

## DOSSIER

# El impacto de las nuevas tecnologías digitales en la cultura comunicativa de los jóvenes universitarios

## *Una visión panameña*

### Resumen

Panamá es un país con 4 millones de habitantes y con un promedio de 2.5 teléfonos celulares por habitantes. Tiene 700 mil usuarios de Facebook y 181,000 de twitter. Una investigación de campo realizada por la Universidad Católica Santa María la Antigua, en el 2011, entre estudiantes universitarios de todo el país, buscó conocer el grado de importancia que los jóvenes dan a los celulares, así como el predominio de las comunidades creadas a través de las redes sociales en sus relaciones interpersonales. El trabajo reveló que los estudiantes universitarios tienen nuevos códigos y una lógica comunicacional muy propia, que les facilita crear comunidades virtuales con fines de socialización, y sentido pragmático para atender sus necesidades de aprendizaje e inclusión social.

**Palabras clave:** Internet, redes sociales, socioafectivos, teléfonos celulares, comunicación, estudiantes universitarios.

### The Impact of New Digital Technologies on the Communicative Culture of University Students

*A Panamanian vision*

#### Abstract

Panama is a country with 4 million people, with an average of 2.5 mobile phones per inhabitant. It has 700,000 Facebook users and 181,000 Twitter users. A field research conducted by "Universidad Católica Santa María la Antigua", in 2011, among university

Mag. Flor Ortega  
Decana de la Facultad de Ciencias Sociales  
Universidad Católica Santa María la Antigua (Panamá)

students across the country, sought to know the degree of importance that young people give to mobile phones, as well as the predominance of the communities created through social networks in their interpersonal relationships. The research revealed that university students have new codes and a very own communication logic, that makes it easy for them to create virtual communities for the purpose of socialization, and pragmatic sense to meet their learning needs and social inclusion,

**Key words** Internet, social networks, socio-affective, mobile phones, communication, university students.

## Introducción

Con una población de casi 4 millones de habitantes, Panamá cuenta con 86 universidades e institutos superiores en todo el país, 36 de ellos son privados, según información de la Contraloría General de la República. Las estadísticas oficiales revelan que el 27.8% de los hogares tiene computadora, el 72% de esos hogares con computadora tiene conexión a internet; aproximadamente 700,000 panameños son usuarios de *Facebook* y 181,000 de *twitter*. Además, presenta el interesante fenómeno de tener 7,281,074 millones de abonados a la telefonía digital.

Internet, las redes sociales y los teléfonos celulares y digitales son nuevas tecnologías de comunicación, mediante las cuales los jóvenes universitarios han modificado sus estilos de relacionarse. La profesora Mónica Eliana García Gil, citando a Daniel Pécaut dice que “si bien se considera a las redes sociales virtuales como un espacio organizado al margen del Estado, de la institucionalidad, donde se toma como punto de partida la aceptación de un principio de “semejanza” entre todos los miembros que las conforman y donde se busca por medio de un proceso argumentativo darle validez general a los razonamientos expresados por cada uno de los que a él pertenecen y con el reconocimiento de un “mundo común”, en cuyo seno se construyen las particularidades de grupos con diferentes tipos de identidad (Pécaut, 2001), se puede afirmar, entonces,

que el espacio público es el lugar y el tema del “vivir juntos”, que no niega las particularidades, sino que las trasciende al asumir un mundo en común”.<sup>1</sup>

Para aproximarnos a esta realidad, en el año 2010, y bajo el auspicio del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales y la Red Informática de la Iglesia en América Latina (RIIAL), y la coordinación de CEDAL, unas diez universidades católicas del continente americano iniciamos una investigación de campo, en cada país, que nos permitiera conocer la incidencia de la cultura digital en la región, específicamente entre nuestros jóvenes. La empresa partió de la hipótesis de que las nuevas herramientas tecnológicas están influyendo en la forma cómo nuestros jóvenes se comunican; también tienen una gran incidencia en la afectividad e interacción, así como la frecuencia con que se comunican y cómo se comunican.

De acuerdo con las estadísticas oficiales del año 2010, en Panamá, la matrícula universitaria se estimó en 263,318 estudiantes en todo el país, mientras que la matrícula de las tres universidades del estudio estaba por el orden de los 17,003 estudiantes. De allí que la investigación se fundamentó en una muestra de 1051 jóvenes estudiantes, pertenecientes a las universidades públicas y privadas participantes. Las universidades públicas que trabajaron en conjunto con la Universidad Católica Santa María la Antigua, fueron: la Universidad de Panamá y la Universidad Tecnológica de Panamá, universidades muy reconocidas y de gran tradición.

El estudio busca caracterizar el impacto de las nuevas tecnologías de la información en los jóvenes universitarios de la república de Panamá, así como el nuevo sistema de alfabetización impuesto por las nuevas herramientas de comunicación a su alcance. Aporta valor reflexivo la afirmación del sociólogo español Manuel Castells: “La sociedad red es muy diversa, y los medios de difusión y de comunicación no han podido, todavía, incorporar a todos”<sup>2</sup>

<sup>1</sup> García Gil, Mónica Eliana. “Jóvenes en la red, ¿hacia un espacio público? Universidad Santo Tomás. Facultad de Comunicación Social para la Paz. Ponencia en el XIV Encuentro de FELAFACS, Lima, Perú. Octubre 2012.

<sup>2</sup> Castells, Manuel (ed). “La sociedad red: una visión global”. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal.

Para cubrir el universo geográfico, se trabajó con un método combinado: cuantitativo y cualitativo; con un diseño transversal, que “examina varios grupos de personas en un solo punto de tiempo. Este método sirve para examinar diferencias por edad, más que cambios con la edad, como se hace con el método longitudinal. Este es un método más económico, que el longitudinal, ya que las pruebas se realizan durante un tiempo limitado”. (Neil J. Salkind, 1999).

La investigación mixta es un paradigma reciente e implica combinar los enfoques cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio. El enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en la misma investigación, población de cada universidad objeto del estudio, es un factor que contribuye a enriquecer la investigación, por cuanto explora cómo influyen las nuevas respondiendo distintas preguntas del planteamiento del problema (Hernández, Fernández y Baptista, 2006).

Según los especialistas, el enfoque mixto logra una perspectiva más precisa, integral y holística del fenómeno, permite clarificar mejor el problema de investigación; las diversas fuentes y tipo de datos nos permiten mayor riqueza interpretativa y profundidad en los resultados, y los fenómenos complejos de las conductas y relaciones dinámicas se exploran mejor desde esta doble perspectiva.

El modelo metodológico escogido se cumplió en dos etapas. Se inició con la aplicación de la encuesta, y luego los *focus group*, de forma independiente. Se validaron datos cuantitativos a través de una encuesta a una muestra representativa de estudiantes universitarios en Panamá y luego de analizar los resultados, los factores y elementos esenciales se sometieron a sesiones de grupos de enfoque (Mertens, 2005). Esta técnica-focus group- tiene por objetivo captar la forma de pensar, sentir y vivir de los estudiantes que conformen los grupos. Así se obtuvo información cualitativa sobre los objetivos del estudio (Álvarez-Gayou, 2005).

Se aplicó una encuesta de treinta (30) preguntas sobre una muestra de 1051 estudiantes de las tres universidades involucradas en el estudio, y se realizaron dos grupos focales, con la participación de 20 estudiantes de las diferentes universidades.

El trabajo de investigación permitiría conocer el nivel de importancia que los estudiantes universitarios de la muestra le otorgan a cada herramienta, los tipos de acceso y usos dados a internet; el tipo de relaciones socio afectivas que se producen en las redes, frecuencia de uso y número de contactos que mantienen en las redes sociales; y el consumo y uso de los teléfonos celulares. Sobre esta última herramienta tecnológica, Leda Romero Velasco / Marta Alvarenga, dicen que “Si la telefonía móvil y los mensajes de texto fuesen los únicos agentes de cambio, las culturas mundiales estarían experimentando un cambio fundamental en sus normas, relaciones y poder social. Sin embargo, los dispositivos electrónicos móviles son sólo una pequeña parte de la infraestructura de las multitudes inteligentes”. (Rheingold, 2004).<sup>3</sup>

Para el año 2011, cuando el trabajo de campo de esta investigación se realizó, en Panamá, cada usuario tenía, en promedio, 2.5 unidades de celulares. Según el organismo público responsable de las telecomunicaciones, la Autoridad de los Servicios Públicos, en el 2012 hubo un total de 7,281,074 millones de abonados al servicio de telefonía digital; 199.88 personas con celulares por cada 100 habitantes, la cobertura a la población del país alcanza el 204,7 %. En la actualidad, el servicio lo prestan cuatro operadoras: *Cable & Wireless*, *Movistar*, *Digicel*, *Claro*.

Otro hecho destacable es la capacidad asociativa y de formar comunidades que tienen los jóvenes usuarios de las redes. Este fenómeno que se sustenta en los orígenes de la comunicación, es comentado por Mónica Eliana García Gil, cuando dice que:

“Las redes sociales virtuales abren hoy nuevas y todavía innumerables posibilidades para el actuar político, social y cultural de grupos, colectivos, movimientos sociales y activistas, que con gran velocidad se trasladan de la esfera pública (espacio para lo público) tradicional a este

---

<sup>3</sup> “TeenTexting Queens: Describiendo el fenómeno de la mensajería de texto entre adolescentes”. Ponencia en el XIV Encuentro de FELAFACS, Lima, Perú, octubre 2012. Escuela de Comunicación Mónica Herrera, El Salvador.

“otro” espacio virtual que ya se escucha nombrar como “espacio público ampliado”, “espacio público digital”, escenario de “*cibermovilizaciones*” y del “ciberactivismo”, así como el nicho de las “comunidades digitales”.<sup>4</sup>

## Los resultados

La encuesta aplicada a 1045 estudiantes, distribuidos entre las instituciones de las Universidades participantes, a lo largo de todo el país, aportó información inédita y valiosa sobre los aspectos que cubre el instrumento. Adicionalmente, los *focus group* realizados permitieron profundizar y ampliar información ya revelada en la encuesta, pero que fue aportada de forma directa, cara a cara con estudiantes. La combinación de estudiantes de universidades públicas y privadas, por sexo y condición socioeconómica, según la disponibilidad, acceso y uso de tecnologías por los jóvenes universitarios, desde su realidad social y económica propia, en sus diversos escenarios, fue una variable de gran valor para la investigación.

La distribución de la muestra se realizó acorde con el comportamiento de la población, según el último Censo Nacional de Población del año 2010. En tal sentido, la investigación confirmó el predominio de estudiantes del sexo femenino con relación a los varones en nuestras universidades. El instrumento de recolección de información fue aplicado a 58.9% mujeres y 40.8%, hombres, del total de la muestra. Un 97.3% de los estudiantes encuestados se ubican entre los 18 a 29 años, mientras que el 1.3 entre los 30-39 años, y el resto, en otras edades menores a los 50 años.

## Uso del internet

En cuanto al uso del internet, la encuesta buscaba conocer el uso que le daban a este recurso de comunicación. A este respecto, el 93.8% dijo que para realizar tareas universitarias, el 74.3% de los estudiantes admitió

---

<sup>4</sup> García Gil, Mónica Eliana. *Ibidem*

que lo tenían como entretenimiento, el 72% para chatear, en tanto que un 62.3% dijo que para interactuar en las redes sociales. Este resultado coincide con la información que aportó el *focus group*, ya que tanto estudiantes de las universidades públicas como privadas dijeron cosas como: “Me permite mantenerme en contacto con personas que no veo a diario”, o puedo tener comunicación con personas lejanas; permite comunicarnos más rápidamente”.

Buscando explorar y conocer cómo manejan nuestros jóvenes estudiantes su capacidad afectiva, mediada por la tecnología, en la encuesta se preguntó sobre el nivel socioafectivo a través de las redes sociales. A este respecto, el 37% dijo que las relaciones en esas plataformas son fáciles de mantener; y un 30.4% dijo que son afectivas, y solo un 17% dijo que son superficiales. Como se observa, los jóvenes asumen de forma pragmática la interacción que sostienen en las redes sociales. Este resultado cuantitativo se confirma en las opiniones aportadas en los *focus group*, en los que se recogieron expresiones tales como: “*Es algo muy personal lo que cada quien pone en la red social*”; “*depende de las necesidades de las personas; tengo 2 ó 3 amigos discapacitados y se comunican por Facebook, han desarrollado una relación de afecto y amistad*”. Otro estudiante dijo: “*Si creas un hábito de comunicarte todos los días, creas lazos de amistad*”.

“Ahora bien, bajo las condiciones del ciberespacio, dice la profesora Mónica Eliana García Gil, el concepto de comunidad cambia en la medida en que se asiste a una nueva forma de “estar en común” demarcada por el acceso a los medios y espacios digitales, en donde se da paso a una “comunidad electrónica”, comunidad imaginaria, no basada en intercambios concretos o materiales, conformada por los miembros de una sociedad que participan de los productos informativos, comunicativos y de entretenimiento que proveen los medios electrónicos y digitales. Es así que hoy se escucha hablar de un “espacio público virtual”, como aquel “lugar simbólico en el que distintos puntos de vista y diferentes tipos de acción podrán inscribirse en un mismo mundo”(Thompson,1998 p.173)”.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> García Gil, Mónica Eliana. *Ibidem*

## Relación interpersonal y afectividad

Sobre la relación afectiva que surge entre los jóvenes en las redes sociales, siendo esta una de los usos mayores, la profesora María Teresa Quiróz dice: “La vida social de los jóvenes y los procesos de socialización en los cuales están inmersos tiene una relación siempre estrecha con los medios masivos y con aquellos medios más personalizados de comunicación. Tanto las actividades del más diverso tipo que realizan como la propia subjetividad están “enredadas” con sistemas tecnológicos, como lo señala Stanley Aronowitz, quien considera que el concepto de “mediación” resulta insuficiente para entender el papel de las tecnologías”.<sup>6</sup>

La fase cuantitativa de la investigación determinó que el 83.26% de los estudiantes universitarios panameños prefieren *Facebook*, que es una comunidad basada en la *Web*, que nació en la Universidad de Harvard, en la que la gente comparte sus gustos y sentimientos. Y son las jóvenes las que prefieren esta red social, el 48.23%, mientras en el caso de los varones, el 34.82% de los varones también prefieren esta red social. En tanto, la fase cualitativa permitió ampliar de forma muy interesante el aspecto de las relaciones interpersonales, a través de las redes y medios tecnológicos, encontrándose respuestas diferenciadas y muy reflexivas.

Unos dijeron que: *“En muchas ocasiones no es tan fácil demostrar los sentimientos, abrirme y demostrarlos. En estos casos es mejor a través de las redes sociales”*. Otros dijeron que *“El uso de la tecnología ha ido a magnitudes tan amplias que hemos debilitado el contacto y el apego a las relaciones. No es lo mismo en persona que por las redes. Cuando tengo la posibilidad de hacerlo en persona esto no es muy positivo. Si lo es cuando hay distancia. A través de las redes no hay contacto personal”*.

Las relaciones interpersonales de los jóvenes hoy están tejidas, en un alto porcentaje por la motivación del sentido de comunidad, de percepción de identidad, y es que los pedagogos afirman que la motivación es un estado emocional primario. Ese deseo de ser parte de una comunidad

---

<sup>6</sup> Quiroz, María Teresa. “La edad de la pantalla-tecnologías interactivas y jóvenes peruanos”. Universidad de Lima-Fondo Editorial. 2008. Pg. 29.



en la que se comparten, sobre todo los logros y éxitos, hace que el rango aproximado de contactos que tienen los estudiantes que participaron del estudio se ubique en el 32.73% los que dicen tener entre 50-200 personas afiliadas a sus perfiles, y de ese porcentaje el 20.26% de las respuestas fue dada por las jóvenes, mientras que solo el 12.96% de los varones dijeron tener cerca de 200 contactos en sus perfiles de las redes sociales en las que están activos. Es interesante observar que un 19.8% dice tener entre 200-400 contactos. Llama la atención que un 13.8% de la muestra tiene 600 y más contactos en las redes sociales.

La investigación exploró además, la forma cómo los jóvenes universitarios se relacionan a través de las redes sociales, y por eso se les preguntó ¿con quiénes tienen contacto en las redes sociales? Un 86.9% dijo que con sus amigos, el 81% que con sus compañeros de la universidad y 80% que con sus familiares. En su ponencia en el XIV Encuentro de FELAFACS, realizado en octubre de 2012, en ciudad de Lima, la prof. Mónica Eliana García dijo que, “bajo las condiciones del ciberespacio, el concepto de comunidad cambia en la medida en que se asiste a una nueva forma de “estar en común” demarcada por el acceso a los medios y espacios digitales, en donde se da paso a una “comunidad electrónica”, comunidad imaginaria, no basada en intercambios concretos o materiales... Es así que hoy se escucha hablar de un “espacio público virtual”, como aquel “lugar simbólico en el que distintos puntos de vista y diferentes tipos de acción podrán inscribirse en un mismo mundo”(Thompson,1998 p.173)”.<sup>7</sup>

Abordando un factor que habla del nivel de la calidad de la comunicación que tienen los encuestados, en las redes sociales, el 40.52% considera que sus relaciones con los contactos que tienen en las redes sociales son afectivas, el 29.5% dice que son fáciles de mantener, mientras el 17.22% dijo que son superficiales. Mientras el 25.59% de las mujeres y un 15.79% de los hombres dicen que las relaciones en las redes son muy afectivas, el 15.69% de las chicas dice que son muy fáciles de mantener, y el 13.79% de los hombres también comparten este último criterio valorativo. En este aspecto, la opinión de los representantes de ambos sexos se acerca bastante una de otra. La lectura de esta información

<sup>7</sup> García Gil, Mónica Eliana. *Ibidem*

no coincide totalmente con las opiniones vertidas por los estudiantes universitarios que participaron en el focus group, en los que incluso, algunas estudiantes expresaron su preocupación por la vulnerabilidad a la que están expuestas en las redes sociales.

“Hoy día hay que tener cuidado de las fotos que subes ya que puedes hasta perder oportunidades de trabajo. Las empresas buscan en los perfiles de Facebook a las personas que van a contratar para conocer cómo se proyectan”, dijeron estudiantes que participaron en la fase cualitativa. En este sentido, el profesor Arturo González López, dice que “ La trascendencia del Branding personal es el hacer que un individuo pueda posicionarse en el mercado como una marca que indique prestigio, conocimiento, experiencia, seguridad, calidad, confianza, etc. En la era digital, la marca personal se ha coronado como el rey indiscutible de ese extenso paraíso por el que fluyen redes sociales” (Pérez Ortega, 134)”<sup>8</sup>

### **Lenguaje en las redes**

Una pregunta que valida uno de los propósitos de esta investigación que busca conocer si la comunicación que tienen los estudiantes a través de las redes sociales con sus contactos también la tienen personalmente con dichos contactos, en su vida cotidiana.

A este respecto, 70.22% dijo que sí mantienen una relación de persona a persona, mientras que 24.26% dijo que no. Diferenciada esta información por sexo, el 39.20% de las mujeres dice tener comunicación e interacción directa, personalmente con sus contactos en las redes sociales, y el 30.92% de los hombres también respondieron afirmativamente, mientras el 15.98% de las mujeres reconoció no tener esta relación directa y solo un 8.27% de los varones reconoció que tampoco se comunica directamente con sus contactos en las redes sociales.

---

<sup>8</sup> Arturo González López / Selene Céspedes del Fierro / Ma. de Jesús Aguilar Herrera / Ema Ojeda Díaz. “Jóvenes en la red: ¿hacia un espacio público virtual?”. Ponencia en el XIV Encuentro de FELAFACS. Lima, Perú. Octubre 2012 Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Ciencias de la Comunicación.

La fase cualitativa de la investigación fue muy reveladora, también en este aspecto. Aunque algunos dijeron que no había diferencia en el lenguaje que utilizan para relacionarse con miembros de su familia, algunos estudiantes dijeron que *“sí hay diferencia; no los voy a tratar igual”*. Otro aseveró que *“el lenguaje influye mucho. Los términos que utilizo con amigos no los uso con los adultos. Los códigos de los jóvenes, los adultos muchas veces no lo entienden. El respeto es importante también. Los términos que utilizo con uno no los uso con otros”*.

*“No chatearía para una discusión tonta, la otra persona lo toma como una manera grosera”*, dijo un estudiante en el desarrollo de la fase cualitativa del estudio, al abordar el aspecto del lenguaje que manejan en sus relaciones a través de las redes sociales o en sus dispositivos móviles. *“Es diferente discutir en persona que escribiendo; cuando escribes, la otra persona no puede ver tu actitud; el lenguaje no es verbal. Percibes más cosas en persona que por celular”*.

### **Ampliando la comunidad virtual**

Otro aspecto de interés en la investigación es conocer el nivel de importancia que los estudiantes conceden a la decisión de agregar personas desconocidas a su perfil personal en las redes sociales o en sus dispositivos móviles. La respuesta fue muy interesante. Un 71.76% dice que no agregan a desconocidos, mientras que un 25.5% contestó que sí. Sin embargo, desagregada esta información por sexo, el 45.09% de las mujeres dijo que no agregan a desconocidos y un 25.97 de los hombres tampoco lo hacen, pero un 13.89 de los varones sí agregan estos contactos a sus perfiles. Durante el *focus group* hubo opiniones encontradas en este aspecto, entre las estudiantes del sexo femenino. Algunas jovencitas reconocieron que agregan desconocidos a su red porque de esta manera se dan a conocer, mientras otras defendieron su posición de no arriesgarse agregando a desconocidos a sus perfiles.

Cuando analizamos los resultados de la anterior pregunta, por sexo, las razones son muy disímiles. Sin embargo, el 8.27% de las mujeres dice que les resulta fácil, mientras que el 8.0% de los hombres también encuentran que es muy fácil agregar personas a sus perfiles. Otro porcentaje dice que

encuentran atractivo invitar personas como nuevos contactos, mientras los hombres se ubican en los rangos más altos para agregar desconocidos a sus perfiles.

Preguntados sobre si su participación en las redes sociales les ha ampliado su grupo de amigos, el 72.12% dice que sí y el 25.02% dijo que no. Las que más afirman haber ganado amigos son las chicas, con un 41.38% y los hombres con 30.73%, mientras solo un 15.79 de las mujeres y un 9.13 de los hombres dicen que no. En el focus group, las jovencitas dejaron claro, en su mayoría, que sí mantienen interacción con sus contactos en las redes sociales, porque son sus compañeros de universidad, amigos y familiares, resultado que fue validado en las encuestas.

### **Compartir logros en las redes sociales**

Si las redes sociales, los dispositivos móviles son recursos para establecer comunicación directa, sin mediación de factores externos, resulta interesante conocer si este mecanismo es una extensión de la comunidad personal, íntima en las que los jóvenes comparten lo bueno y lo malo que les toca vivir. La encuesta reveló que el 54.33% comparte sus logros en este espacio virtual y 42.63% dijo no hacerlo.

Los estudiantes que participaron del *focus group* expresaron que publicar sus logros, triunfos y alegrías es lo primero que publican. Algunos dijeron que, *“mientras más te felicitan más agradecido te sientes”*. Otros dicen que *“Las utilizo para incentivar a las nuevas generaciones a estudiar nuestra carrera. Por nuestra profesión es importante para incentivar a otros con un apoyo emocional, una palabra motivadora”*.

### **Dependencia de la tecnología**

Otro aspecto por conocer fue la frecuencia con que los encuestados acceden a las redes sociales. El resultado fue muy revelador. Un 44.72% dijo que todos los días, “De dos o tres días” un 31.87%, mientras que una vez a la semana fue solo el 11.89% de los estudiantes. Cuando

desagregamos esta información se evidencia que el 22.83% de las mujeres acceden a internet todos los días y muy cerca, con 21.88% los varones. No importa si es hombre o mujer, como son nativos de la tecnología, los estudiantes tienen necesidad de utilizar estas herramientas como medios para comunicarse e informarse.

“Este fenómeno manifiesta una transformación del pensamiento lineal al pensamiento rizomático y complejo, dice Germán Alberto Gallego Trujillo. Las nuevas generaciones tienen la competencia cognitiva para, en una sola pantalla, leer, escuchar, dialogar y ver videos de manera rizomática, es decir, de manera ramificada, sin un orden determinado. María Jesús Lamarca (2011) relaciona esta situación con el hecho de que las personas dejaron de ser lectores a ser coautores, de ser espectadores a ser usuarios, en pocas palabras: son las personas las que definen el sentido y la estructura o las rutas narrativas de un texto a partir de la cohesión de un sinnúmero de mensajes hipermediales”.<sup>9</sup>

De la muestra utilizada para la investigación, un 92.41% %, posee teléfono celular con acceso a internet. Otro hecho relevante es saber que un 20% de los estudiantes encuestados dijo que volverían a buscar su dispositivo móvil, si éste se les quedara al salir de sus casas, trabajos o universidad.

## Llegaron para quedarse

Los estudiantes que participaron de los *focus group* valoraron el impacto de las nuevas tecnologías. Dijeron que es positivo y negativo. “*Lo positivo son las relaciones, el afecto y la familiaridad que se crea. Lo negativo es que no es una relación personal y por eso debemos saber cómo uno se expresa*”. Como positivo consideran la posibilidad real de comunicarse ahora con las familias y amigos distantes, que antes era muy difícil.

“*Ahora nos comunicamos más que antes. La información a la que tenemos acceso es más amplia*”, dijeron. Aunque advirtieron que también exige madurez.

<sup>9</sup> Gallego Trujillo, Germán Alberto. “En busca de un sentido cognitivo para la producción de mensajes hipermediales.” Ponencia en FELAFACS, en octubre de 2012. Universidad Autónoma de Occidente (Cali, Colombia).

## Conclusión

El esfuerzo investigativo de la Universidad Santa María la Antigua, logró documentar, con las evidencias aportadas por los propios estudiantes, que los nuevos digitales constituyen un aliado fundamental de la comunicación interpersonal de los jóvenes universitarios. La comunidad virtual creada a través de las redes sociales, se han convertido en una extensión de la vida social de nuestros jóvenes. El estilo de comunicación y la forma de expresarse ha despertado en ellos una relación socioafectiva que cultivan frecuentemente, porque se sienten identificados y aunque no se conocen, están unidos, en función de sus intereses y la atención que despiertan en sus interlocutores. Hoy los jóvenes universitarios no son simples receptores de información, sino que la producen, la diseminan y la viven en relación de comunidad digital. Tienen una participación activa, porque son comunicación.

### *Material ilustrativo*

*La república de Panamá, la más pequeña del continente americano, es el país más austral de Centroamérica. Con una caprichosa forma- imitando a la letra "S" acostada-, este país limita al Este con Colombia, mientras que al Oeste limita con la república de Costa Rica. Al Norte está bañada por el majestuoso océano Atlántico y al Sur por el océano Pacífico.*

*Panamá tiene una extensión territorial de 78,200km<sup>2</sup>. En este país predomina la región montañosa y está bañado por hermosas playas, en el Pacífico y en el Atlántico, con un abrupto corte en el que está localizado el Canal de Panamá, inaugurado en 1915, un recurso al servicio del comercio marítimo internacional. Su capital, ciudad de Panamá es la más cosmopolita de la región central.*

- Álvarez-Gayou, J.L (2005). “Cómo hacer investigación cualitativa – Fundamentos y Metodología”. México: Editorial Paidós.
- Castells, Manuel (ed). “La sociedad red: una visión global. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal”.
- Gallego Trujillo, Germán, Alberto. “En busca de un sentido cognitivo para la producción de mensajes hipermediales2. Ponencia en FELAFACS, en octubre de 2012. Universidad Autonomía de Occidente (Cali, Colombia).
- García Gil, Mónica Eliana. “Jóvenes en la red, ¿hacia un espacio público? Universidad Santo Tomás. Facultad de Comunicación Social para la Paz. Ponencia en el XIV Encuentro de FELAFACS. Lima, Perú. Octubre 2012.
- González López, Arturo: Selene Céspedes del Fierro; Ma. De Jesús Aguilar Herrera; Ema Ojeda Díaz. “Jóvenes en la red: ¿hacia un espacio público virtual?”. Ponencia en el XIV Encuentro de FELAFACS. Lima, Perú. Octubre 2012. Universidad Autónoma de Nuevo LEÓN, Facultad de Ciencias de la Comunicación.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio P, (2006) “Metodología de la Investigación”, 4° Edición: McGraw-Hill.
- Mertens, D.M. (2005). *Research and evaluation in education and psychology. Integrating diversity with quantitative, qualitative, and mixed methods* (2° edition). Thousand Oaks: Sage.
- Quiroz, María Teresa. (2008). “La edad de la pantalla-tecnologías interactivas y jóvenes peruanos”. Universidad de Lima- Fondo Editorial. P. 29.
- Romero Velasco, Leda; Marta Alvarenga. “Teen Texting Queens: Describiendo el fenómeno de la mensajería de texto entre adolescentes”. Ponencia en el XIV Encuentro de FELAFACS. Lima, Perú, octubre 2012. Escuela de Comunicación Mónica Herrera, El Salvador.
- Salking, N. J. (1999). *Exploring Research U.S.A.* Prentice Hall.
- Autoridad de los Servicios Públicos. Panamá, república de Panamá
- Contraloría General de la República. Panamá, república de Panamá.

