

Generación digital en Panamá: Activismo, identidad y sentido de pertenencia

Digital Generation in Panama: Activism, identity, and sense of pertinence

Paul Antonio Córdoba Mendoza

Universidad de Panamá, Facultad de Humanidades. Departamento de Sociología. Panamá
paul.cordoba@up.ac.pa

 <https://orcid.org/0000-0003-3334-4769>

Yuri Stephanie Pittí Montenegro

Universidad de Panamá. Instituto de Estudios Nacionales. Panamá
yuri.pitti@up.ac.pa

 <https://orcid.org/0000-0003-3894-4122>

Recibido: 5/11/2023

Aceptado: 28/12/2023

DOI <https://doi.org/10.48204/contacto.v3n3.4815>

RESUMEN

El propósito del estudio es examinar a la generación digital en Panamá, a partir de algunos aspectos de carácter sociodemográfico, como su acceso y uso de la tecnología, su identidad y sentido de pertenencia. En principio, se adoptó un diseño cuantitativo que incluyó la aplicación de un cuestionario compuesto por 130 preguntas, aplicado a una muestra de 384 individuos entre 18 y 30 años, distribuidos de manera representativa en términos de género y origen étnico a nivel nacional. En relación con el acceso a la tecnología, los resultados muestran un marcado uso de teléfonos celulares y acceso a Internet desde sus propios hogares. Además, un segmento significativo de la muestra pasa más de 11 horas al día en línea. En lo que concierne a la identidad, se identifican diferencias notables entre los grupos estudiados en cuestiones como las creencias religiosas, la opinión sobre el matrimonio igualitario y la legalización de la marihuana. No obstante, hay una alta aceptación de la igualdad de género en el ámbito laboral y una disposición marcada para ayudar a quienes lo necesitan. Para analizar de manera más precisa estas diferencias, se realizaron pruebas estadísticas T y análisis de la varianza (ANOVA). Estas pruebas se llevaron a cabo con el propósito de evaluar las divergencias en las medias entre los grupos. Se evidencia que la generación digital ha crecido inmersa en la tecnología, esto ha tenido un profundo impacto en su percepción del mundo y su participación en asuntos sociales, incluyendo el conflicto ambiental.

Palabras clave: Millennials, generación digital, identidad territorial, cultura digital, Panamá.

ABSTRACT

The purpose of the study is to examine Panama's digital generation based on sociodemographic aspects, such as their access to and use of technology, identity, and sense of belonging. In principle, a quantitative design was adopted that included applying a questionnaire composed of 130 questions to a sample of 384 individuals between 18 and 30 years old, distributed in a representative manner regarding gender and ethnic origin at the national level. Regarding access to technology, the results show a marked use of cell phones and Internet access from their homes. Additionally, a significant segment of the sample spends more than 11 hours online daily. Regarding identity, notable differences are identified between the groups studied on issues such as religious beliefs, opinions on equal marriage, and marijuana legalization. However, there is a high acceptance of gender equality in the workplace and a marked willingness to help those who need it. To examine these differences, t-statistics tests, and analysis of variance (ANOVA) were performed. These tests were carried out to evaluate the divergences in the means between the groups. The digital generation has grown immersed in technology, profoundly impacting their perception of the world and activism on social issues, including environmental conflict.

Keywords: Millennials, digital generation, territorial identity, digital culture, Panama.

Introducción

En las últimas décadas, la generación "millennials" ha capturado la atención de académicos y expertos en todo el mundo. Nacidos aproximadamente entre los años 1980 y mediados de la década de 1990, han sido objeto de un profundo escrutinio y análisis a medida avanzaron en su camino hacia la adultez. En principio, eran retratados de manera homogénea, caracterizados especialmente por su conexión con el mundo digital. Actualmente, los estudios retratan su diversidad étnica y cultural, así como una amplia gama de características, valores y experiencias.

Además, a medida avanza el siglo XXI, demuestran su interés y protagonismo en complejos procesos socio políticos, en América Latina y el mundo, especialmente aquellos relacionados con la protección del medio ambiente, el uso responsable de los recursos naturales y la sostenibilidad ambiental. Este compromiso con el medio ambiente se ha convertido en un valor fundamental en la construcción de su identidad territorial. Evidenciado, por ejemplo, en su protagonismo en el reciente conflicto minero en Panamá.

Autores como Claudia Calvin Venero, Alejandro Piscitelli y Silvia Bleichmar han analizado cómo los millennials están redefiniendo las normas de género y sexualidad, transformando la

educación y la comunicación a través de la tecnología y experimentando la construcción de su identidad en un mundo digital y altamente conectado.

En Panamá, la generación digital apareció al inicio de este milenio, dos décadas después de los trabajos pioneros sobre millennials. Testigos del aumento del acceso a Internet y a las redes sociales, gracias a ello poseen una visión más amplia del mundo, dotada de conocimiento sobre diversas culturas.

Este estudio, desde un enfoque cuantitativo, busca examinar a la generación digital en Panamá. Para ello, aplicó un cuestionario exhaustivo a una muestra representativa de jóvenes entre 18 y 30 años a nivel nacional, categorizándolos en diferentes grupos según su grado de conectividad digital. Además, se exploró la dimensión de la identidad a través de categorías como tolerancia, solidaridad, cohesión social y respeto por la naturaleza, así como el sentido de pertenencia a través de valores nacionales, familia, tradición, ciudadanía y justicia social. Estas dimensiones se han evaluado a través de preguntas específicas, permitiendo una comprensión más profunda de la identidad de la generación digital panameña y su relación con su entorno.

La investigación es una parte del proyecto "Los Millennials de Panamá: identidad y sentido de pertenencia en un mundo globalizado", el cual recibe financiamiento de la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología (SENACYT) y está siendo llevado a cabo por un equipo de investigadores afiliados al Instituto de Estudios Nacionales de la Universidad de Panamá.

1. Surgimiento de la categoría millennials

El término "Millennials" se ha convertido en una palabra común en nuestro vocabulario. Proviene de la palabra "milenio," que significa "mil años." Su uso se remonta a las investigaciones pioneras de Neil Howe y William Strauss en su libro "Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069" (1991), donde describía a la generación nacida a principios de la década de 1980 y, más específicamente, le situaba en el contexto del cambio de milenio. En su obra seminal, delinearon patrones generacionales a lo largo de la historia de Estados Unidos. Su teoría de las generaciones se basó en la idea de que los eventos históricos y las experiencias compartidas en la juventud de una generación influyen en sus valores, comportamientos y actitudes a lo largo de sus vidas. Desde entonces, su teoría ha sido usada por cientos de estudiosos alrededor del mundo.

Desde la década de 2000, el término millennials ganó popularidad. Su aplicación en diversos contextos, académicos como en la cultura popular. Una de las primeras contribuciones notables en la caracterización de esta generación fue de Jean M. Twenge en su libro "*Generation Me: Why Today's Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled – and More Miserable Than Ever Before*" (2006). Twenge identificó rasgos generacionales distintivos de los Millennials, incluyendo su relación única con la tecnología.

Por otro lado, Don Tapscott (2008), exploró cómo esta generación estaba moldeando la sociedad a través de su influencia en la tecnología y las redes sociales. Los millennials se convirtieron en un tema recurrente en debates sobre educación, trabajo, y sociedad, en la cultura popular y en los medios de comunicación.

A medida que la generación del milenio ingresó a la edad adulta, tuvo que afrontar desafíos económicos, políticos y sociales significativos. El Centro de Investigación Pew, en informes como "Millennials in Adulthood: Detached from Institutions, Networked with Friends" (2014), examinó minuciosamente la situación de los millennials y sus expectativas en términos de empleo, familia y vida en general. Estos estudios resaltaron la complejidad y diversidad de esta generación en evolución constante.

En diversos ámbitos de la sociedad latinoamericana, los millennials han dejado su impronta. Claudia Calvin Venero (2018) ha explorado la manera en que esta generación está redefiniendo las normas de género y sexualidad en la región. Por otro lado, en su obra "Nativos Digitales" (2009), Alejandro Piscitelli ha examinado el impacto de los millennials latinoamericanos, criados en un entorno digital, en la transformación de la educación y la comunicación a través de la tecnología. Asimismo, Silvia Bleichmar, en "Las Nuevas Tecnologías y la Subjetividad" (2014), ha analizado cómo esta generación está viviendo la construcción de su identidad en un mundo digital altamente conectado.

Los análisis de los millennials en América Latina han abordado diversas dimensiones. En Perú, se ha examinado la caracterización de esta generación en la región latinoamericana, partiendo de antecedentes definitorios según Barrera (2002). En México, se destaca el activismo de los millennials en cuestiones clave como los derechos humanos, la igualdad de género y el medio ambiente. Utilizan las redes sociales como plataforma para la movilización y el cambio social, como señala Tamayo (2011), evidenciando un compromiso significativo con la construcción de un mundo más justo y

sostenible. Además, en Bogotá, Peñalosa y López (2016) los han investigado en relación con el consumo socialmente responsable.

Representan una generación en constante transformación, influyendo en diversos aspectos de la sociedad a través de su activismo, su uso intensivo de la tecnología y su apertura a la diversidad cultural.

2. La identidad territorial de los Millennials

La noción de identidad territorial es un concepto intrincado que engloba la conexión entre las personas y el entorno en el que residen, así como su sensación de pertenencia a dicho territorio. En el contexto de la generación Millennial, esta identidad se ha moldeado en un mundo marcado por la globalización, la tecnología y la diversidad cultural.

La construcción de la identidad territorial de los Millennials se fundamenta en uno de sus valores principales: la preocupación por el medio ambiente. Este principio implica un profundo respeto por el entorno natural y una arraigada conciencia ambiental. Según David Harvey, destacado geógrafo urbano, "La relación entre las personas y su entorno es fundamental para la construcción de la identidad territorial. La tolerancia ambiental implica la responsabilidad de preservar y proteger el territorio en el que vivimos" (Harvey, 2000). Los Millennials han crecido en un mundo donde los problemas ambientales, como el cambio climático y la degradación de los ecosistemas, han adquirido una creciente prominencia. Esta generación valora la sostenibilidad y la gestión responsable de los recursos naturales como elementos esenciales de su identidad territorial. La inquietud por la salud del planeta y las generaciones futuras ha llevado a muchos Millennials a participar activamente en movimientos ambientales y a fomentar prácticas más sostenibles en sus comunidades.

En cuanto al sentido de pertenencia de los Millennials a su territorio, este se fundamenta en la identificación cultural. Esta premisa implica una conexión profunda con las tradiciones, la historia y la cultura de un lugar. Según Benedict Anderson en su obra "Comunidades Imaginadas" (1983), "La identificación cultural es un componente esencial en la construcción de la identidad territorial. Las personas se identifican con su territorio a través de la cultura compartida y las narrativas que lo definen". El territorio facilita la comprensión de las identidades sociales territorializadas, enmarcando adecuadamente fenómenos como el arraigo, el apego y el sentimiento de pertenencia, como sugiere Giménez (2005). Este entendimiento se logra al profundizar en la formación cultural y social de la

zona de influencia, como lo evidencian estudios como el de Aponte Garcia (2003), que analizó el papel del paisaje como formador de carácter y determinante para reafirmar o desdibujar la cultura; Nunes dos Santos (2007), que vinculó los hábitos alimenticios con la identidad cultural; y Miñana Blasco (2008), quien, en un estudio antropológico sobre el pueblo nasa en el sur andino de Colombia, demostró que la música y el baile contribuyen a reafirmar y construir diariamente el territorio.

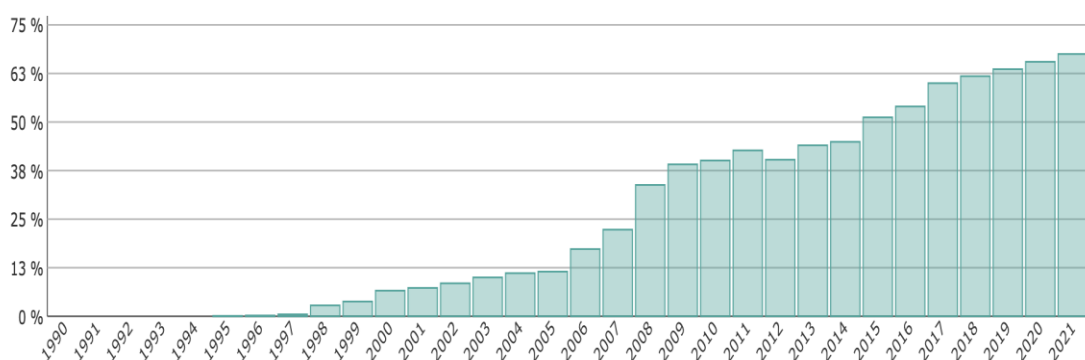
Los Millennials experimentan un arraigo a su territorio mediante la identificación con elementos culturales como la música, la gastronomía, las festividades y las costumbres locales. Esta conexión cultural implica un sentido de pertenencia a una comunidad con una historia compartida, símbolos culturales comunes y valores arraigados en las tradiciones locales. Esta premisa fortalece la conexión emocional de los Millennials con su territorio y su identidad como integrantes de una comunidad culturalmente diversa.

3. La generación digital en Panamá

La aparición de la generación millennials en Panamá se debe asociar estrechamente con la masificación del acceso al mundo digital, un fenómeno que comenzó en el país a principios del nuevo milenio, en los años 2000 (ver gráfica). Aunque Neil Howe y William Strauss establecieron originalmente el término "Millennials" para describir a la generación nacida a principios de la década de 1980 en Estados Unidos en un ambiente de cambio tecnológico, en el caso panameño, a criterio de Córdoba et al. (2022) este grupo demográfico se consolidó más tarde debido a las particularidades de la adopción desigual de tecnológica en el país. La grafica 1 ilustra de manera visual este hecho.

Figura 1

Acceso a internet en Panamá. 1990-2021



Fuente: <https://www.datosmundial.com/americas/panama/telecomunicacion.php>

El creciente acceso de la población a Internet impulsa el conocimiento acerca de la diversidad en sus diversas manifestaciones: formas de pensar, sentir, percibir y experimentar la vida cotidiana. La disponibilidad de Internet y las redes sociales ha facultado a la generación digital panameña para adquirir una comprensión más amplia del mundo y aprender acerca de diversas culturas, creencias y perspectivas.

La generación digital amplía sus horizontes y adoptada una perspectiva global en su identidad territorial. Estos cambios se manifiestan en las actividades e interacciones entre los distintos grupos en la sociedad panameña y se han convertido hoy en un elemento de diferenciación, incluso entre generaciones. Por ejemplo, el acceso a Internet en este tiempo es esencial en la vida de los jóvenes panameños, esto pudiera estar configurando procesos identitarios, entre quienes acceden con mayor frecuencia y quienes no. El celular y la computadora son los dispositivos más utilizados para acceder a información y entretenimiento, y a través de ellos, pueden conectarse con el mundo digital y el espacio virtual.

La construcción de la identidad territorial de la generación digital en Panamá se ve influida de manera fundamental por la cultura digital. Esta cultura se manifiesta en la manera en que los jóvenes consumen información, interactúan en línea y participan en comunidades virtuales. A través de las redes sociales, la generación digital comparte sus experiencias, ideas y opiniones sobre su entorno y su identidad territorial, incluso aprendiendo a respetar las ideas de los demás. La cultura digital también ha propiciado el surgimiento de nuevas formas de expresión artística y creativa que reflejan

la interacción entre lo local y lo global. Los jóvenes utilizan las redes sociales y plataformas en línea para expresar su identidad territorial de manera única y auténtica.

La aparición de la generación digital y su influencia en la sociedad constituyen un acontecimiento de gran relevancia que ha suscitado interés en múltiples ámbitos. El análisis de esta generación resulta esencial para comprender de qué manera los cambios históricos, tecnológicos y culturales han configurado sus valores, comportamientos y su vínculo con su entorno territorial.

4. Cuestión Metodológica

El estudio realizado en Panamá sobre la generación digital se centra en analizar diversas dimensiones, utilizando un instrumento de 130 preguntas que ha sido elaborado, validado, aplicado y procesado por el Instituto de Estudios Nacionales de la Universidad de Panamá, en colaboración con el apoyo de la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología (SENACYT). El objetivo principal es describir a la generación digital en Panamá a través de la recopilación y análisis de datos sociodemográficos, así como su acceso y uso de la tecnología, su identidad y sentido de pertenencia en la sociedad. Para llevar a cabo esta investigación, se han utilizado diversas fases metodológicas, que se describen a continuación:

4.2. Procedimientos

A partir de la frecuencia en el acceso a Internet, correo electrónico, redes sociales y actividades recreativas en línea, se creó la variable "generación digital" para clasificar a los participantes en tres grupos: conectados digitalmente (uso diario), conectados ocasionalmente y desconectados digitalmente.

La dimensión de identidad como valor se desglosó en tres categorías: tolerancia, solidaridad y cohesión social, y respeto a la naturaleza. Cada una de estas dimensiones se evaluó a través de reactivos específicos.

- Tolerancia: Incluye preguntas sobre temas como el matrimonio igualitario, legalización de la marihuana, trato a la población migrante, igualdad de género y tolerancia religiosa.

- **Solidaridad y cohesión social:** Se relaciona con la participación en labores altruistas, como campañas de donación, asociaciones protectoras de animales, pago de impuestos y trabajo voluntario.
- **Respeto a la Naturaleza:** Evalúa el interés de los participantes en participar y apoyar jornadas en defensa y protección del medio ambiente.

El sentido de pertenencia se evaluó a través de tres dimensiones: valores nacionales, familia y tradición, y ciudadanía y justicia social. Cada una de estas dimensiones se midió mediante preguntas específicas.

- **Valores nacionales:** Incluye preguntas relacionadas con la defensa del país, admiración por los héroes nacionales y otros aspectos relacionados con la identidad nacional.
- **Familia y tradición:** Evalúa la influencia de la familia en las costumbres, la importancia de las celebraciones familiares y elementos culturales como la música y la gastronomía.
- **Ciudadanía y justicia social:** Se refiere a la identificación con partidos políticos y sindicatos, el ejercicio del derecho al voto y el papel del Estado en la resolución de problemas.

Adicionalmente, se llevaron a cabo pruebas estadísticas T y análisis de la varianza (ANOVA) con el propósito de comparar las diferencias en las medias entre los grupos que representan la generación digital y la identidad como valor general y sentido de pertenencia. Estas pruebas se emplearon para evaluar si existen diferencias significativas entre los grupos en términos de sus puntuaciones promedio en las variables de interés.

En el caso de la prueba T, se espera que esta permita determinar si hay diferencias estadísticamente significativas entre las medias de dos grupos independientes, es decir, si los puntajes medios de la generación digital y la identidad como valor general y sentido de pertenencia difieren de manera significativa.

Por su parte, el análisis de la varianza (ANOVA) se utiliza para comparar las medias de tres o más grupos independientes. En este contexto, se espera que el ANOVA nos proporcione información

sobre si hay diferencias significativas en las medias entre los grupos de la generación digital y la identidad como valor general y sentido de pertenencia.

Resultados

5.1. Características sociodemográficas de la población de estudio

Esta investigación abarcó a nivel nacional y se enfocó en una muestra representativa de 384 individuos con edades comprendidas entre los 18 y 30 años, arrojando un promedio de edad de 24 años. En términos de distribución geográfica, se evidencia una marcada concentración en el distrito de Panamá, donde reside el 41.9% de la muestra. Este hallazgo sugiere que la capital del país actúa como un polo de atracción para la población joven, posiblemente debido a la disponibilidad de oportunidades educativas y laborales.

Tabla 1

Población encuestada por distrito de residencia

	Frecuencia	Porcentaje
Penonomé.	14	3.6
Colón	38	9.9
David	25	6.5
Pinogana	3	0.8
Panamá	161	41.9
San Miguelito	57	14.8
Arraiján	40	10.5
La Chorrera	29	7.6
Santiago	17	4.4
	384	100

Fuente: Encuesta a población millennials en Panamá.

Instituto de Estudios Nacionales-SENACYT. 2023.

San Miguelito, Colón y Arraiján también son distritos destacados, con un 14.8%, 9.9% y 10.4% de la muestra. Esto refleja una dispersión geográfica significativa y puede tener implicaciones importantes para la planificación regional y el desarrollo económico. La selección de la muestra

evidencia igualdad entre sexos (192 hombres y 192 mujeres). Esta distribución es relevante y sugiere una representación balanceada de ambos sexos en la población de 18 a 30 años en el país.

En cuanto al estado civil, se observa que la mayoría de los entrevistados se identificaron como solteros (69.8%), seguidos de aquellos que se consideran unidos (21.9%). Es interesante notar que solo un porcentaje relativamente pequeño indicó ser casados, separados de matrimonio, separados de unión o divorciados. Estos datos sugieren que la población joven en Panamá tiende a tener relaciones de pareja menos formales en esta etapa de sus vidas. Además, la media de hijos por entrevistado es 1.64, lo que indica que la mayoría de los encuestados tienen menos de dos hijos, lo que puede relacionarse con la proporción de personas solteras.

Con respecto a la educación, los resultados revelan un espectro educativo diverso dentro de la muestra. La mayoría de los entrevistados han alcanzado al menos la educación media (52.3%) o la educación superior no universitaria (6.8%). Sin embargo, es alentador observar que un porcentaje significativo tiene una licenciatura (29.4%) o una maestría (1.3%). Esto indica que la población joven de Panamá está invirtiendo en su educación superior, lo que puede tener implicaciones positivas para el desarrollo del país y la competencia en el mercado laboral.

El análisis de la auto-identificación étnica la data reveló que el 40.9% entre los participantes se considera afrodescendiente, este resultado indica una presencia significativa de raíces culturales y étnicas relacionadas con la diáspora africana en la población encuestada; en segundo lugar, el grupo mestizo, con un 37.2%. Esta categoría sugiere una combinación de herencias étnicas, lo que refleja la diversidad y mestizaje cultural en Panamá.

Tabla 2*Población encuestada por grupo étnico*

GRUPO ÉTNICO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INDÍGENA	25	6,5
Guna	6	1,6
Ngäbe	12	3,1
Buglé	3	,8
Naso	1	,3
Emberá	3	,8
AFRODESCENDIENTE	157	40,9
Afropanameño(a)	51	13,3
Moreno(a)	51	13,3
Culiso(a)	44	11,5
Negro(a)	6	1,6
Afrocolonial	2	,5
Afroantillano(a)	2	,5
Afroamericano	1	,3
Mestizo	143	37,2
CAUCÁSICO	8	2,1
NINGUNO	51	13,3
TOTAL	384	100,0

Fuente: Encuesta a población millennials en Panamá. Instituto de Estudios Nacionales-SENACYT. 2023.

Un dato interesante es la proporción considerable del 13.3% que optaron por no identificarse con ningún grupo étnico específico. Esto puede indicar diversas razones, como la autopercepción de una identidad múltiple o la preferencia por no ser definido por categorías étnicas. En contraste, los grupos étnicos indígena y caucásico tienen una representación mucho menor, con un 6.5% y un 2.1%, respectivamente, lo que sugiere una mayor diversidad en la identificación étnica entre los encuestados.

Con respecto a las creencias religiosas, los resultados muestran una diversidad religiosa en la muestra. La mayoría se identifica como católicos (50.8%) o evangélicos (31.0%). Sin embargo, es importante notar que una proporción considerable no se considera creyente (11.5%), lo que sugiere una creciente pluralidad de perspectivas religiosas y filosóficas en la sociedad joven de Panamá. Además, otras religiones también están representadas en menor medida, lo que subraya la multiculturalidad religiosa en el país.

En la generación digital de Panamá, se observa que el uso de teléfonos celulares constituye el principal medio para acceder a Internet, alcanzando un 97.9%. Este descubrimiento resalta la relevancia de los dispositivos móviles en la vida diaria de esta generación. Asimismo, resulta significativo que un 94.8% los utilice como la principal vía para conectarse a la red. La residencia sobresale como el lugar más frecuente para acceder a Internet, con un 85.2% de los encuestados prefiriendo este entorno. Este dato sugiere que la mayoría de la generación digital en los territorios analizados prefiere utilizar conexiones residenciales para su acceso a la web, ya que aproximadamente seis de cada diez encuestados eligen su hogar como el punto de conexión preferido.

En lo que respecta a la cantidad de tiempo dedicado al uso de Internet, se evidencia que un segmento significativo, específicamente el 33.9% de los encuestados, destina 11 horas o más al día a actividades en línea. Este dato resalta la relevancia e intensidad de la conexión a Internet en la vida cotidiana de esta generación, ya que dedican una parte considerable de su tiempo a estar conectados.

4.3. Población objeto de estudio

Con la información recopilada se agrupa en tres categorías distintas a la generación digital de Panamá (18 a 30 años) "conectados digitales", aquellos que utilizan la red de manera constante; los "conectados ocasional", quienes lo hacen de forma intermitente; y los "desconectados digitales", cuya conexión es sumamente limitada tanto en términos de acceso como de uso.

Tabla 3

Generación digital en Panamá. 2023

Generación digital	Frecuencia	Porcentaje
Desconectado digital	51	13.3
Cocentado ocasional	271	70.6
Conectados digitales	62	16.1
Total	384	100

FUENTE: elaborado a partir de Encuesta a población millennials en Panamá. Instituto de Estudios Nacionales-SENACYT. 2023.



Nota: Se construyó la variable Generación digital, agrupándoles por tipos de acceso.

En lo que respecta a la naturaleza de su uso, es importante destacar que la generación digital de Panamá muestra diferencias significativas, según los datos proporcionados, en las cuatro plataformas principales: Instagram, TikTok, WhatsApp y YouTube.

En primer lugar, WhatsApp destaca con una puntuación media de 4.84, lo que indica un uso frecuente y generalizado de esta plataforma de mensajería. A continuación, le sigue Instagram, con una puntuación media de 4.46, lo que sugiere un uso también bastante frecuente. Es importante destacar que la varianza en el uso de Instagram es de 1.042, lo que indica que las respuestas en cuanto a su uso se distribuyen de manera relativamente uniforme alrededor de la media.

Por otro lado, YouTube tiene una puntuación media de 4.17, lo que señala un uso moderadamente frecuente de esta plataforma. En contraste, TikTok obtiene una puntuación media de 3.70, lo que indica un uso moderado en comparación con las otras plataformas. Además, la asimetría es de -0.744, lo que sugiere que las respuestas tienden menos hacia puntajes bajos en comparación con Instagram.

Los estadísticos revelaron notables diferencias en el uso de las redes sociales entre la generación digital en Panamá dentro de la población encuestada. WhatsApp destaca como la plataforma más utilizada, con una alta concentración de respuestas en puntajes altos. Por otro lado, TikTok y YouTube muestran una variabilidad y distribución más equitativa de las respuestas, mientras que Instagram presenta una distribución inclinada hacia puntajes bajos.

4.4. *Identidad como valor general*

En el amplio espectro de la generación de 18 a 30 años en Panamá, se entrelazan una serie de valores, creencias y actitudes para formar una imagen vibrante y compleja. Cada uno de estos elementos, como fragmentos individuales de un mosaico, revela una faceta de su identidad colectiva y sus pensamientos acerca de una variedad de temas fundamentales. La información recopilada señala notables disparidades en las opiniones; por ejemplo, en lo que respecta a la creencia en Dios, la puntuación promedio es de 3.69, indicando una diversidad de perspectivas, desde aquellos que consideran que la fe es esencial para ser un buen ciudadano hasta aquellos que sostienen lo contrario.

En contraste, cuando se trata del derecho al matrimonio igualitario y la legalización de la marihuana, se objetivan puntajes promedio más bajos de 2.37 en ambos casos. Esto indica que, en estos temas específicos, la generación digital de Panamá tiende a mostrar una menor aceptación o apoyo generalizado. Esta observación puede reflejar actitudes y valores arraigados en la sociedad panameña, donde estos temas pueden ser considerados más controversiales o menos aceptados en comparación con otros.

Sin embargo, la igualdad de género en el trabajo es un punto en común, con una puntuación promedio alta de 4.38. Esto sugiere que la mayoría de los millennials en Panamá valora la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres en el ámbito laboral. Es interesante observar que temas como la disposición para ayudar a los necesitados, participar en campañas de donación de alimentos o asociaciones protectoras de animales, y defender a un desconocido en caso de peligro, obtienen puntajes promedio significativamente altos, indicando una inclinación hacia el altruismo y la solidaridad.

Tabla 4

Estadísticas descriptivas. Identidad como valor general

Preguntas.	Media	Desv. Desviación	Varianza
Considera que para ser un “buen ciudadano” es necesario creer en Dios	3,69	,301	1,692
Considera que se debería aprobar el derecho al matrimonio igualitario	2,37	,253	1,571
Considera que se debería legalizar el uso de la marihuana	2,37	,198	1,434
Considera que hombres y mujeres tienen el mismo derecho a trabajar fuera de casa	4,38	,762	0,58
Considera que Panamá debe ser un país hospitalario para la población migrante	3,66	,007	1,015
Considera que la pena de muerte se debe implementar en Panamá	3,23	,334	1,78

Considera que se le debe dar mayor preferencia a las personas con discapacidad sobre otras	4,21	,829	0,688
Estaría dispuesto a organizar campañas de donación de alimentos después de una catástrofe nacional	4,33	,653	0,426
Estaría dispuesto a participar en asociaciones protectoras de animales	4,19	,892	0,795
Defendería a un desconocido en el caso de una agresión a su vida	3,85	,899	0,809
Estaría dispuesto a pagar más impuestos para sufragar a los más necesitados	3,21	,111	1,234
Brindaría parte de su tiempo y/o dinero como voluntario(a) en organizaciones benéficas	3,82	,919	0,844
Estaría dispuesto a trabajar como voluntario/a o donar a albergues que no se relacionen con sus intereses personales	3,85	,882	0,778
Aceptaría ser donador de sangre u órganos a desconocidos	3,39	,318	1,737
Participaría con su tiempo en el saneamiento de una playa o río	4,06	,858	0,735
Apoyaría protestas en contra de las compañías que vierten químicos en la naturaleza	3,98	,941	0,885
Dejaría a un lado alguna actividad (como el fumar, consumir alcohol, conducir un auto propio) para proteger el ambiente	3,92	,938	0,879
Estaría dispuesto a participar en alguna actividad con fines de cuidar el ambiente	4,27	,659	0,434

N válido (por lista) 84

Fuente: elaborado a partir de Encuesta a población millennials en Panamá. Instituto de Estudios Nacionales-SENACYT. 2023.

Para comparar la percepción de la identidad como principio y valor general en dos subgrupos



de la generación digital, específicamente denominados "Desconectado Digital" y "Conectados Digital". La hipótesis subyacente se formula de la siguiente manera: "Existe una diferencia significativa en la media de la percepción de la identidad como principio y valor general entre los grupos pertenecientes a la generación digital".

Para llevar a cabo este análisis, se recopilaron datos de dos grupos: "Desconectado Digital" (N = 51) y "Conectados Digital" (N = 62). Se midió la percepción de identidad como principio y valor general en ambos grupos y se registraron los siguientes estadísticos descriptivos: Para el grupo "Desconectado Digital" Media: 62.49; Desviación Estándar: 8.689; Desviación Estándar del Error Promedio: 1.217. Para el grupo "Conectados Digital": Media: 68.29; Desviación Estándar: 7.280; Desviación Estándar del Error Promedio: 0.925

Primero, se realizó una prueba de Levene para evaluar la igualdad de varianzas entre los dos grupos. La prueba arrojó un valor significativo ($p = 0.001$) cuando se asumieron varianzas iguales y un valor no significativo ($p = 0.974$) cuando no se asumieron varianzas iguales.

Tabla 5

Prueba de muestras independientes

		Prueba de Levene de igualdad de varianzas		Prueba t para la igualdad de medias		
		F	ig.	t	l	Sig. (bilateral)
Identidad como principio y valor general	Se asumen varianzas iguales	,001	974	-3,862	111	,000
	No se asumen varianzas iguales			-3,796	7,711	,000

Fuente: Procesado a partir de Encuesta a población millennials en Panamá. Instituto de Estudios Nacionales-SENACYT. 2023.

Luego, se llevó a cabo una prueba t para la igualdad de medias en ambos grupos. Cuando se asumieron varianzas iguales, se obtuvo un valor de t de -3.862 con 111 grados de libertad y un valor de p

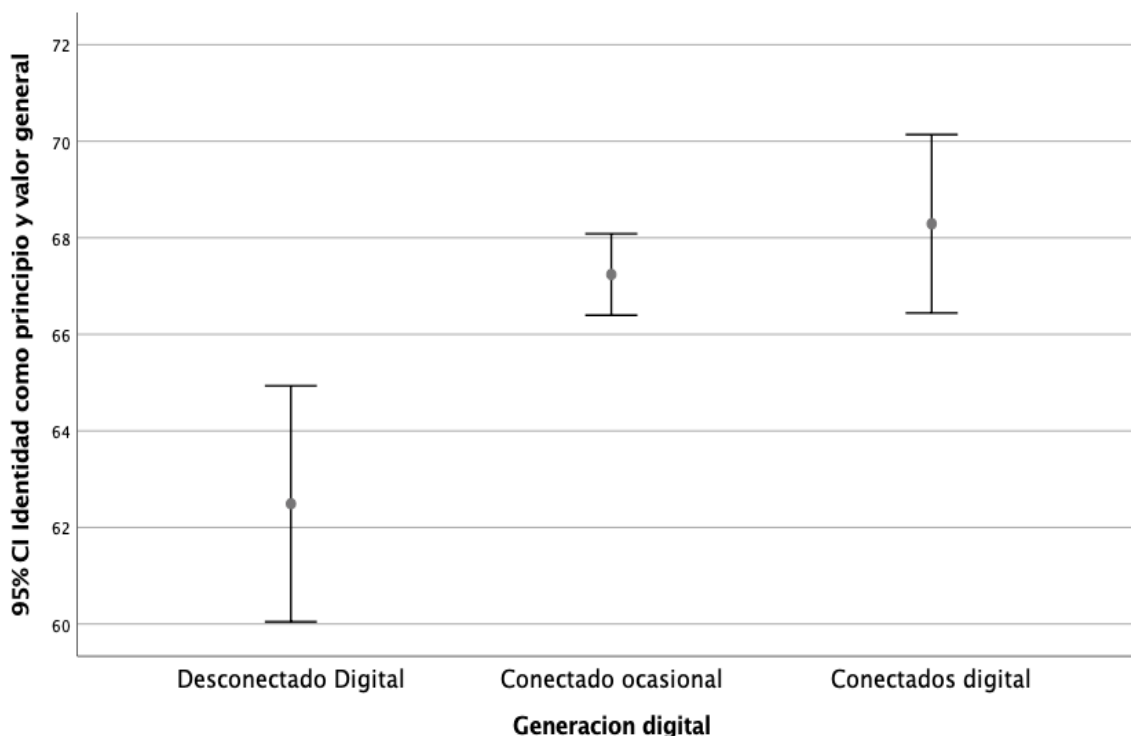
de 0.000, lo que indica una diferencia significativa en la percepción de identidad como principio y valor general entre los grupos. La diferencia de medias estimada fue de -5.800, con un error estándar de 1.502 y un intervalo de confianza del 95% para la diferencia que oscila entre -8.777 y -2.824.

Cuando no se asumieron varianzas iguales, la prueba t también mostró una diferencia significativa en la percepción de identidad como principio y valor general entre los grupos, con un valor de t de -3.796 y un valor de p de 0.000. La diferencia de medias estimada fue de -5.800, con un error estándar de 1.528 y un intervalo de confianza del 95% para la diferencia que oscila entre -8.833 y -2.768.

Los resultados de este estudio indican que existe una diferencia significativa en la percepción de identidad como principio y valor general entre los grupos de la generación digital "Desconectado Digital" y "Conectados Digital", independientemente de si se asumen o no varianzas iguales. Esto respalda la hipótesis de que la media entre estos grupos es diferente en cuanto a la identidad como valor.

Figura 2

Barra de error. Generación digital e identidad como valor general



Fuente: Procesado a partir de Encuesta a población millennials en Panamá. Instituto de Estudios Nacionales-SENACYT. 2023.

Un hallazgo importante es que existe una diferencia estadísticamente significativa en la percepción de la identidad como principio y valor general entre los dos grupos de la generación digital, los "Desconectados Digitales" y los "Conectados Digitales". Independientemente de si se asumen o no varianzas iguales, se encontró que los "Conectados Digitales" tienen una percepción significativamente más alta de la identidad como principio y valor general en comparación con los "Desconectados Digitales".

Los "Conectados Digitales" probablemente han crecido con una exposición constante a las redes sociales, la comunicación en línea y la exposición a una variedad de identidades digitales. Esto podría haber influido en su percepción de la identidad, haciéndola más fluida y adaptable, mientras que los "Desconectados Digitales" pueden tener una visión más arraigada y tradicional de la identidad, menos influenciada por las interacciones en línea.

Influencia de la tecnología en la identidad: La tecnología digital puede haber desempeñado un papel importante en la formación de la identidad de los "Conectados Digitales". La capacidad de crear perfiles en línea, interactuar con comunidades en línea y experimentar con diferentes aspectos de la personalidad en línea puede haber contribuido a una percepción más flexible y abierta de la identidad.

4.5. Sentido de pertenencia

Una visión general de las estadísticas descriptivas relacionadas con la identidad como sentido de pertenencia en el grupo de encuestados entre los 18 y 30 años. Evidencia que la mayoría de los encuestados (media de 3.96) estaría dispuesta a defender al país ante una agresión extranjera, lo que indica un sentido de patriotismo. También, muestran una alta admiración por los héroes nacionales (media de 3.92) y consideran necesario iniciar los actos deportivos con el himno nacional (media de 4.28). Además, una gran proporción colgaría la bandera nacional en su residencia o redes sociales (media de 4.2).

La disposición para participar en actividades de apoyo como voluntario(a) es alta (media de 4.16), lo que sugiere un compromiso cívico. La importancia de la familia es destacada, ya que consideran necesario pasar las fiestas de fin de año junto a la familia (media de 4.39) y creen que los problemas se superan mejor en familia (media de 4.14).

La mayoría prefiere la comida nacional a la de otro tipo (media de 4.06) y valora la música nacional de cualquier género (media de 3.26). Se identifican con su cultura, incluyendo el vestido, las costumbres y las tradiciones (media de 3.95). En cuanto a la participación política, la mayoría votaría en las próximas elecciones (media de 3.6). Sin embargo, la identificación con partidos políticos o asociaciones es relativamente baja (media de 1.89).

Tabla 6

Estadísticos descriptivos identidad como sentido de pertenencia en la generación digital de Panamá

Preguntas	Desv.			
	N	Media	Desviación	Varianza
1. Estaría dispuesto(a) a defender al país ante una agresión extranjera	384	3,96	0,989	0,977
2. Siente admiración por los héroes nacionales	384	3,92	0,997	0,994
3. Considera necesario iniciar los actos deportivos con el himno nacional	384	4,28	0,822	0,676
4. Colgaría en algún momento la bandera nacional en su residencia o redes sociales	384	4,2	0,919	0,845
5. Participaría en alguna actividad de apoyo como voluntario(a)	384	4,16	0,729	0,531
6. Considera que su familia influyó en su creencia religiosa y sus costumbres	384	3,87	1,268	1,609
7. Considera que las fiestas de fin de año se deben pasar junto a la familia	384	4,39	0,768	0,589
8. Considera que los problemas son mejor superarlos en familia	384	4,14	0,919	0,845
9. Regularmente prefiere la comida nacional a las de otro tipo	384	4,06	0,889	0,79
10. Considera a la música nacional de cualquier género como igual o superior a las extranjeras	384	3,26	1,069	1,143
11. Se identifica con su cultura: vestido, costumbres y tradiciones, etc.	384	3,95	0,959	0,919
12. Se identifica con algún partido o con otro tipo de asociaciones: ONG, sindicatos, etc.	384	1,89	1,041	1,083
13. Votaría en las próximas elecciones para presidente y otros cargos de elección popular	384	3,6	1,222	1,493
14. Considera que el Estado ofrece un sistema de salud de calidad para sus ciudadanos(as)	384	1,87	1,065	1,134
15. Considera que el Estado brinda una educación pública de calidad	384	2,01	1,088	1,183
16. Considera que el Estado promueve actividades que apoyan la generación de empleo	384	2,02	1,081	1,169
17. Participaría de alguna asamblea comunitaria que garantice el uso adecuado de fondos públicos	384	3,64	1,143	1,306
18. Considera que en Panamá la justicia es igual para todos/as	384	1,81	1,085	1,176

19.	Considera que en Panamá hay una justa distribución de la riqueza	384	1,72	0,964	0,93
20.	Considera que en Panamá hay igualdad de oportunidades para todos	384	1,87	1,052	1,106
21.	Considera que Panamá es el mejor país para vivir	384	3,29	1,236	1,528
	N válido (por lista)	384			

Fuente: elaborado a partir de Encuesta a población millennials en Panamá. Instituto de Estudios Nacionales-SENACYT. 2023.

La generación digital en Panamá muestra escepticismo en cuanto a la igualdad de oportunidades y la justicia en el país. La mayoría no considera que la justicia sea igual para todos y cree que no hay una justa distribución de la riqueza en el país. Aunque no todos los encuestados están convencidos de que Panamá es el mejor país para vivir, la mayoría tiene una percepción positiva (media de 3.29).

En cuanto al agrupamiento en dimensiones categoriales, aquellas que inducen a valores nacionales, se observa que el grupo conectado digital tiene la puntuación más alta, indicando una mayor identificación con los valores nacionales, seguido por el grupo Usuario Ocasional. El grupo Desconectado Digital obtiene la puntuación más baja en este factor. Con respecto a familia y tradición, el grupo conectado digital y usuario ocasional tienen puntuaciones similares, con una mayor identificación con la familia y la tradición. El grupo Desconectado Digital tiene una puntuación ligeramente más baja.

En el factor de "Ciudadanía," el grupo Conectado Digital obtiene la puntuación más alta, lo que sugiere un mayor sentido de pertenencia a la comunidad o sociedad en comparación con los otros grupos. El grupo Usuario Ocasional tiene una puntuación intermedia, y el grupo Desconectado Digital tiene la puntuación más baja en este factor.

Se midió el sentido de pertenencia en cada grupo y se realizaron análisis estadísticos para evaluar la relación entre la variable independiente (nivel de conectividad digital) y la variable dependiente (sentido de pertenencia). Los resultados se presentan en la siguiente a continuación.

Tabla 6*Estadísticos descriptivos, Nivel de conectividad y sentido de pertenencia*

Grupo	N	Media	Desv. Desviación n	Desv. Error	95% IC para la Media	Mínimo	Máximo
Desconectado Digital	51	66.92	9.226	1.292	64.33 - 69.52	32	85
Conectado Ocasional	271	67.6	9.015	0.548	66.52 - 68.68	41	100
Conectados Digital	62	70	7.723	0.981	68.04 - 71.96	51	87
Total	384	67.9	8.877	0.453	67.01 - 68.79	32	100

Se realizó un análisis de varianza (ANOVA) para determinar si existen diferencias significativas entre los grupos en cuanto al sentido de pertenencia. Los resultados indican que no hay diferencias significativas entre los grupos en cuanto al sentido de pertenencia ($F(2, 381) = 2.215, p = 0.111$). Se llevaron a cabo pruebas de homogeneidad de varianzas para evaluar si las varianzas entre los grupos eran iguales. Todas las pruebas no mostraron diferencias significativas en las varianzas entre los grupos (todos los valores de $p > 0.05$).

Los resultados sugieren que no hay diferencias significativas en el sentido de pertenencia entre los tres grupos de conectividad digital. Contrariamente a la hipótesis inicial, no se encontró evidencia de que los participantes más conectados digitalmente tengan un mayor sentido de pertenencia en comparación con aquellos menos conectados.

Conclusiones

Este estudio de alcance nacional se enfocó en analizar una muestra representativa de 384 individuos, cuyas edades oscilan entre 18 y 30 años, presentando un promedio de edad de 24 años. La generación digital en Panamá, representada por la muestra analizada en este estudio, refleja una amalgama compleja de características demográficas, étnicas y digitales que moldean su identidad y perspectivas.

Al observar la distribución geográfica, se destaca una notable concentración en el distrito de Panamá, donde reside el 41.9% de la población objeto de estudio. La concentración significativa en el distrito de Panamá sugiere que la capital ejerce una atracción particular sobre esta generación, posiblemente por las oportunidades educativas y laborales que ofrece, aunque también plantea interrogantes sobre la equidad geográfica en términos de acceso a estas oportunidades en otras regiones del país.

La muestra se presenta equitativamente dividida entre hombres y mujeres, con 192 individuos de cada género. En relación con el estado civil, la mayoría se autodefine como soltera, abarcando el 69.8%, seguido de aquellos que se consideran unidos, representando el 21.9%. Cabe destacar que la media de hijos por entrevistado es de 1.64, indicando que la mayoría de los encuestados tienen menos de dos hijos, situación que podría estar vinculada con la predominancia de personas solteras en la muestra.

En lo concerniente a la identificación étnica, el 40.9% de los participantes se considera afrodescendiente, seguido por el grupo mestizo con un 37.2%. Resulta relevante señalar que un 13.3% optó por no identificarse con ningún grupo étnico específico. Los grupos étnicos indígena y caucásico presentan una representación significativamente menor, con un 6.5% y un 2.1%, respectivamente. La diversidad étnica dentro de esta generación es evidente, con una representación significativa de afrodescendientes y mestizos. La decisión de un porcentaje notable de no identificarse con un grupo étnico específico subraya la complejidad y la fluidez de las identidades en esta generación. Este aspecto puede reflejar una búsqueda de identidad más allá de las categorías étnicas tradicionales.

La conectividad digital emerge como un elemento central en la vida de esta generación, con un uso predominante de teléfonos móviles para acceder a Internet. Además, se evidencia que la mayoría de los encuestados dedica una cantidad sustancial de tiempo a actividades en línea, resaltando la relevancia de Internet en sus rutinas cotidianas. La influencia positiva de esta conexión digital se manifiesta en actitudes como tolerancia, solidaridad y respeto hacia la naturaleza. Sin embargo, es crucial abordar las posibles disparidades en el acceso y la competencia digital, ya que no todos los segmentos de la población pueden experimentar los mismos beneficios.

Desde una perspectiva identitaria, se observa una inclinación hacia mayor tolerancia, solidaridad y respeto hacia la naturaleza entre aquellos individuos más vinculados digitalmente. Estos

resultados sugieren que la conexión digital puede tener un impacto significativo en las actitudes y valores de las personas en estas dimensiones.

En cuanto al sentido de pertenencia, la fuerte identificación con valores nacionales y la importancia otorgada a la familia y las tradiciones resaltan la conexión emocional de esta generación con su país. Sin embargo, el escepticismo en relación con la igualdad de oportunidades y la justicia sugiere un reconocimiento crítico de los desafíos sociales y económicos existentes. Estas percepciones, al ser analizadas desde una perspectiva más formal, revelan la complejidad de la identidad de esta generación, donde factores demográficos, étnicos y digitales interactúan de manera significativa.

En relación con la cuestión ambiental, la identidad territorial de los encuestados muestra una tendencia hacia la tolerancia, solidaridad y respeto hacia la naturaleza. Esta base de valores arraigados podría proporcionar un fundamento sólido para la conciencia ambiental. Los encuestados que se identifican con valores nacionales, la familia y las tradiciones también podrían ver la protección del medio ambiente como una extensión natural de estos principios.

Dado que la generación digital utiliza predominantemente dispositivos móviles para acceder a Internet y dedica una cantidad significativa de tiempo en línea, este medio digital podría ser una plataforma efectiva para promover el activismo ambiental. La conexión digital facilita la difusión de información, la organización de movimientos y la participación activa en campañas ambientales a través de las redes sociales.

El escepticismo en relación con la igualdad de oportunidades y la justicia en el país podría extenderse a una sensibilidad crítica hacia los desafíos ambientales. Los encuestados podrían ver la degradación del medio ambiente como un problema injusto y desigual que requiere atención y acción.

La combinación de valores arraigados en la identidad territorial y la exposición a través de la conexión digital a problemas ambientales globales podría motivar a la generación digital a adoptar perspectivas y prácticas más sostenibles a nivel local e internacional.

En resumen, la identidad y los valores observados en la generación digital de Panamá podrían estar estrechamente vinculados al activismo ambiental, proporcionando una base sólida para la conciencia y la acción en torno a problemas ambientales locales y globales. Recientemente, durante el

conflicto minero la conexión digital, en particular ha resultado ser un canal efectivo para la expresión y movilización de estas preocupaciones. Un fenómeno que merece ser estudiado con más profundidad.

Finalmente, la generación digital en Panamá se presenta como una cohorte diversa y dinámica, influenciada por una combinación de factores demográficos, étnicos y digitales. Este panorama apunta a la necesidad de políticas inclusivas que aborden las disparidades geográficas y digitales, al tiempo que fomentan un diálogo abierto sobre las preocupaciones sociales y económicas planteadas por esta generación.

Referencias bibliográficas

- Anderson, B. (2021). Comunidades imaginadas: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo. Fondo de cultura económica.
- Aponte Garcia, G. (2003). Paisaje e identidad cultural. *Tabula Rasa*, 153-164.
- Barón, S. B. V., Mendoza, A. R. R., & Figueroa, M. A. B. (2022). Compromiso político de los jóvenes Millenials. *Espacios Públicos*, 23(58).
- Barrera, A. G. S., Contreras, F. G., & Marañón, F. (2022). Representación del Millennial en Latinoamérica. Elementos preliminares que definen a una generación. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (97), 154-171.
- Bleichmar, Silvia. (2014). "Las Nuevas Tecnologías y la Subjetividad."
- Calvin Venero, Claudia. (2018). "Los Millennials y la Sexualidad."
- Córdoba Mendoza, P. A., Roquebert León, J. L., Ortiz, V., & González R, A. F. (2022). La covid-19 en la universidad de panamá: desigualdades de género y territorio entre estudiantes. *Cátedra*, (19), 40–53. Recuperado a partir de <https://revistas.up.ac.pa/index.php/catedra/article/view/2967>
- Flores-Goncalves, Maria. (2019). "Millennials and Diverse Populations."
- Gimenez, G. (2005). Territorio e identidad. Breve introducción a la geografía cultural. *Trayectorias*, vol. VII, núm. 17, 8-24.
- Harvey, D. (2000). Cosmopolitanism and the banality of geographical evils. *Public culture*, 12(2), 529-564.
- Howe, Neil y Strauss, William. (1991). "Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069."
- Miñana Blasco, C. (2008). MÚSICA Y FIESTA EN LA CONSTRUCCIÓN DEL TERRITORIO NASA (COLOMBIA). *Revista colombiana de antropología* vol.44 no.1 , 123-155.
- Nunes dos Santos, C. (2007). La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible. *Estudios y perspectivas en turismo*, 234-242.

- Ortega, J. (2018). Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educación. *Tabanque. Revista Pedagógica*, (31), 244-262.
- Peñalosa Otero, M. E., & López Celis, D. M. (2016). La generación de los millennials frente al consumo socialmente responsable.
- Pew Research Center. (2014). "Millennials in Adulthood: Detached from Institutions, Networked with Friends."
- Piscitelli, Alejandro. (2009). "Nativos Digitales."
- Tamayo, E. L. (2011). Consolidación de las redes sociales en Latinoamérica. *Comunicación*, (28), 145-152.
- Tapscott, Don. (2008). "Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World."
- Twenge, Jean M. (2006). "Generation Me: Why Today's Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled – and More Miserable Than Ever Before."

Conflicto de interés

Los autores de este trabajo declaran no tener conflicto de interés.

Información adicional

La correspondencia y las solicitudes de materiales sobre este escrito deben dirigirse al autor al correo electrónico proporcionado.

Las impresiones y la información sobre permisos están disponibles en el siguiente enlace:

https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/acceso_reuso