

Los *Millennials* de Panamá: sentido de pertenencia e identidad nacional en una sociedad globalizada

The Millennials of Panama: sense of belonging and national identity in a globalized society

Mónica Patricia Romero Zapata

Universidad de Panamá. Instituto de Estudios Nacionales. Panamá

morisca40@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-2856-2457>

Charlyn Dayana Marmolejo González

Universidad de Panamá. Instituto de Estudios Nacionales. Panamá

charlyn.marmolejo@up.ac.pa

<https://orcid.org/0000-0002-5762-7053>

Recibido 9/13/24

Aceptado 10/15/24



DOI: <https://doi.org/10.48204/j.cnacionales.n36.a6826>

Resumen

El estudio tiene como objetivo determinar la incidencia de la globalización en la construcción de la identidad y sentido de pertenencia nacional de los *Millennials* panameños. Esto debido a que se pretende objetivar la identidad de la población *Millennials* de Panamá, identificada a partir del uso y acceso a la tecnología en la vida cotidiana y su relación con los valores comunes compartidos —identidad como principio y valor general—, interiorizados y reproducidos mediante la apropiación del espacio y sus recursos —sentido de pertenencia— en un espacio territorial signado de diferencias. A partir de una metodología de investigación mixta, a través de un diseño exploratorio secuencial, se utilizó información cualitativa recogida de dos grupos focales y de una encuesta aplicada a una muestra de 384 jóvenes *Millennials* entre los 18 a 30 años. Los resultados revelan que la valoración de los *Millennials* panameños sobre la identidad como principio y valor general y como sentido de pertenencia es positiva.

Palabras clave

Generación; *Millennials*; globalización; identidad nacional; sentido de pertenencia.

Abstract

The objective of this research is to determine the impact of globalization on the construction of the identity and sense of national belonging of Panamanian Millennials. This is because the aim is to objectify the identity of the Millennial population of Panama, identified from the use and access to technology in daily life and its relationship with shared common values - identity as a principle and general value -, internalized and reproduced. through the appropriation of space and its resources—sense of belonging—in a territorial space marked by differences. Based on a mixed research methodology, through a sequential exploratory design, qualitative information collected from two focus groups and a survey applied to a sample of 384 young Millennials between 18 and 30 years old was used. The results reveal that Panamanian Millennials' assessment of identity as a principle and general value and as a sense of belonging is positive.

Keywords

Generation; Millennials; globalization; national identity; meaning of belonging.

Introducción

La identidad nacional es concebida como la promotora de vínculos que unen individuos y grupos por medio de un proceso de identificación mutua, en donde componentes materiales e inmateriales como la historia, el territorio, la cultura, la etnia, entre otros, son imaginados como excepcionales y homogéneos para aquellos que pertenecen a una comunidad nacional particular, siendo el Estado el principal promotor de este imaginario de nación.

A efectos de este trabajo, se han definido dos momentos claves para comprender las transformaciones de la identidad en Panamá. Un primer momento, definido como paradigma nacionalista y ubicado entre 1950 y 1990, en donde prevalece la homogenización de la identidad territorial marcada por la lucha de la soberanía como proyecto nacional. En lo económico, hay un replanteamiento y modernización del proyecto nacional, un incipiente desarrollo de la industria nacional que trajo como resultado un auge en el empleo formal generado por las empresas y el sector estatal. Un segundo momento definido como paradigma globalizado, que se evidencia a partir del proceso de democratización en Panamá, la adhesión a la Organización Mundial del Comercio, la reversión del Canal de Panamá hasta la actualidad, cuando el país se consolida como zona de tránsito abriéndose al mercado mundial, pero sin un claro referente sobre los principios y valores comunes sobre la identidad territorial panameña. Siendo esta etapa un periodo que coincide con la globalización, como pensamiento único, y en donde la comunicación y acceso a nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) se encargaron de poner a disposición de la sociedad productos culturales simbólicos provenientes de todas partes del mundo, llevando consigo a la teorización de que las culturas más débiles se desintegrarían frente a nuevos estilos de vida reflejados en el vestido, la dieta, el entretenimiento y la música.

Su rápida asimilación fue producto de la masificación de las TICs, especialmente, con la creciente influencia del espacio virtual que ha suministrado acceso a una abundante y muy diversa información en todos los aspectos de la vida cotidiana, lo que trae como consecuencia una redefinición en la sociedad en materia identitaria.

En este contexto de cambios, las funciones del Estado se redefinen o se adecuan a las nuevas reglas que impone el mercado. Según Cappello *et al.*, “la globalización plantea un proceso de reordenamiento y cambio de las estructuras básicas de la sociedad y, con ello, la modificación de las relaciones entre el Estado y sus instituciones, entre las instituciones y las comunidades, entre los ciudadanos y la identidad nacional” (Cappello et al., 2007 p. 69). Este escenario pone de manifiesto un fenómeno profundo e irreversible de cambios identitarios, donde la diversidad, producto de la globalización, se presenta asociada a nuevas formas de principios, valores y sentimientos que atraviesan los panameños y panameñas de hoy.

A partir de las anteriores precisiones, se pretende objetivar la identidad de la población *Millennials* de Panamá, identificada a partir del uso y acceso a la tecnología en la vida cotidiana y su relación con los valores comunes compartidos —identidad como principio y valor general—, interiorizados y reproducidos mediante la apropiación del espacio y sus recursos —sentido de pertenencia— en un espacio territorial signado de diferencias.

El proceso de globalización ha introducido cambios significativos en el orden económico, político, social, tecnológico y científico, dando paso a una sociedad dominada por tecnologías informáticas comunicacionales que han transformado al mundo desestructurando la identidad nacional y abriendo la posibilidad de nuevos idearios y representaciones simbólicas dejando de lado la idea de Estado-Nación.

En este contexto el escenario actual es complejo para los *Millennials*. Por un lado, los cambios que se experimentan en este contexto globalizado y, por otro lado, la ausencia de un proyecto de país que dé cohesión y sentido de pertenencia en la población generan un debilitamiento del sentido de pertenencia para impulsar proyectos sociales en los que estén reflejados los diversos grupos sociales. En ese sentido, la ausencia de un proyecto de sociedad inclusivo y las transformaciones de las prácticas culturales expresan lo contradictorio que resulta, en la actualidad, definir los elementos que categorizan la identidad nacional.

Así planteado el problema, para auscultar el constructo identidad nacional en los escenarios contemporáneos se busca responder a la interrogante: ¿de qué manera incide la globalización en la identidad y sentido de pertenencia nacional en la población *Millennials* de Panamá?, tomando en cuenta que esa generación ha convivido con la cultura de la globalización y se encuentra en un proceso coyuntural sobre la formación de la identidad nacional en donde el contexto social no se corresponde, como sucedió en el siglo XX, con la formación de ciudadanos a través de la identidad nacional homogénea y unívoca.

1. Elementos teóricos

Los principales trabajos que en el marco de las Ciencias Sociales abordan el tema de identidad nacional evidencian que esta es una construcción social, destacando que la misma es relacional y supone un proceso a doble vía; por un lado, de identificación y, por otro lado, de diferenciación. La identidad puede definirse como la unión de individuos y grupos sociales que comparten un pasado y una idea de futuro por medio de un proceso de identificación mutua, donde sus componentes imaginarios y afectivos comunes son su territorio, cultura, etnia, entre otros (Anderson 1993, Pérez- Rodríguez 2012, Cappello 2007, Sandoval 2009, Urcola 2008, Sunkel 2009).

Con base en lo anterior, en un territorio puede haber diferentes referencias identitarias. Es allí donde el Estado moderno establece un discurso ideológico homogeneizador, cuya finalidad es la unificación en miras de construir el Estado Nacional; recayendo en la escuela —en materias como cívica, geografía e historia— la responsabilidad de transmitir los valores identitarios entre el ciudadano y la nación. Ya lo señala Pérez-Rodríguez (2012), “el interés del Estado por construir esa formación identitaria en la escuela y otras instituciones se basa en el supuesto de que lo que los alumnos aprendan sobre su país influirá decisivamente en su comportamiento futuro como ciudadanos de la nación” (p.872).

Los trabajos surgidos sobre el impacto de la globalización en la identidad nacional indican que esta trajo consigo nuevos replanteamientos de los Estados y con ello en las naciones. Estos cambios son producto de la difusión de nuevas tecnologías informáticas, comunicacionales, productos culturales y simbólicos, movimientos migratorios, incidiendo lo global en lo local. (Canclini,1995 p.14)

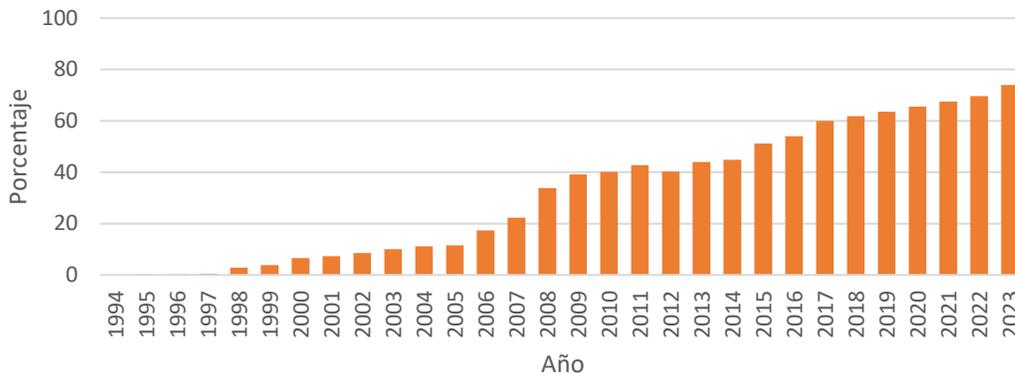
Dentro de ese contexto de transformaciones, las funciones del Estado se redefinen o se adecuan a las nuevas reglas que impone el mercado internacional. Ya lo señala Cappello et al. (2007) que la globalización “plantea un proceso profundo de reordenamiento y cambio de las estructuras básicas de la sociedad y, con ello, la modificación de las relaciones entre el Estado y sus instituciones, entre las instituciones y las comunidades, entre los ciudadanos y la identidad nacional” (p.69).

En este contexto de producción y reproducción de identidades generadas bajo la globalización, los jóvenes han sido los más rápidos receptores de este cambio, donde el mercado convierte a la juventud en sujeto de consumo, produciendo la transformación a nuevas sensibilidades en materia prima de sus experimentaciones narrativas y audiovisuales mediante una gigantesca y sofisticada estrategia publicitaria (Barbero, 1998 p.31). Y los estudios, que han tenido como objeto el impacto de la globalización sobre la identidad nacional, evidencian la pérdida o desaparición de los sentimientos y pertenencia de los jóvenes sobre la identidad, especialmente, por el impacto generado por la implementación de las nuevas tecnologías.

Millennials como categoría generacional

Un fenómeno muy arraigado y que se ha difundido a la par de la globalización es el surgimiento de categorías generacionales a partir de los cambios tecnológicos a nivel global. La aparición de la generación *Millennials* en Panamá se asocia con la masificación del acceso al mundo digital, un fenómeno que comenzó en el país a principios del nuevo milenio (ver Gráfica 1). Aunque William Strauss y Neil Howe (1991), 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 la tecnología en el país (ver Gráfica 1).

Gráfica 1.
 Acceso a internet en Panamá. Año:1994 - 2023



Fuente: Adaptado de <https://www.datosmundial.com/america/panama/telecomunicacion.php>

El concepto de *Millennials*, conocido a su vez como generación “Y”, es una categorización que se ha extendido a nivel mundial para referirse a un rango etario de la población, la cual es ubicada entre los años de 1980 – 2000 aproximadamente (Cartagena, 2017; Villalón & Castro, 2018; Ayala, 2017). Una de las principales características de esta generación es la utilización constante de las tecnologías de información y comunicación desarrolladas en los últimos 40 años. Ayala (2017 p.175) indica lo siguiente:

Los años ochenta y la década de los noventa, fueron escenarios de un acontecimiento que, si bien se esperaba, no dejó de sorprender a todos por la rapidez con que se introdujo prácticamente en todas las esferas de la vida de la sociedad contemporánea, ello se refiere a la introducción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), cuya incursión provocó cambios drásticos en unidades de tiempo breves que llegó a plantearse que más que una época de cambios se empezó a vivir un cambio de época, una nueva época social.

Identidad como principio y valor general

Diversos estudios sobre la identidad nacional se concentran en los valores generales persistentes en los individuos y adquiridos, principalmente, por las familias y las escuelas, quienes proveen, difunden, impulsan, inhiben y comunican una gran cantidad de estas creencias, criterios y convicciones que sirven para comprender y para dar un sentido de interdependencia con los demás (Instituto Mexicano de la Juventud & Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2012; Rodríguez-Burgos, Martínez Cárdenas y Rodríguez-Serpa, 2017; Vidrio Barón, Rebolledo Mendoza, y Barajas Figueroa, 2020; Capello, Lara Guerrero, y Flores Rivera, 2021; Calvo Buezas, 2022).

Los estudios sobre valores se han erigido como un enfoque para analizar la identidad nacional. Se plantea que, si se encuentra un alto índice de aceptación de ciertos valores en colectivos nacionales, estos pueden ser considerados un indicador de la identidad nacional.

Salabarría Roig (2006) explica cómo las condiciones socioeconómicas, políticas y culturales de los grupos humanos se han expresado en la historia de la humanidad a través de los valores, que a su vez guarda una estrecha relación con sus necesidades. Así visto, de acuerdo con el cambio de las condiciones, ligado a su satisfacción o insatisfacción en la resolución de sus necesidades, es posible la transformación de la visión de estos. Los valores tienen un origen concreto teniendo como consecuencia la construcción de modelos de acción por los sujetos políticos, que atraigan la voluntad colectiva y el forjamiento de una identidad común.

Donde se puede encontrar los valores que la humanidad busca lograr es en la Declaración de los Derechos Humanos de 1948, documento aprobado en un momento en que se buscaba superar los crímenes que ocurrieron en la Segunda Guerra Mundial, cuando un grupo minoritario forzó a una sociedad a seguir su propia ética. Siguiendo esta línea, Zorrilla Martínez (1995) declara que “los Derechos Humanos, entonces, deben entenderse como valores, principios éticos, y asimismo como derechos asegurados por normas jurídicas” (p. 362). Así visto, no es de extrañar que los primeros derechos —y, por tanto, los valores principales para la humanidad en el mundo moderno— señalados en la declaración de los Derechos Humanos sean la libertad y la igualdad, sin distinción de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición. Los valores plasmados en ellas son considerados de carácter atemporal y universal.

Ante la desigualdad existente en el mundo globalizado actual, se declara la necesidad de inclusión y equidad en los habitantes del planeta, siendo la libertad, igualdad, solidaridad, tolerancia, respeto a la naturaleza y responsabilidad común, los valores esenciales que deben regir las relaciones internacionales:

- **La libertad:** Los hombres y las mujeres tienen derecho a vivir su vida y a criar a sus hijos con dignidad y libres del hambre y del temor a la violencia, la opresión o la injusticia. La mejor forma de garantizar esos derechos es contar con gobiernos democráticos y participativos basados en la voluntad popular.
- **La igualdad.** No debe negarse a ninguna persona ni a ninguna nación la posibilidad de beneficiarse del desarrollo. Debe garantizarse la igualdad de derechos y oportunidades de hombres y mujeres.
- **La solidaridad.** Los problemas mundiales deben abordarse de manera tal que los costos y las cargas se distribuyan con justicia, conforme a los principios fundamentales de la equidad y la justicia social. Los que sufren o los que menos se benefician, merecen la ayuda de los más beneficiados.
- **La tolerancia.** Los seres humanos deben respetarse mutuamente, en toda su diversidad de creencias, culturas e idiomas. No se deben temer ni reprimir las diferencias dentro de las sociedades ni entre estas; antes bien, deben apreciarse como bienes de la humanidad. Se debe promover activamente una cultura de paz y diálogo entre todas las civilizaciones.
- **El respeto a la naturaleza.** Es necesario actuar con prudencia en la gestión y ordenamiento de todas las especies vivas y todos los recursos naturales, conforme a los preceptos del desarrollo sostenible. Solo así se conservará y transmitirá a los descendientes las inconmensurables riquezas que brinda la naturaleza. Es preciso modificar las actuales pautas insostenibles de producción y consumo en interés del bienestar futuro.
- **Responsabilidad común.** La responsabilidad de la gestión del desarrollo económico y social en el mundo, lo mismo que en lo que hace a las amenazas que pesan sobre la paz y la seguridad internacional, debe ser compartida por las naciones del mundo y ejercerse multilateralmente. Por ser la organización más universal y representativa, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) debe desempeñar un papel central en ese respecto. Son comprometidos por lograr la igualdad entre sexos.

Dentro de los anteriores valores, en este estudio se resalta como indicadores la tolerancia —sobre todo a la identidad de género y a la migración—, la solidaridad de los panameños como ciudadanos frente a los más necesitados y el respeto a la naturaleza, que puede ser cuestionada ante el valor económico que pueda generar actividades como la destrucción de las cuencas hidrográficas.

La identidad como sentido de pertenencia

La identidad es una construcción social que nos diferencia de los demás. Para Castell, las identidades se construyen a partir de la articulación de diferentes materiales que brinda el contexto social en que se vive y uno de sus fines primordiales es darle sentido a lo que hacemos. Por eso no se puede entender la identidad sin comprender el contexto social en donde surge y se desarrolla el individuo. Identidad como valor y sentido de pertenencia están estrechamente articulados; la identidad es la fuente y la organizadora del sentido y además es “la fuente de la experiencia de la gente”. En otras palabras, la identidad se alimenta de lo que hacemos, de los valores referenciados a partir de los consensos de la sociedad y de las prácticas socializadas.

Aquí subyace una dinámica social y es que para la existencia de un sentido de pertenencia en un grupo social ya sea en sus sentidos micro o macro, en este caso la nación, han de existir dos elementos intrínsecos y relacionados: identificación y sentido de compromiso. A partir de estos dos constructos, el sentido de pertenencia asume un rol dentro de la conciencia colectiva, como indica Durkheim, que trasciende al individuo.

Brea (2014), citando a Levine, Moreland y Ryan (1998), indica que en la identificación y sentido de compromiso subyacen profundos sentidos psicológicos. El primero es una acentuación en la dependencia de los miembros de una determinada sociedad con el grupo, en tanto que el sentido de compromiso se refiere a los sentimientos de vinculación de los individuos con ese grupo, permitiendo la cohesión social.

En el caso particular de la nación, la identificación inicia a partir de los valores que se introducen con la familia y seguido por el sistema escolar que a partir de la enseñanza y transmisión de ritos y conmemoraciones como las fiestas nacionales, las celebraciones patrias, la historia, héroes nacionales y fechas históricas todo se articula en función de construir un referente simbólico colectivo nacional que contribuya a fortalecer la integración nacional (Romero 2018, p.113). Es la unión de sujetos que no se conocen, pero comparten un pasado y una idea de futuro, por medio de un proceso de identificación mutua, donde sus componentes imaginarios y afectivos comunes serían su territorio, cultura, etnia y Estado. En tanto, ese sentido de compromiso parte de las relaciones contractuales entre los miembros (ciudadanos) de una nación.

Feres (2007, p. 25) señala cómo el sentido de pertenencia dependerá de dos procesos sociales definidos a partir de la relación inclusión - exclusión de esta forma: en la medida en que los actores se sientan parte de la sociedad, será mucho más probable que participen en los asuntos públicos y en las políticas de inclusión y cohesión social. En cambio, en una sociedad en la que el sentido de pertenencia sea débil, lo más plausible es que los actores respondan con el individualismo, la falta de confianza en las instituciones y la carencia de solidaridad, todo lo cual puede conducir a problemas de legitimación que amenacen la cohesión social. Para este autor, existen indicadores (confianza, participación ciudadana, expectativas de futuro y movilidad social, integración y afiliación social) para medir el sentido de pertenencia teniendo en cuenta

que ella es fundamental para que se desarrollen procesos de cooperación social, que las sociedades puedan resistir las tendencias a la fragmentación y afianzar la inclusión y cohesión social.

2. Materiales y métodos

Una primera aproximación al objeto de estudio implicó una revisión y análisis de fuentes documentales que permitió la construcción de un estado del arte, cuyos resultados coadyuvaron a contextualizar y orientar el estudio.

La investigación se posicionó en los enfoques mixtos de investigación, en particular, en los diseños exploratorios secuenciales derivativos (Creswell, 2009), en los que el proceso de investigación combinó una primera fase de análisis e interpretación de datos cualitativos, con datos cuantitativos, obtenidos sobre la base de los resultados cualitativos. La interpretación final fue producto de la integración y comparación de los resultados de ambas fases.

De acuerdo con el diseño metodológico, en la fase exploratoria cualitativa se aplicaron grupos focales como medio para generar entendimiento profundo de las experiencias y creencias de los participantes (Mello, 2000 p.7).

Para la fase cuantitativa, se partió de los resultados del material discursivo obtenido de los grupos focales para elaborar un instrumento *Ad hoc*. La población de estudio estuvo integrada por los *Millennials* panameños, de 18 a 30 años, residentes en áreas urbanas de los distritos de Panamá, San Miguelito, Colón, Arraiján, La Chorrera, Penonomé, David, Santiago y Pinogana. El marco muestral se construyó a partir de las estimaciones realizadas con base en el XI Censo de Población y VII de Vivienda (2010). Se empleó un muestreo aleatorio estratificado por afijación proporcional, con un nivel de confianza del 95% y error de estimación de 5%.

3. Resultados y discusión

Se presenta los datos estadísticos descriptivos de los principales hallazgos encontrados sobre la variable identidad como principio y valor general y como sentido de pertenencia. Para el análisis de los resultados de ambas variables se realizaron tres bloques de respuestas: las de tendencia negativa, que componen las respuestas «Totalmente en desacuerdo» y «En desacuerdo»; las neutrales, representadas por «Ni de acuerdo ni en desacuerdo»; y las positivas, que engloban las etiquetas «De acuerdo» y «Totalmente de acuerdo».

La Tabla 1 reúne los porcentajes válidos asociados a la variable Identidad como principio y valor general

Tabla 1.

Identidad como principio y valor general

Identidad como principio y valor general	Tendencia
------------------------------------------	-----------

	Negativa (Totalmente en desacuerdo/ En desacuerdo)		Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)		Positiva (De acuerdo/ Totalmente de acuerdo)	
	F	%	F	%	F	%
Promedio general	57,9	15,1	52,2	13,6	273,9	71,3
Tolerancia						
Para ser un “buen ciudadano” es necesario creer en Dios	80	20,8	63	16,4	241	62,8
Se debería aprobar el derecho al matrimonio igualitario	214	55,7	93	24,2	77	20,1
Se debería legalizar el uso de la marihuana medicinal	217	56,5	95	24,8	72	18,7
Hombres y mujeres tienen el mismo derecho a trabajar fuera de casa	13	3,4	6	1,6	365	95,0
Panamá debe ser un país hospitalario para la población migrante	51	13,3	79	20,5	254	66,2
La pena de muerte se debe implementar en Panamá	126	32,8	75	19,5	183	47,7
Se le debe dar mayor preferencia a las personas con discapacidad sobre otras	18	4,7	28	7,3	338	88,0
Promedio	102,7	26,7	62,7	16,3	218,6	57,0
Solidaridad						
Estaría dispuesto a organizar campañas de donación de alimentos después de una catástrofe nacional.	6	1,6	15	3,9	363	94,5
Estaría dispuesto a participar en asociaciones protectoras de animales.	21	5,5	30	7,8	333	86,7
Defendería a un desconocido en el caso de una agresión a su vida.	29	7,6	76	19,8	279	72,6
Estaría dispuesto a pagar más impuestos para sufragar a los más necesitados.	94	24,5	116	30,2	174	45,3
Brindaría parte de su tiempo y/o dinero como voluntario(a) en organizaciones benéficas.	35	9,1	62	16,2	287	74,7
Estaría dispuesto a trabajar como voluntario/a o donar a albergues que no se relacionen con sus intereses personales.	34	8,8	54	14,1	296	77,1
Aceptaría ser donador de sangre u órganos a desconocidos.	102	26,6	65	16,9	217	56,5
Promedio	45,9	12,0	59,7	15,5	278,4	72,5
Respeto a la naturaleza						
Participaría con su tiempo en el saneamiento de una playa o río.	25	6,5	25	6,5	334	87,0
Apoyaría protestas en contra de las compañías que vierten químicos en la naturaleza.	33	8,6	39	10,2	312	81,2
Dejaría a un lado alguna actividad (como el fumar, consumir alcohol, conducir un auto propio) para proteger el ambiente.	34	8,9	58	15,1	292	76,0
Estaría dispuesto a participar en alguna actividad con fines de cuidar el ambiente.	8	2,1	15	3,9	361	94,0
Promedio	25	6,5	34,2	8,9	324,8	84,6

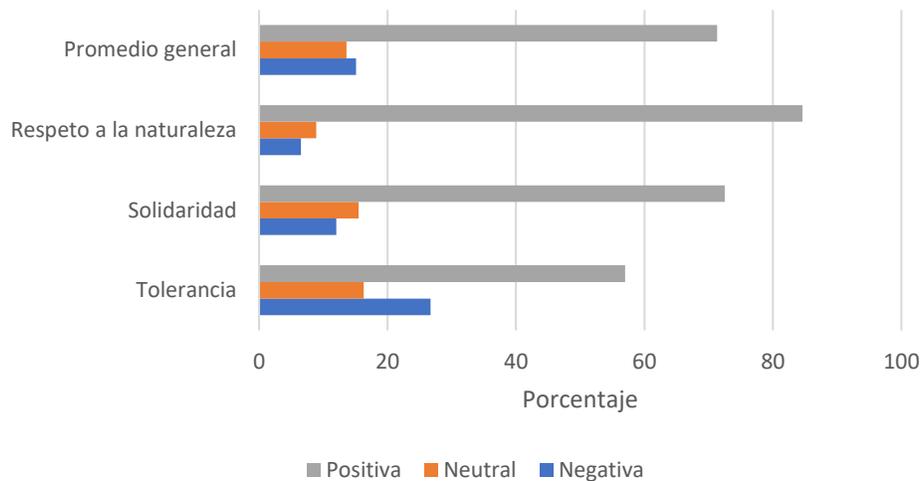
Nota: Muestra (n)=384 casos de estudio.

Fuente: Encuesta «Millennials de Panamá: sentido de pertenencia e identidad nacional en una sociedad globalizada». Instituto de Estudios Nacionales, Universidad de Panamá, 2023.

Al hacer el análisis general se encontró que el 57,0% expresó respuestas positivas hacia las preguntas referentes a la dimensión «tolerancia», mientras que el 26,7% manifestó una tendencia negativa y el 16,3% tuvo una postura neutral al no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo. En relación con la dimensión «solidaridad» el 72,5% exteriorizó respuestas positivas, mientras que el 15,5% señaló no estar de acuerdo ni en desacuerdo, dejando un 12,0% que manifestó respuestas negativas. En referencia a la dimensión «respeto a la naturaleza», el 84,6% de las respuestas fueron positivas, apenas

el 8,9% señaló no estar de acuerdo ni en desacuerdo, y el 6,5% marcó respuestas negativas. El promedio general de respuestas positivas hacia la variable identidad como principio y valor general fue de 71,3% (ver Gráfica 2).

Gráfica 2.
 Tendencia general de respuesta, según dimensiones de la variable identidad como principio y valor general



Fuente: Tabla 1. *Vid. Supra.*

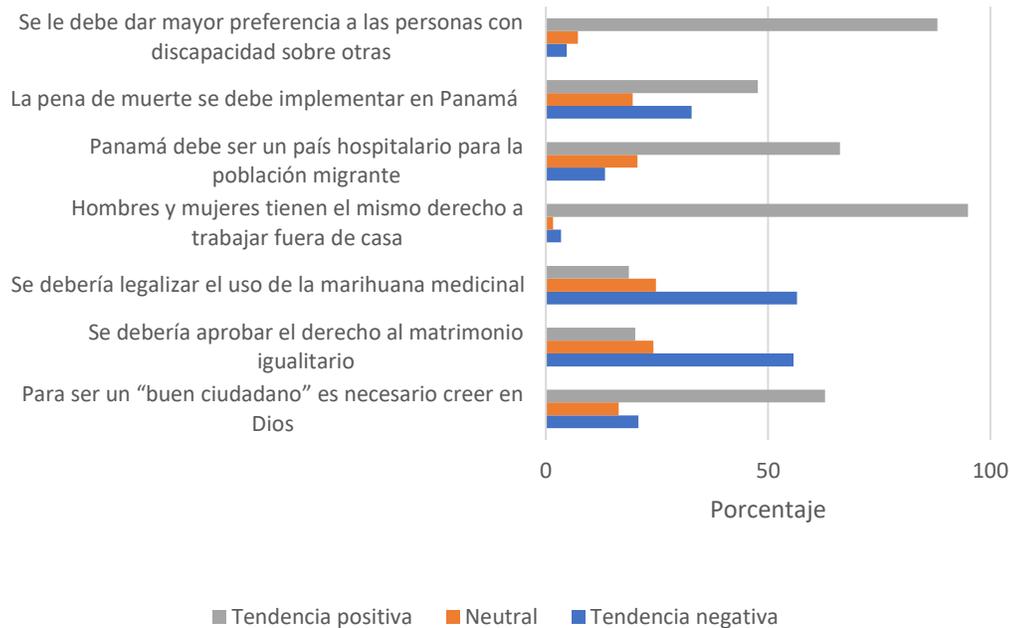
Al desglosar las respuestas que declararon los *Millennials* panameños para cada una de las dimensiones, se observó una elevada proporción de respuestas positivas hacia la tolerancia. Sin embargo, cuando se preguntó a los *Millennials* sobre la aprobación del matrimonio igualitario y la legalización de la marihuana (medicinal), fue revelador que la mayor parte de los *Millennials* respondieran negativamente (55,7% y 56,5%, respectivamente).

Ciertamente, la tendencia negativa no fue sorpresa. Los panameños se oponen mayoritariamente. La Encuesta de Propósitos Múltiples (EPM) de 2022, realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), muestra invariablemente que el 77,0% no está de acuerdo que se legalice la unión del mismo sexo y el 88,0% señaló estar en desacuerdo por el uso del *cannabis* (marihuana). Adicionalmente, el 1 de marzo de (2023), el Pleno de la Corte Suprema de Justicia de Panamá rechazó reconocer el matrimonio igualitario, al considerar que no es un derecho humano reconocido por la Constitución panameña.

Las preguntas que tuvieron más peso positivo fueron las referidas a los temas de igualdad de género en el ámbito laboral (95,0%); al buen trato a las personas con discapacidad (88,1%) y a la población migrante (66,2%); lo concerniente a la fe como condición para ser un buen ciudadano (62,8%); y la pena de muerte en Panamá

(47,7%). La Gráfica 3 muestra los porcentajes de respuesta asociados al valor tolerancia.

Gráfica 3.
 Tendencia general de respuesta, según dimensión «tolerancia»



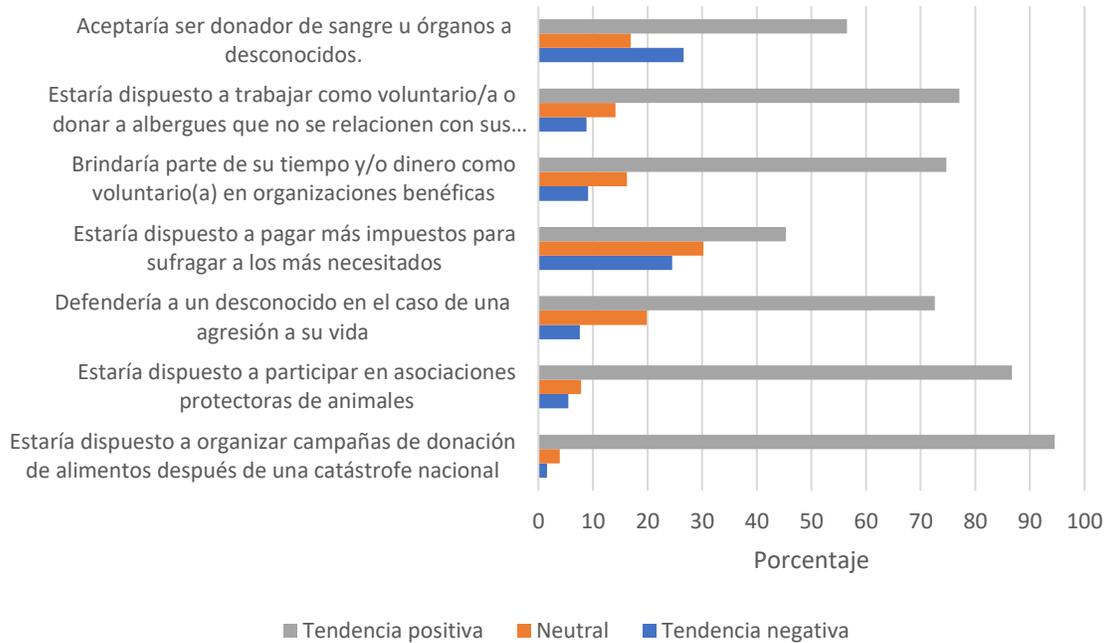
Fuente: Tabla 1. *Vid. Supra.*

En cuanto a la dimensión solidaridad, la mayor proporción de respuestas positivas se concentró en temas como participar en campañas de donación de alimentos, en asociaciones protectoras de animales, o como voluntario en organizaciones benéficas, evidenciando que esta generación es poseedora de una sensibilidad moral (Rest, 1986) hacia el «otro» y un alto grado de solidaridad.

Cabe señalar que la pregunta «¿estaría dispuesto a pagar más impuestos para sufragar a los más necesitados?», registró apenas un 45,3% de respuestas positivas, contra un 24,5% de respuestas negativas y el 30,2% ni de acuerdo ni en desacuerdo (ver Gráfica 4). Se puede colegir que los niveles de desconfianza hacia la administración pública, las evidencias sobre actos de corrupción, y el cuestionamiento a la calidad de los servicios públicos, traen como consecuencia la pérdida de legitimidad y, con ello, el descontento social y una poca disposición a no pagar más impuestos.

Gráfica 4.

Tendencia general de respuesta, según dimensión «solidaridad»

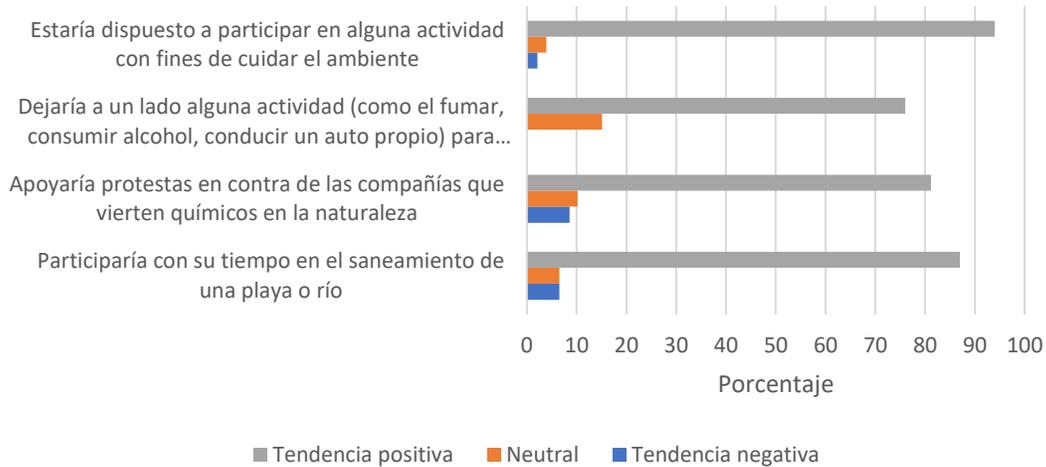


Fuente: Tabla 1. *Vid. Supra.*

Los *Millennials* panameños han crecido en un mundo en el que el cambio climático, la contaminación y la pérdida de biodiversidad son problemas cada vez más visibles y urgentes. Como resultado, muchos de ellos se han convertido en defensores del ambiente, buscando activamente maneras de reducir su huella ecológica y promover prácticas sostenibles. En ese sentido, todas las preguntas de esta dimensión marcaron tendencias positivas superior al 75,0% (ver Gráfica 5).

Gráfica 5.

Tendencia general de respuesta, según dimensión «respeto a la naturaleza»



Fuente: Tabla 1. *Vid. Supra.*

En la Tabla 2 se muestra las dimensiones valorativas de la identidad como sentido de pertenencia, a saber: valores nacionales, familia y tradición, ciudadanía y justicia social.

Tabla 2.
 Identidad como sentido de pertenencia

Identidad como sentido de pertenencia	Tendencia					
	Negativa (Totalmente en desacuerdo/ En desacuerdo)		Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)		Positiva (De acuerdo/ Totalmente de acuerdo)	
	F	%	F	%	F	%
Promedio general	106,2	27,7	47,6	12,4	230,2	59,9
Valores nacionales						
Estaría dispuesto a defender al país ante una agresión extranjera	35	9,1	49	12,8	300	78,1
Siente admiración por los héroes nacionales	44	11,5	47	12,2	293	76,3
Considera necesario iniciar los actos deportivos con el himno nacional	16	4,2	28	7,3	340	88,5
Colgaría en algún momento la bandera nacional en su residencia o redes sociales	28	7,3	20	5,2	336	87,5
Promedio	30,8	8,0	36	9,4	317,2	82,6
Familia y tradición						
Considera que su familia influyó en su creencia religiosa y sus costumbres.	75	19,5	25	6,5	284	74,0
Las fiestas de fin de año se deben pasar junto a la familia	12	3,1	22	5,7	350	91,2
Los problemas son mejor superarlos en familia	24	6,3	52	13,5	308	80,2
Prefiere la comida nacional a las de otro tipo	18	4,7	75	19,5	291	75,8
Considera a la música nacional de cualquier género como igual o superior a las extranjeras	89	23,2	139	36,2	156	40,6
Se identifica con su cultura: vestido, costumbres y tradiciones.	38	9,9	51	13,3	295	76,8
Promedio	42,7	11,1	60,7	15,8	280,7	73,1

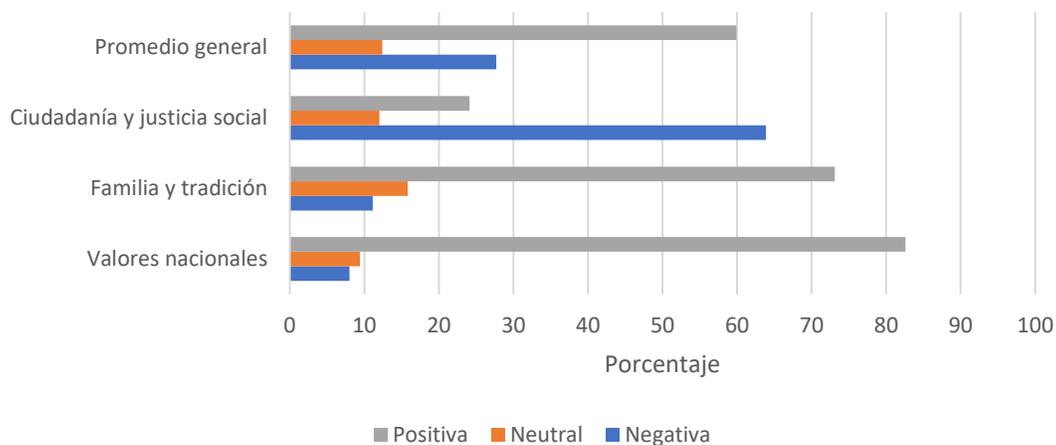
Ciudadanía y justicia social						
Se identifica con algún partido o con otro tipo de asociaciones: ONG, sindicatos, etc.	304	79,2	41	10,7	39	10,1
Votaría en las próximas elecciones para presidente y otros cargos de elección popular.	80	20,8	38	9,9	266	69,3
El Estado ofrece un sistema de salud de calidad para sus ciudadanos(as).	291	75,8	45	11,7	48	12,5
El Estado brinda una educación pública de calidad.	269	70,0	66	17,2	49	12,8
El Estado promueve actividades que apoyan la generación de empleo.	268	69,8	68	17,7	48	12,5
Participaría de alguna asamblea comunitaria que garantice el uso adecuado de fondos públicos.	68	17,7	46	12,0	270	70,3
En Panamá la justicia es igual para todos/as.	304	79,2	34	8,9	46	11,9
En Panamá hay una justa distribución de la riqueza.	322	83,8	34	8,9	28	7,3
En Panamá hay igualdad de oportunidades para todos	301	78,4	43	11,2	40	10,4
Promedio	245,2	63,9	46,1	12,0	92,7	24,1

Nota: Muestra (n)=384 casos de estudio.

Fuente: Encuesta «*Millennials* de Panamá: sentido de pertenencia e identidad nacional en una sociedad globalizada». Instituto de Estudios Nacionales, Universidad de Panamá, 2023.

Los resultados indican que tanto las dimensiones «valores nacionales» como «familia y tradición», sobresalen en percepciones positivas, contrario a la dimensión «ciudadanía y justicia social». El 84,6% expresó respuestas positivas hacia los valores nacionales y el 73,1% mostró una tendencia positiva a la dimensión familia y tradición; sin embargo, apenas el 24,1% respondió positivamente a la dimensión ciudadanía y justicia social. El promedio general de respuestas positivas para la variable identidad como sentido de pertenencia fue de 59,9% (ver Gráfica 6).

Gráfica 6.
 Tendencia general de respuesta, según dimensiones de la variable identidad como sentido de pertenencia

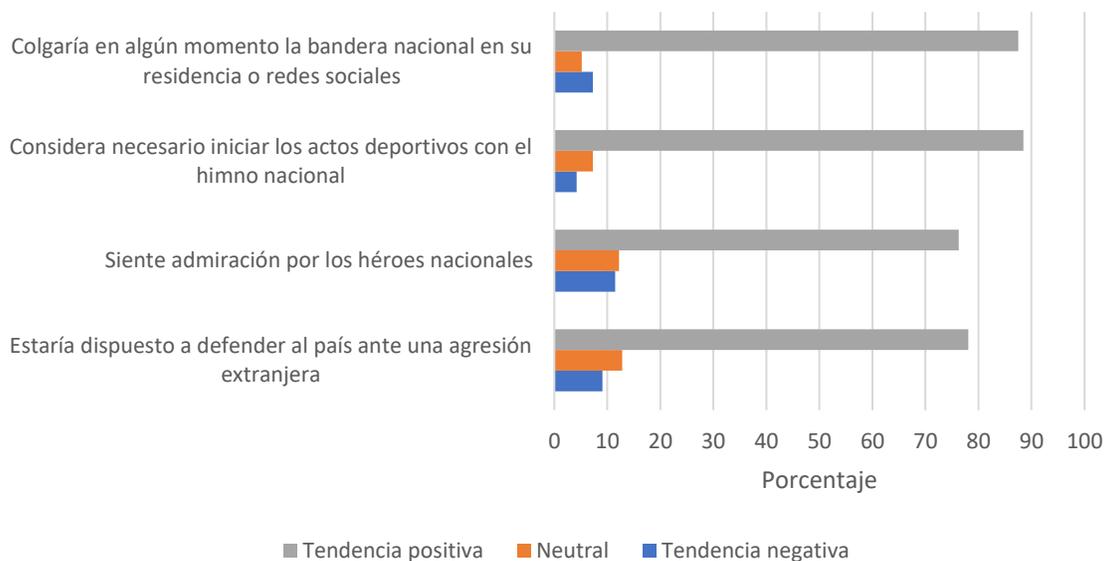


Fuente: Tabla 2. *Vid. Supra.*

Si bien el apego a lo que encarna la nación es algo impalpable, este se manifiesta o se concreta con relación a los símbolos patrios, el territorio, el pasado en común, las tradiciones, las instituciones, etcétera (Salazar Sotelo, 2012 p.6). En ese sentido, las valoraciones dadas a esta categoría muestran una tendencia positiva.

Por un lado, los *Millennials* se identificaron con el hecho de ser y sentirse parte de un país al que están dispuestos a defender ante una agresión extranjera y señalaron sentir admiración por los héroes nacionales. Por otro lado, evidenciaron tener presente los ritos identitarios (Quezada O., 2009) como «formas sociales y simbólicas garantes de la tradición y de la perennidad de las instituciones» (Lardellier, 2015 p.18). A la luz de los datos, el 88,5% valoró positivamente que todo acto deportivo debería iniciar con el canto del himno nacional; mientras el 87,5% señaló que colgaría en algún momento la bandera nacional en su residencia o redes sociales (ver Gráfica 7).

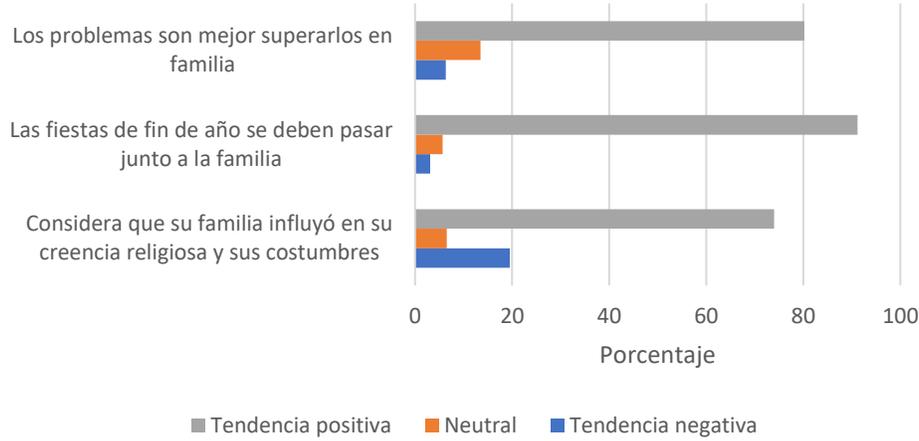
Gráfica 7.
 Tendencia general de respuesta, según dimensión «valores nacionales»



Fuente: Tabla 2. *Vid. Supra.*

Los *Millennials* valoran la familia, uno de los espacios fundamentales de cohesión social donde se produce la transmisión de valores, emociones, afectos, pensamientos, creencias, actitudes, usos, costumbres, tradiciones (Ruiz, 2004). Los datos que muestra la Gráfica 8 indican que el 73,9% considera que la familia no solo influye en sus creencias y costumbres, sino que las fiestas (91,2%) al igual que los problemas (80,2%) se deben pasar en familia.

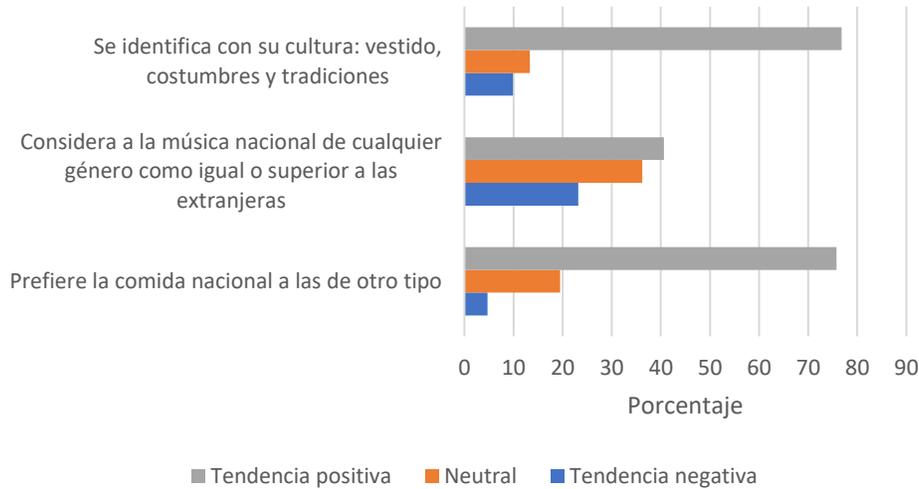
Gráfica 8.
 Tendencia general de respuesta, según dimensión «familia»



Fuente: Tabla 2. *Vid. Supra.*

Con el fin de apuntalar con más elementos, se les cuestionó sobre su identificación con la cultura (ver Gráfica 9). Resulta interesante destacar que tres cuartas partes de los *Millennials* manifestaron sentirse identificados con su gastronomía, vestido, costumbres, tradiciones. Contrariamente, solo el 40,6 por ciento valoró la música nacional como igual o superior a la extranjera.

Gráfica 9.
 Tendencia general de respuesta, según dimensión «tradición»



Fuente: Tabla 2. *Vid. Supra.*

En cuanto a la participación en organizaciones que representan demandas sociales y políticas, las cifras revelaron un reducido interés. Según declararon los *Millennials*, el 79,1% no se identificó con ningún partido o con otro tipo de asociaciones (sindicatos, Organizaciones No Gubernamentales y otras formas asociativas), apenas 10,2% señaló identificarse con alguno. Estos datos no apuntan, necesariamente, a una desafección política, sino que indican una clara diferenciación en la forma de relacionarse con la política. En ese sentido, «algunos autores argumentan que esta situación se explica como consecuencia de una desafección hacia la política institucional y, en cambio, prefieran utilizar otras formas y mecanismos de participación política» (Norris, 2003, como se citó en Parés, 2014). En línea con lo sugerido, Reguillo (2003) señala que «han pasado de organizaciones con estructuras sólidas y formales a través de partidos políticos, organizaciones estudiantiles e incluso sindicatos, a formas de organización más horizontales, espontáneas e informales» (p.2). Están «menos involucrados con los partidos políticos y, en cambio, más orientados a expresarse y participar por otras vías» (Zuasnabar y Fynn, 2017, p.35). Sin embargo, la falta de identificación política no reduce las ansias de expresión de los *Millennials* panameños, pues ha sido evidente su participación en espacios informales, como lo son las calles y las plataformas digitales.

Siguiendo con el tema del interés en la participación política, se les consultó si votarían en las próximas elecciones (de 2024) para presidente y otros cargos de elección popular. La participación electoral, como una de las formas de participación política, es el principal insumo para el funcionamiento de los sistemas democráticos. En Panamá, el nivel de participación electoral de la población entre los 18 a 30 años, durante las últimas tres elecciones, estuvo por encima del 65,0 % —en las de 2009 fue de 67,9 %, las de 2014 de 70,7% y la de 2019 fue de 68,7%—.

Los datos de la encuesta corroboran la tendencia observada en los últimos años, en el sentido de que más de la mitad de los *Millennials* (69,3%) señalaron que votarían en las próximas elecciones, el 20,8% señaló que no votaría, lo que se traduce en un abstencionismo que puede tener una pluralidad de motivaciones (Vilajosana, 1999) y el restante 9,9% señaló estar indeciso. Como plantea Valdez Cepeda (2013), los llamados indecisos se tratan de personas que más allá de aún no haber tomado una decisión, apelan a la secrecía del voto —característico de todo sistema democrático— por lo que manifiestan que «todavía no han decidido» o que “pueden cambiar su decisión” sobre la orientación de su voto (p. 44).

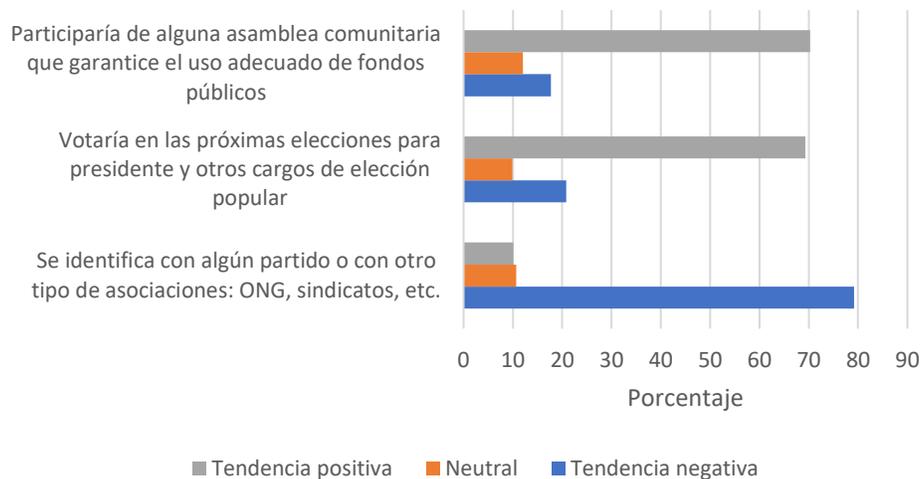
Como señala Reguillo (2003):

El asunto es complejo, porque, de una parte, el destino de las sociedades latinoamericanas reposa hoy principalmente en un electorado joven y, de otra

parte, es constatable la ausencia de proyectos y el desdibujamiento de las opciones de futuro por la vía de la democracia electoral cuyo efecto es el de un desencanto generalizado. Esto abre una enorme brecha entre las instituciones y los actores sociales, brecha que se convierte en territorio propicio para: i) El desentendimiento de los asuntos de interés colectivo, cuya resolución pasa por el ejercicio de decisión política vinculada al voto. ii) El aumento de las opciones pragmáticas en detrimento del voto razonado, que se agudiza por la labor de los medios de comunicación y el triunfo más o menos generalizado de la llamada «mercadotecnia política». iii) Y, quizás lo más preocupante, la emergencia en el espacio público de fuerzas que tienden a llenar el vacío dejado por la política: el narcotráfico, el crimen organizado, las religiones a la carta, entre otras, que trastocan la concepción del espacio público (p.8).

La encuesta también reveló que los *Millennials* panameños mostraron interés en participar en acciones de carácter cívico-política (Capello et al., 2021). En ese sentido, el 70,3% de los encuestados señalaron que participarían en asambleas comunitarias para garantizar el uso adecuado de fondos públicos (ver Gráfica 10). Esto demuestra que «esta generación es más independiente políticamente, pero tiene tendencias hacia ciertos puntos: la honestidad y la rendición de cuentas son algo incuestionable que si no existe puede implicar una falta total de diálogo, es decir, hay temas que no están sujetos a la negociación, pues son las bases para poder construir» (Gutiérrez-Rubí, 2015 p.166).

Gráfica 10.
 Tendencia general de respuesta, según participación electoral y acciones cívico-política



Fuente: Tabla 2. *Vid. Supra.*

Esta falta de identificación política parece tener relación con la escasa confianza que los *Millennials* panameños tienen de las instituciones del Estado. Al respecto, Pérez Castro (s/f) señala que «al tratarse de entes públicos deben responder a las demandas sociales, recíprocamente, la sociedad confiará en las instituciones al reconocer (legitimar) su relación con el ámbito político». La confianza política «incluye percibir que estas instituciones están actuando, teniendo en cuenta los valores democráticos tales como la justicia, tolerancia, honradez, transparencia y eficacia» (Palazuelos, 2012, como se citó en Pérez Castro, s/f).

Para los entrevistados, el sistema de salud y de educación pública se encontraron severamente cuestionados. La Gráfica 11 muestra patrones de respuesta muy parecidos apuntalando, en su mayoría, calificaciones negativas sobre la calidad de ambos.

Hubo una tendencia negativa por parte del 69,8% de los entrevistados con que el Estado promueva actividades que apoyen la generación de empleo, en contraste con solo el 12,5% que coincide con ello. Finalmente, un elevado porcentaje de los *Millennials* respondieron negativamente a los enunciados que señalan que en Panamá la justicia es igual para todos (79,1%); hay una justa distribución de la riqueza (83,8%); y hay igualdad de oportunidades (78,4%).

Gráfica 11.
 Percepción de lo que brinda el Estado en materia de salud, educación, empleo, justicia, distribución de las riquezas e igualdad de oportunidades



Fuente: Tabla 2. *Vid. Supra.*

Conclusiones

- La valoración de los *Millennials* panameños sobre la identidad como principio y valor general fue positiva (71,3%). Se destaca que las actitudes de tolerancia se manifestaron de forma más explícita sobre los temas de igualdad de género, discapacidad y la fe como principio para ser un buen ciudadano. Sin embargo, se evidenció poca tolerancia sobre la aprobación del matrimonio igualitario y legalización de la marihuana (medicinal), lo que demuestra que aún prevalece una posición conservadora que puede estar determinada por el peso de los valores religiosos. Otro fenómeno observado fue la manifestación de solidaridad de esta generación, que no ha perdido la capacidad de identificarse con causas sociales y de protección a animales; aunque no tanto si ello supone pagar más impuestos. Sobre el respeto a la naturaleza, demostraron estar altamente comprometidos y dispuestos a participar en actividades con fines de cuidar el ambiente. Esta posición fue reforzada en los acontecimientos que en el año 2023 condujeron a las marchas y protestas públicas contra la minería, protagonizadas, en su mayoría, por jóvenes *Millennials* de todo el país. Esta «mayor disposición a movilizarse a favor de diversos temas constituye una llamada de atención sobre la necesidad de ampliar los espacios de participación con miras a una mayor inclusión en la operación y los procesos de la democracia representativa» (CEPAL, 2015 p.211).
- En cuanto a la identidad como sentido de pertenencia, su valoración fue positiva (59,9%). Las dimensiones «valores nacionales» y «familia y tradición», sobresalieron en percepciones positivas; lo cual sugiere que estas dos instituciones —escuela y familia— no solo son formativas y se relacionan entre sí, sino mantienen activo el sentido de pertenencia de esta generación. Contrariamente, la dimensión «ciudadanía y justicia social» tuvo una valoración negativa (63,9%) donde la política aparece al margen de la vida cotidiana de la mayor parte de los *Millennials* panameños y se pone de manifiesto la elevada desconfianza hacia las instituciones políticas y una limitada percepción de igualdad de oportunidades.
- Estos hallazgos significativos de los *Millennials* panameños se constituyen en un corpus de conocimiento que ponen de manifiesto la necesidad de una inclusión social efectiva, donde se combine el reconocimiento de los derechos humanos y la apropiación y pleno ejercicio de tales derechos.

Agradecimiento

A la Universidad de Panamá: nuestra gratitud al señor rector, Dr. Eduardo Flores Castro y al Dr. Aristides Isaac Gómez, director del Instituto de Estudios Nacionales, por el apoyo al desarrollo del proyecto de investigación “Los *Millennials* de Panamá: sentido de pertenencia e identidad nacional en una sociedad globalizada”. A la Secretaría Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación: nuestro agradecimiento a Dunia Miranda por su acompañamiento, así como a todo el equipo de I+D, especialmente a la Ing. Milagros Mainieri.

Financiamiento

Investigación financiada por la Secretaría Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SENACYT), en el marco de la convocatoria I+D FID18-104.

Bibilografía

- Aguilar López, J. (2008). Identificación partidaria: apuntes teóricos para su estudio. *Polis*, 4(2), 15-46.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S187023332008000200002&lng=es&tlng=es.
- Altarejos, F., & Rodríguez Sedano, A. (2018). Identidad, coexistencia y familia. *Estudios Sobre Educación*, 6, 105-118. <https://doi.org/10.15581/004.6.25607>
- Aponte García, G. (2003). Paisaje e identidad cultural. *Tabula Rasa*, 153-164. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39600107>
- Area Moreira, M., Borrás Machado, J. F. & San Nicolás Santos, B. (2015). Educar a la generación de los *Millennials* como ciudadanos cultos del ciberespacio. Apuntes para la alfabetización digital. *Revista de Estudios de Juventud*, 109, 13-32. <https://www.injuve.es/observatorio/demografia-e-informacion-general/revista-de-estudios-de-juventud-109-juventud-global-identidades-y-escenarios-de-actuacion-en-clave-cosmopolita>
- Arequipa, et al. (2018). *Encuesta de Valores sociales y políticos de los jóvenes universitarios Millennials de la UCB-La Paz*. Universidad Católica Boliviana San Pablo, Unidad Académica Regional La Paz. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/bolivien/15497.pdf>
- Arias, C. S., & Arias, C. D. (2021). ¿Los *Millennials* tienen actitudes y habilidades para la socialización? *Revista E-IDEA Journal of Business Sciences*, 3(9), 25-35. <https://doi.org/10.53734/eidea.vol3.id74>
- Arias Sandoval, L. (2009). La identidad nacional en tiempos de globalización. *Revista Electrónica@ Educare*, XIII (2), 7-16. <https://www.redalyc.org/pdf/1941/194114401002.pdf>
- Bastos, S. (2007). La construcción de la identidad maya en Guatemala: Historia e implicaciones de un proceso político. *Desacatos*, ciudad de México, 24, 197-214. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13902410>
- Bauman, Z. (2005). *Identidad*. Ciudad autónoma de Buenos Aires: Losada.
- Begazo Villanueva, J. D. & Fernández Baca, W. (2015). Los *Millennials* peruanos: Características y proyecciones de vida. *Gestión en el Tercer Milenio*, 18(36), 9-15. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas>

- Benítez-Larghi et al. (2013). Habilitaciones y ubicuidades. Repensando la sociabilidad juvenil en los nuevos medios digitales. Un estudio comparativo a partir del Programa Conectar Igualdad. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/112709>
- Bernete García, F. et al. (2007). Comunicación y lenguajes juveniles a través de las TIC. Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid. <https://www.injuve.es/sites/default/files/comunicacion%20y%20lenguajes%20juveniles%20TIC.pdf>
- Bourdieu, Pierre (2002). La “juventud” no es más que una palabra. *En Sociología y Cultura*, 163-173. <https://periferiaactiva.files.wordpress.com/2016/03/bourdieu-la-juventud-no-es-mc3a1s-que-una-palabra.pdf>
- Brito Román, J. C. (2019). La problemática de la formación de la identidad nacional en la enseñanza de la historia: El caso afroecuatoriano. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 22(2). <https://doi.org/10.6018/reifop.22.2.370111>
- Brito Lemus, R. (1998). Hacia una sociología de la juventud: algunos elementos para la deconstrucción de un nuevo paradigma de la juventud. *Última Década*, 9. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19500909>
- Caballero, M. & Baigorri, A. (2013). ¿Es operativo el concepto de generación? *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, (56),1-45. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495950252001>
- Cabrera-Paz, J. (2009). Profesores analógicos, estudiantes digitales: Una tensión cultural para la gestión pública de las Tics en Educación. *Proceedings of the 3rd Acorn- Redecom Conference*. <https://dokumen.tips/download/link/profesores-analogicos-estudiantes-digitales-una-tension-cultural-para-la-gestion-publica-de-las-tic-en-educacion-jose-cabrera-paz-2009.html>
- Calvo Buezas, T. (2022). Cambio de valores en México, Latinoamérica y España. Opinión de los escolares en 1993 y en 2019. *Contribuciones desde Coatepec*, (36), 5-26. <https://revistacoatepec.uaemex.mx/article/view/18270>
- Cappello, H. M., Lara Guerrero, J. F. & Flores Rivera, L. E. (2021). Nueva aproximación sobre la representación de la identidad nacional y su problemática en México. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades SOCOTAM*, 31(1), 7-30. <https://sociotam.uat.edu.mx/index.php/SOCOTAM/issue/view/29>
- Cappello, H. M. (2018). Reconsideraciones sobre la representación de la identidad nacional. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades*, 28(2), 1-29. <https://www.redalyc.org/journal/654/65458498007/html/>
- Cappello, H. M., De Pedro Robles, A. E., & López Sánchez, J. M. (2007). El efecto de la globalización en la identidad nacional. Un análisis regional. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCOTAM*, XVII (1), 67-92. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65417104>

- Cea D’Ancona, M. (2005). La senda tortuosa de la “calidad” de la encuesta. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* (Reis), 111, 75-103. <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1380996.pdf>
- Centro Internacional de Estudios Políticos y Sociales-Panamá (2021): 2da Encuesta CIEPS de ciudadanía y derechos. https://cieps.org.pa/wp-content/uploads/2022/03/informe_encuestaCIEPS2021.pdf
- Centro Internacional de Estudios Políticos y Sociales-Panamá (2023): III Encuesta de ciudadanía y derechos. https://cieps.org.pa/wp-content/uploads/2023/04/informe_ECD_CIEPS_2023.pdf
- Cepal (2007). Cohesión Social. Inclusión y sentido de pertenencia en América Latina y el Caribe. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/15c3f203-d4af-40a0-aa7d-faf84b93cc4e/content>
- Cepeda 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. <https://doi.org/10.24197/trp.31.2018.244-262>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2015). Juventud: realidades y retos para un desarrollo con igualdad. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/12c9d979-7f2c-4ad4-ba61-e4834289794b/content>
- Creswell, J. y Plano Clark, V. (2011) *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. California: Sage, 2da edición.
- Cuesta, E. M., Ibáñez, M. E., Tagliabue, R., & Zangaro, M. (2009). La nueva generación y el trabajo. *Barbarói*, 31, 126-138. <https://online.unisc.br/seer/index.php/barbaroi/article/view/479>
- De Beauvoir, S. (1999). *El segundo sexo*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- De Beauvoir, S. (1999). *El segundo sexo*. Buenos Aires: Siglo XXI. https://www.solidaridadobrero.org/ateneo_nacho/libros/Simone%20de%20Beauvoir%20-%20El%20segundo%20sexo.pdf
- Delgado, A. & López Facal, R. (2021). Sobre educación e identidad nacional. *Campo Abierto*, 40(3), 277-291. https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/12653/1/0213-9529_40_3_277.pdf
- Dion, M. L., & Díez, J. (2017). Democratic Values, Religiosity, and Support for Same-Sex Marriage in Latin America. *Latin American Politics and Society*, 59(4), 75–98. <https://doi.org/10.1111/laps.12034>
- Durkheim, E. (1985). *Las reglas del método sociológico*. Ediciones. Madrid: Akal. https://acms.es/wp-content/uploads/2018/11/durkheim_emile_-_las_reglas_del_metodo_sociologico_0.pdf
- García Canclini, N. (1995) *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. <https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/garcia-canclini-n-1995-consumidores-y-ciudadanos.pdf>
- García Viña, J. (2019). La situación del empleo de los jóvenes y una propuesta de políticas públicas para afrontar el desempleo juvenil. *Revista*

- Latinoamericana de Derecho Social*, 1(30), 65–94.
<https://doi.org/10.22201/ijj.24487899e.2020.30.14072>
- Garro-Gil, N. (2017). Relación, razón relacional y reflexividad: tres conceptos fundamentales de la sociología relacional. *Revista mexicana de sociología*, 79(3), 633-660.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032017000300633&lng=es&tlng=es.
 - Giménez, G. (2005). Territorio e identidad. Breve introducción a la geografía cultural. *Trayectorias*, VII (17), 8-24.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60722197004>
 - Gonzales-Miranda, D. et al. (2017). Los *Millennials* en Colombia. Una aproximación a su perfil y caracterización organizacional. Universidad EAFIT.
https://www.researchgate.net/publication/323355312_Los_Millennials_en_Colombia_Una_aproximacion_a_su_perfil_y_caracterizacion_organizacional
 - Gutiérrez-Rubí, A. (2018). *Millennials en Uruguay: valores, actitudes y comportamientos*. Universidad EAFIT.
https://www.fundaciontelefonica.uy/wpcontent/uploads/2018/12/MILLENNIALS_EN_URUGUAY-min.pdf
 - Gutiérrez Vidrio, S. (2011). Representaciones sociales y construcción de la ciudadanía en jóvenes universitarios. *Sinéctica*, (36), 1-18.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-109X2011000100005&lng=es&tlng=es.
 - Hopenhayn, M. & Sojo, A. comp. (2011). Sentido de pertenencia de sociedades fragmentadas. América Latina desde una perspectiva global. Grupo Editorial Siglo XX.
<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/3a448652-3223-452c-a3d1-705c3741b1e0/content>
 - Hobsbawm, E. J. (1994). Identidad. *Revista Internacional de Filosofía Política* (3), 5-17.
<http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:filopoli-1994-3-47805E41-BBF2-4D8F-D9B7-7AFE6F430F37&dsID=identidad.pdf>
 - Howe N, Strauss W (2000) *Millennials Rising: The Next Great Generation*. Vintage Books. Nueva York, EEUU. 432 pp.
 - Instituto Mexicano de la Juventud & Instituto de Investigaciones Jurídicas (2012). *Encuesta Nacional de Valores en Juventud 2012*. Coordinadora editorial: Elvia Lucía Flores Ávalos.
<https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/id/3221>
 - Instituto Nacional de Estadística y Censo (2023). Comentarios de la Encuesta de Mercado Laboral, Agosto 2023.
<https://www.inec.gob.pa/archivos/P0760723620231213154047Comentario.pdf>
 - Islas, O. (2008). La sociedad de la ubicuidad, los prosumidores y un modelo de comunicación para comprender la complejidad de las comunicaciones digitales. *Razón y Palabra*, (65), 68-77.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520724016>

- Jaime-Salas, J. & Esquivel Cleves, K. (2020). Psicopolítica Juvenil en América Latina: Sobre la Invención Gubernamental de los *Millenials*. *Revista Estudios Psicosociales Latinoamericanos*, 2, 98-119. <https://journalusco.edu.co/index.php/repl/article/view/2326>
- Jiménez Becerra, A. (2004). El estado del arte en la investigación en las ciencias sociales. En L.E. Vásquez Salamanca (Coord.), *La práctica investigativa en ciencias sociales* (1ª ed., 27-42). Universidad Pedagógica Nacional. https://books.google.com.pa/books?id=skJqIFA2wIMC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Lago Martínez, Silvia. (2014). Los jóvenes, las tecnologías y la escuela. *Revista Integra Educativa*, 7(3), 5-20. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1997-40432014000300001&lng=es&tlng=es.
- Lamas, M. (2006). Género: algunas precisiones conceptuales y teóricas. <https://redmujeresjusticia.org.ar/wpcontent/uploads/2019/03/Ge%CC%81nero-algunas-precisiones-conceptuales-y-teo%CC%81ricas-Lamas.pdf>
- Lardellier, P. (2015). ¿Ritualidad versus modernidad...? Ritos, identidad cultural y globalización ¿Rituality versus Modernity...? Rites, Cultural Identity and Globalization. *Revista MAD*, 33, 18-28. <http://www.revistamad.uchile.cl/>
- Leccardi, C., & Feixa, C. (2011). El concepto de generación en las teorías sobre la juventud. *Última Década*, (34), 11-32. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19518452004>
- Lemus, M. (2017). Jóvenes frente al mundo: Las tecnologías digitales como soporte de la vida cotidiana. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 15(1), 161-172. <https://doi.org/10.11600/1692715x.1510902022016>
- Linne, J. (2014). Usos comunes de Facebook en adolescentes de distintos sectores sociales en la Ciudad de Buenos Aires. *Comunicar*, 22 (43), pp. 189-197. <https://www.redalyc.org/pdf/158/15831058021.pdf>
- Longa, F. (2017). ¿Existen las generaciones políticas? Reflexiones en torno a una controversia conceptual. *Íconos-Revista de Ciencias Sociales*, (58), 205-224. <https://doi.org/10.17141/iconos.58.2017.2051>
- Llamas Salguero F, Pagador Otero I. (2014). Estudio sobre las redes sociales y su implicación en la adolescencia. *Enseñanza & Teaching*. <http://revistas.usal.es/index.php/0212-5374/article/view/et20143214357/12546#.W9IIoHH1baE.mendeley>
- Mac Gregor, J. A. (2005). Identidad y Globalización. *Patrimonio Cultural y Turismo - Cuadernos*, (II), 109-117. https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/cuaderno11_3_4.php
- Margulis, M. & Urresti, M. (2004). La juventud es más que una palabra. En M. Margulis (Ed.), *La juventud es más que una palabra: ensayos sobre cultura y juventud* (3ª ed., 13-30). Biblos. https://books.google.com.pa/books?id=cDr3LbGvBjYC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

- Margulis, M. (2001). Juventud: Una aproximación conceptual. En S. Donas-Burak (comp.) *Adolescencia y Juventud en América Latina*, 41-56. <https://www.binasss.sa.cr/adolescencia/Adolescenciayjuventud.pdf>
- Miñana Blasco, C. (2008). Música y fiesta en la construcción del territorio Nasa (Colombia). *Revista colombiana de antropología*, 44(1), 123-155. <https://doi.org/10.22380/2539472X.1056>
- Molano, O. (2006). La identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial. *Territorios con identidad cultural*, 1-25. https://www.academia.edu/30075039/La_identidad_cultural_uno_de_los_detonantes_del_desarrollo_territorial
- Muriel, D. (2014). Expertos en construcción de identidades a través del patrimonio cultural. Lo nuestro en los casos vasco y catalán. *Revista Internacional de los Estudios Vascos*, 59(1), 146-180. https://www.researchgate.net/publication/264082419_Expertos_en_construccion_de_identidades_a_traves_del_patrimonio_cultural_Lo_nuestro_en_los_casos_vasco_y_catalan_Experts_on_Identity_Construction_through_Cultural_Heritage_What_belongs_to_us_in_the_Ba
- Nogue, J. (2007). Paisaje, identidad y globalización. *Fabrikart*, 136-145. <https://ojs.ehu.es/index.php/Fabrikart/article/view/2227#:~:text=https%3A//ojs.ehu.es/index.php/Fabrikart/article/view/2227>
- Novella, R., Repetto, A., Robino, C. & Rucci, G. (2018). *Millennials en América Latina y el Caribe: ¿trabajar o estudiar?* Washington: Banco Interamericano de Desarrollo y el Instituto de Pesquisa Económica Aplicada - IPEA-. <http://dx.doi.org/10.18235/0001410>
- Nunes dos Santos, C. (2007). Somos lo que comemos. Identidad cultural, hábitos alimenticios y turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16(2), 234-242. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713889006>
- OCDE (2016). *Perspectivas de la OCDE en Ciencia, Tecnología e Innovación en América Latina 2016*. <https://www.oecdilibrary.org/docserver/9789264303546es.pdf?expires=1710901693&id=id&accname=guest&checksum=9DA8BEB32E4797999CE5191D9B39F0E2>
- Ochoa Ruiz, N. (2019). La dignidad humana como fundamento de la identidad europea: la labor del Tribunal Europeo de Derechos Humanos en la delimitación de la noción de dignidad humana. *Cuadernos Europeos De Deusto*, (02), 203-224. <https://doi.org/10.18543/ced-02-2019pp203-224>
- Orellana, C. I. (2005). Reflexiones sobre la cultura juvenil contemporánea. *ECA: Estudios centroamericanos*, 685-686, 1123-1144. <https://revistas.uca.edu.sv/index.php/eca/article/view/5119/5090>
- Organismo Internacional de Juventud (2017). *Millennials ¿Una categoría útil para identificar a las juventudes iberoamericanas?* <https://oij.org/wp-content/uploads/2017/08/Sobre-la-categori%CC%81a-Millennials-Versi%C3%B3n-web.pdf>
- Paladines Paredes, L. V. & Luzuriaga Vásquez, M. A. (2019). Estudio sobre consumo de información de la generación *Millennials* en universidades de Loja, Ecuador. *Obra digital: revista de comunicación*, 17, 93-108.

- <https://raco.cat/index.php/ObraDigital/article/view/363819#:~:text=https%3A%2F%2Fraco.cat%2Findex.php%2FObraDigital%2Farticle%2Fview%2F363819>
 Parés, M. (2014). La participación política de los jóvenes ante el cambio de época: estado de la cuestión. *Revista Metamorfosis: Revista del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud*, 0, 65-85.
- <https://dialnet.unirioja.es/revista/25641/A/2014>
 Peña, I., & Peña, I. (2012). Aproximación Teórica a la identidad cultural. *Ciencias Holguín*, 1-13.
- <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181524363004>
 Pérez Castro, L. E. (s/f). La construcción de la confianza en las instituciones políticas a partir de su desempeño. La perspectiva de los jóvenes en Monterrey, México. *Comisión Estatal Electoral Nuevo León*, 221-242.
- https://portalanterior.ieepcnl.mx/educacion/documentos/CEP19/TS2_Certamen%20de%20Ensayo%20Pol%C3%ADtico%20XIX.pdf
 Pérez-Rodríguez, I. L. (2012). Identidad nacional y sentidos de los jóvenes sobre su nación. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 10 (2), 871-882. <https://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/alianza-cindeumz/20140410055657/art.IrmaLeticiaPerez.pdf>
- <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8574231>
 Pérez-Toro, J. & Parra, D. (2022). Celebrar la identidad: enseñanza de la historia y conmemoraciones en Educación Primaria. *Revista Complutense de Educación*, 33, 511-520.
- <https://idus.us.es/handle/11441/18299>
 Peris, A. (2010). Internet e identidad nacional: Estado, dominios y comunidades virtuales. *Revista Científica de Información y Comunicación*, (7), 221-253.
- <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/04/28/millennials-overtake-baby-boomers-as-americas-largest-generation/>
 Pew Research Center. (2020). Millennials outnumbered Boomers in 2019 | Pew Research Center [Pew Research Center]. Pew Research Center - U.S. Politics & Policy.
- <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-09/undp-brlac-Digital-ES.pdf>
 PNUD y Banco Mundial (2022). Acceso y uso de internet en América Latina y el Caribe. Resultados de las encuestas telefónicas de alta frecuencia de ALC 2021.
- <https://dx.doi.org/10.1108/10748120110424816>
 Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27015065009>
 Quezada O., M. (2009). Las ceremonias cívicas escolares como ritos identitarios. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, XXXIX (1-2), 193-233.
- <https://www.undp.org/es/panama/publicaciones/indh-2019-renovando-las-instituciones-para-el-desarrollo-humano-sostenible>
 PNUD (2019): Informe nacional de desarrollo humano Panamá 2019. Renovando las instituciones para el desarrollo humano sostenible.
- <https://www.undp.org/es/panama/publicaciones/indh-2019-renovando-las-instituciones-para-el-desarrollo-humano-sostenible>
 Raffestin, C. (2011). Por una geografía del poder. Michoacán: el Colegio de Michoacán.

- http://www.ixaya.cucsh.udg.mx/sites/default/files/Por_una_geografia_del_pod_er_0.pdf
- Ragnedda, M. (2020). Enhancing Digital Equity: Connecting the Digital Underclass. Springer Nature. <https://zlibrary.to/dl/enhancing-digital-equity-connecting-the-digital-underclass>
 - Reguillo Cruz, R. (2012). Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a YouTube y viceversa. *Comunicación y Sociedad*, (18), 135-171. <https://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n18/n18a7.pdf>
 - Reguillo Cruz, R. (2003). Ciudadanías juveniles en América Latina. *Última Década*, (19), 1-20. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19501901>
 - Reguillo Cruz, R. (2000). Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto. *Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación*. https://www.academia.edu/9028253/Rossana_Reguillo_EMERGENCIA_DE_CULTURAS_JUVENILES_estrategias_del_desencanto
 - Rest, J.R. (1986). Moral development: Advances in research and theory. University of Minnesota Press.
 - Rodríguez, Á. A. (2021). Identidad Nacional en la generación posmillennials peruana. *Horizontes. Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, 373-381. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v5i18.180>
 - Rodríguez, A. & Betancor Rodríguez, V. & Mateo, E. (2014). Identidad nacional y prejuicio. ¿Está el nacionalismo asociado a la xenofobia? / National identity and prejudice: Is nationalism associated with xenophobia?. *Estudios de Psicología: Studies in Psychology*. 34. 37-47. https://www.researchgate.net/publication/261678124_Identidad_nacional_y_prejuicio_Esta_el_nacionalismo_asociado_a_la_xenofobia_National_identity_and_prejudice_Is_nationalism_associated_with_xenophobia
 - Rodríguez-Burgos, K. & Martínez, A. & Rodríguez-Serpa, F. (2017). Estudio empírico sobre los valores democráticos de tolerancia y respeto en la generación milenaria. *Justicia*, 22(31), 135-150. <http://dx.doi.org/10.17081/just.22.31.2603>
 - Rodríguez-Magallón, M. & Gallardo-Herrera, C. (2022). La generación *Millennials* y los cambios tecnológicos. *Revista Colón Ciencias, Tecnología y Negocios*, 9(1), 1-13. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/215/2152932004/>
 - Rodríguez et al. (2018). *Millennials*: Percepciones sobre el Estado y la democracia. Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral. <https://www.coordinadoradelamujer.org.bo/protagonistas/archivos/investigaciones/Millennials.pdf>
 - Ruiz Cartagena, J.J. (2017): “*Millennials* y redes sociales: estrategias para una comunicación de marca efectiva”. *Miguel Hernández Communication Journal*, 8, 347-367. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6120205>
 - S Hall, P. D. (2003). Cuestiones de identidad cultural. Buenos Aires: Amorrortu. <https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/hall-s-du-gay-p-1996-cuestiones-de-identidad-cultural.pdf>

- Salabarría Roig, M. (2006). Los valores en la cultura política. III Conferencia Internacional “La Obra de Carlos Marx y los Desafíos del Siglo XXI”. https://www.nodo50.org/cubasigloXXI/congreso06/conf3_salabarría.pdf
- Salazar Sotelo, J. (2012). La identidad nacional en los jóvenes frente a las transformaciones de la sociedad globalizada. *Universidad Autónoma de Zacatecas Francisco García Salinas*.
- Salgado, C. M. (2016). Los *Millennials* su forma de vida y el *streaming*. *Gestión y estrategia*, (50), 121- 137. <http://zaloamati.azc.uam.mx/handle/11191/4932>
- Sanders, J. (2007). Pertenecer a la gran familia granadina. Lucha partidista y construcción de la identidad indígena y política en el Cauca, Colombia, 1849-1890. *Revista de Estudios Sociales*, 26, 28-45. [https://revistas.uniandes.edu.co/index.php/res/article/view/5453#:~:text=26\)%2C%2028%E2%80%93,https%3A//doi.org/10.7440/res26.2007.02,-M%C3%A1s%20formatos%20de](https://revistas.uniandes.edu.co/index.php/res/article/view/5453#:~:text=26)%2C%2028%E2%80%93,https%3A//doi.org/10.7440/res26.2007.02,-M%C3%A1s%20formatos%20de)
- Santacruz, M.L. & Carranza, M. (2009). “Encuesta Nacional de Juventud”: Análisis de resultados: Instituto Universitario de Opinión Pública (IUDOP). <https://uca.edu.sv/iudop/wp-content/uploads/LIBROINFORMEJUVENTUDIUDOP09-1.pdf>
- Sartori, G. (1998). *Homo Videns*. La sociedad teledirigida. <https://www.redmovimientos.mx/2016/wp-content/uploads/2016/10/Homo-Videns.pdf>
- Sen, A. (2006). *La ilusión del destino*, traducción de Servanda María de Hagen y Verónica Inés Weinstabl. Buenos Aires: Título original: *Identity and Violence: The Illusion of Destiny*, New York: Norton & Company. https://micrositios.senado.gob.mx/BMO/files/3_identidad_violenciao_distribucion.pdf
- Serrano-Puche, J. (2016). Internet y emociones: Nuevas tendencias en un campo de investigación emergente. *Comunicar*, 24(46), 19-26. <https://doi.org/10.3916/C46-2016-02>
- Sojo, A. (2009). Identidades y sentido de pertenencia y sus tensiones contemporáneas para la cohesión social: ¿del derrotero a las raíces, y/o de las raíces al derrotero? en América Latina. CEPAL - *Serie Políticas sociales* No, 155. <https://hdl.handle.net/11362/6160>
- Strauss, W. & Howe, N. (1992). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*. Harper Collins.
- Sunkel, G. (2008). Sentido de pertenencia en la juventud latinoamericana: identidades que se van y expectativas que se proyectan. *Revista Pensamiento Iberoamericano*, (3), 183-202. <https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2014/07/PensamientoIbero3.pdf>
- Thompson, J. (1998). *Comunicación y Contexto Social*. Los media y la modernidad, 25-68. Barcelona: Paidós. <https://comunicacionymediosunsj.files.wordpress.com/2016/04/thompson-b-john-los-media-y-la-modernidad-una-teorizada-de-los-medios-de-comunicacion-libro.pdf>

- Torres-Díaz, J. C. & Infante-Moro, A. (2011). Desigualdad digital en la universidad: Usos de Internet en Ecuador. *Comunicar*, 19(37), 81-88. <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=15820024010#:~:text=3478.%20Recuperado%20de%3A-https%3A/www.redalyc.org/articulo.oa%3Fid%3D15820024010,-Formato%20APA7>
- Urcola, M. (2021). La Identidad en los Tiempos de la Globalización. *Cátedra Paralela*, (3), 110. <https://catedraparalela.unr.edu.ar/index.php/revista/article/view/159#:~:text=DOI%3A-,https%3A//doi.org/10.35305/cp.vi3.159,-Palabras%20clave%3A>
- Urresti, M. (2008). Ciberculturas juveniles. Los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet. *La Crujía*, 11, 297-300. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7387796&orden=0&info=link>
- Valarezo, G. R. (2019). Territorio, identidad e interculturalidad. Quito: CONGOPE: ediciones Abya-Yala. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/57944.pdf>
- Valderrama, L. B. (2013). Jóvenes, Ciudadanía y Tecnologías de Información y Comunicación. El movimiento estudiantil chileno. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 11(1), 123-135. <http://revistalatinamericanaumanizales.cinde.org.co>
- Valdez Zepeda, A. (2013). El mito de los indecisos y otros cuentos. *Mas Poder Local*, 17, 42-45. <https://www.maspoderlocal.com/index.php/mp/issue/view/38>
- Valero, J. A. (2021). La religiosidad en los universitarios: Descenso o cambio de hábitos. <https://dehesa.unex.es:8443/handle/10662/13648v>
- Valles, M. (2000). Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional. https://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/valles_miguel_s_tecnicas_cualitativas_de_investigacion_social_reflexion_metodologica_y_practica_profesional.pdf
- Vidrio Barón, S.B., Rebolledo Mendoza, A. R. & Barajas Figueroa, M.A. (2020). Compromiso político de los jóvenes *Millennials*. *Espacios Públicos*, 23 (58), 67-88. <https://espaciospublicos.uaemex.mx/article/view/19932>
- Viejo, C., Gómez, M., & Ortega, R. (2019). Construyendo la Identidad Europea: una Mirada a las Actitudes Juveniles y al Papel de la Educación. *Psicología Educativa. Revista de los Psicólogos de la Educación*, 25(1), 49-58. <https://doi.org/10.5093/psed2018a19>
- Vilajosana, J. M. (1999). La justificación de la abstención. *Revista de Estudios Políticos (Nueva Época)*, 104, 165-180. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/27556.pdf>
- Villanueva, J. D. B., & Baca, W. F. (2015). Los *Millennials* peruanos: características y proyecciones de vida. *Gestión en el Tercer Milenio*, 18(36), 36. <https://doi.org/10.15381/gtm.v18i36.11699>
- Villarreal, K. (2016). Construcción de la identidad racial: una mirada desde la familia negra cartagenera. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, (27), 19-31.

<https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=322243845002#:~:text=053X.%20Recuperado%20de%3A-.https%3A//www.redalyc.org/articulo.oa%3Fid%3D322243845002,-Formato%20APA7>

- Wade, P. (2008). Trabajando la cultura: Sobre la construcción de la identidad negra en Aguablanca, Cali. *CS*, 2, 13-50. https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/revista_cs/article/view/410#:~:text=%2C%2013%2D49.-,https%3A//doi.org/10.18046/rece.i2.410,-M%C3%A1s%20formatos%20de
- Zuasnabar, I. & Fynn, I. (2017). ¿Qué sienten los jóvenes latinoamericanos sobre la política? *Diálogo Político*, 1, 28-39. https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=9e100de7-8815-51ba-e6ca-13a468f9958b&groupId=287914