres no entenem Uber o Airbnb**, sinó el *sharing* com a concepte, les millennials som titllades d'individualistes quan ho compartim absolutament tot: el cotxe, el pis, la cuina, els espais de feina, Netflix o el compte *premium* de Spotify. Bàsicament i per pura necessitat ens hem carregat un dels pilars bàsics de la societat *babyboomer*: la propietat.

**Diuen que som menys entregades amb les feines, però potser la relació que hi tenim és diferent.** El mercat laboral és tan precari que no podem empoderar-nos com a individus o per formar una família que ja no entra ni en els nostres plans. No estalviarem per aconseguir una hipoteca que mai ens donaran i preferim gastar-nos els diners en viatges o en lleure.

*Nosaltres tenim menys prejudicis a l'hora de parlar del nostre cos, no només estem més informades, sinó que ens preocupem més per tenir una vida sana a nivell sexo-afectiu*

**Estem més alliberades sexualment, parlem obertament de menstruació** i de la sexualitat, entre amigues i per xarxes. Nosaltres tenim menys prejudicis a l'hora de parlar del nostre cos, no només estem més informades, sinó que ens preocupem més per tenir una vida sana a nivell sexo-afectiu.

**Volem desafiar el model de relacions que ens han imposat la societat** i que hem vist reproduir-se en les generacions de les nostres mares i àvies, i que les relacions poden ser de mil maneres diferents. Obrim i tanquem el Tinder com una aplicació més que no ens avergonyeix tenir i que no deixa de ser una opció més per a conèixer gent.

**Una bona part de les companyes d'aquesta generació** som les que ens hem carregat els *guilty pleasure* perquè no tenim prejudicis de dir públicament quins són els nostres hàbits de consum cultural i televisiu, perquè evidentment llegim i consumim cultura. No tenim prejudicis culturals, i això ens permet admetre que tant podem veure *Operación Triunfo* o *Gran Hermano* com passar-nos una tarda a la Filmoteca de Catalunya gaudint dels grans clàssics. Ens agrada el *reggaeton* i no necessitem que crítiques o prescriptores ens diguin què llegir, veure o consumir.

**Internet ens ha donat accés a tota la informació que necessitàvem** i gràcies a la llibertat total tenim uns gustos heterogenis que resulten incomprensibles per altres generacions molt més puristes i esnobs. La gent de la meva generació ens hem carregat la barrera entre l'alta cultura i la cultura pop.

## **Una generació amb contradiccions**

**Òbviament, aquesta secció no serà una defensa aferrissada a tot allò millennial**, ja que com tots, tenim les nostres pròpies contradiccions. Som la generació més preparada en l'àmbit acadèmic però ens costa enfrontar-nos a un món adult que ens és molt hostil. No sabem gestionar com ens sentim i les coses que ens passen, ens queixem molt i per moltes coses i fins i tot ens costa admetre que no tenim sempre raó.

**Estem més informades i som més crítiques, però això no vol dir que siguem més militants.** Molts cops ens pensem que fent un simple tuit estem canviant el món, però l'activisme a xarxes de poc serveix si no ho acompanyem de l'activisme real a peu de carrer.

## *Puc parlar i parlaré de feminisme, d'un futur sense feina, del postureig, de la deconstrucció del gènere i de les noves masculinitats, sobre la manera que tenim de veure i de viure*

**La intenció d'aquesta secció no és convertir-me en portaveu de res**, però sí explicar la meua realitat i la de la gent que m'envolta, la d'una dona jove, de 25 anys, de la generació millennial que viu a Barcelona, una ciutat que serà diferent de la que s'explicarà des d'altres seccions. Puc parlar i parlaré de feminisme, d'un futur sense feina, del postureig, de la deconstrucció del gènere i de les noves masculinitats, sobre la manera que tenim de veure i de viure. Us convido a que us deixeu emportar, que trenquem tabús i que si ens hem d'escandalitzar, ho fem juntes.

**I, per fer-ho més fàcil, us presento un breu glossari millennial** que ja anirem alimentant, setmana rere setmana.

### [despiece]**Breu glossari millennial**

**Guilty pleasure:** un plaer culpable. S'entén quan una pel·lícula, un programa de televisió, una cançó que una persona gaudeix, tot i quan ho fa generalment es sent culpable, sobretot perquè aquest producte no sol estar socialment ben acceptat. Va començar per referir-se al menjar, però ja és ampliat a qualsevol cosa que t'agrada fer. Per exemple, el meu *guilty pleasure* és la pel·lícula de *Princesa por sorpresa*.

**Crush:** s'anomena *crush* a aquella persona o persones per les que et sents atreta, pot ser famosa o no i pots tenir un número il·limitat de *crushes*.

**BAE:** acrònim de *Before anyone else*, abans que cap altre. És a dir, aquella persona que adores i que ho deixaries tot per ell o ella. Pots tenir molts *crushes*, però només un o una BAE.

**Living:** a les millennials se'ns queda curt dir que estem emocionades, per això diem que estem *living*, és a dir, que ens agrada molt fins al punt de que ens dona la vida?.

**Blessed:** si *living* té un punt d'eufòria, *blessed* és un estat d'ànim provocat per quelcom que t'emociona i et sents beneïda. Com quan arribes a cada després d'estar de festa i et treus els talons i t'estires al sofà.

**Stalkejar:** verb que s'utilitza per parlar de l'acció d'espigar insistentment les xarxes socials d'una persona.

**Hype:** el *hype* és allò que et puja quan tens moltes ganes de que arribi quelcom (peli, un disc, etc) i tot el que veus et genera cada cop unes expectatives més grans, a aquestes expectatives és el que anomenem *hype*.

**Shippejar:** és quan promociones, sigui en la vida real o en la teva imaginació, una relació sentimental entre dues persones. És a dir, quan vols que dues persones estiguin juntes, dius que *shippeges*?

**Random:** és una paraula bastant comodí. Es pot utilitzar com a quelcom que era aleatori o atzarós, però avui en dia és un adjectiu vàlid per qualsevol situació amb la que et sentis descol·locada (un aniversari, un sopar, una cita...).

**YOLO:** és el nostre *carpe diem* o *tempus fugit*. Acrònim de *You only live once*, només es viu una vegada.

**MIRL:** *Me in real life*, ho escrius quan et sents representada per un fet, una imatge o una notícia. Per exemple, surt per xarxes un vídeo o una imatge divertida d'una senyora parlant de la seva addicció a la xocolata, jo ho repiulo amb el comentari MIRL.[/despiece]