

# LA IDENTIDAD DIGITAL DE LOS ESCOLARES

Autor: Francisco Torres Verdú

Tutora: M<sup>a</sup> del Carmen Navarro García-Suelto

## Resumen

Hoy en día, además de la tradicional conversación presencial cara a cara, existen nuevas posibilidades de comunicación e interacción entre las personas, una interacción ligada al mundo digital o virtual. En cada espacio virtual cada persona posee una identidad digital que la diferencia de los demás usuarios. El tema de la identidad digital tiene cada vez más importancia, ya que el mundo real está interconectado con el digital y lo que sucede en uno repercute en el otro. Los alumnos pasan cada vez más tiempo en estos lugares digitales comunicándose con sus semejantes e interaccionando con las personas de cualquier parte del mundo. Debido a ello en el presente artículo se reflexiona para conocer sobre la identidad digital que adoptan los pupilos en los espacios digitales, es decir, saber cuál es y cómo la crean, su privacidad y posibles problemas ligados a su imagen e identidad digital, así como la conexión entre su identidad en el mundo real y el digital. Para ello se lleva a cabo una investigación cuantitativa en varios centros escolares de Educación Primaria y Educación Secundaria Obligatoria, donde se les pasa un cuestionario a los alumnos comprendidos entre los 11 y los 18 años. Tras la recogida de información se descubrió que tales pupilos cada vez son más activos en el mundo digital, contribuyendo y aportando contenidos a la red cada vez más; pero sin embargo se ha comprobado un gran desconocimiento sobre la privacidad que tienen en Internet, ya que creen que es un lugar donde sus contenidos colgados están a salvo y solo circulan por donde ellos quieren y los ven quien ellos quieren. Como conclusión se ha visto que la identidad digital se encuentra ligada a espacios digitales como Youtube o juegos online, y que aunque para los escolares existe conexión entre su identidad digital y real, intentando que sea la misma; cuidan mucho más la imagen e identidad de la realidad que la identidad digital.

## Abstract

Nowadays, a part from traditional face to face conversation, people can communicate and interact in different ways. Most of them are related to the digital and virtual world. On the Internet, each person has a digital identity which is different from other users. This digital identity has an increasingly important role since both real and digital world are interconnected, that is to say, what happens in one will influence what happens in the other. Students spend an increasing amount of time on the Internet where they communicate mostly with their peers or with people from anywhere in the world. For this reason, this essay aims to reflect on the digital identity that students adopt via Internet. In other words, to know their identity and how it has been created. Moreover, it also focuses attention on their privacy and other possible problems related to their image and digital identity as well as the connection between their identity in the real world and the digital world. To this effect, a quantitative investigation is carried out in several primary and secondary schools where a questionnaire is targeted at students between the age of 11 and 18. After gathering this information, it was discovered that students are increasingly active in the digital world by contributing and providing more contents on the network. However, the survey revealed that students remain largely ignorant of their privacy on the Internet, as they believe that their contents uploaded are safe and access is provided only for those who they want to have access to. In conclusion, it has been proven that the digital identity is related to digital spaces such as Youtube or online games and, even though there is a connection between digital and real identity for students, trying to make both the same; they take great care of their own image and identity in the real world rather than in the digital world.

**Palabras clave:** Identidad Digital, Educación, Interacción Virtual, Comunicación Digital, Redes sociales, Sociedad de la información.

**Keywords:** Digital Identity, Education, Virtual Interaction, Digital Communication, Social Networks, Information Society.

## **Introducción**

La comunicación entre las personas ha cambiado mucho desde el nacimiento de Internet y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), y es que Santamaría (2008) afirma: “Las redes sociales han revolucionado la forma en que actualmente nos comunicamos y compartimos información con otros” (p.100). Antiguamente toda relación e interacción social era presencial, cara a cara, de boca a boca, pero ahora esto ha cambiado notablemente y además de interactuar de forma presencial, las personas están conectadas a través de la red, por ejemplo con las redes sociales como: Facebook, Instagram, MySpace, Twitter,...; donde comparten información, interactúan, etc., en torno a temas de interés, y que además ofrecen nuevas formas de aprendizaje. “El fenómeno de las redes sociales en Internet, cada vez más popular, aporta interesantes indicadores de participación social y de influencia colectiva” (Duart, 2009, p.1). Es en los espacios virtuales como estos y otros muchos donde las personas crean una identidad añadida a la identidad personal del mundo real, hablamos de la identidad digital. Esta identidad, la digital, refleja cómo nos ven los demás usuarios de Internet, la imagen que tienen sobre nosotros. Cada persona que navega en la red por distintos espacios como por ejemplo las redes sociales o espacios de juegos online, posee su propia identidad digital, diferente a la de cualquier otro usuario. La presente investigación se dedica a conocer sobre este tema, la identidad digital, es decir, cómo la crea cada usuario, qué influye en la misma, etc.; en relación a los escolares.

## **Antecedentes y fundamentación teórica**

### **¿Qué es la identidad digital?**

El concepto de identidad digital deriva del propio concepto de identidad. Son varias las definiciones que se pueden encontrar sobre este concepto. Según la R.A.E. (Real Academia Española), la identidad es el “conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás”. En relación a ello, se puede decir que la identidad digital es la personalidad o rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan en un entorno digital, algo que los diferencia de los demás.

Según Liceda (2011) la identidad digital es la proyección de la persona en los entornos digitales y cada persona puede crear tantas identidades digitales como desee, en función de los datos que aporte en cada espacio digital o servicio. A su vez, según Liceda (2011) la imagen además de ser algo visual también hace referencia a la percepción de la misma por terceros. “Desde este concepto es claro que una persona puede tener tantas imágenes como distintos sean los ámbitos en los que participa, sin desconocer que tendrá tantas imágenes como personas lo perciban” (Liceda, 2011, p.301).

El poder crear tantas identidades digitales como uno quiera dependiendo de los datos aportados en cada espacio digital da mucho que pensar sobre si es posible o no poseer tantas identidades reales como uno desee. Liceda (2011) afirma: “Una persona sólo puede tener una identidad real; pero puede crear varias identidades digitales” (p.302). Sin embargo, al igual que en el espacio digital, dependiendo de los datos que aportemos en cada lugar real podremos poseer tantas identidades reales como se quiera, ya que si somos de una ciudad y ahí nos conocen por vestir de una determinada forma y tener unas determinadas aficiones, y en otro lugar decidimos vestir de forma diferente y tener otras aficiones, obviamente tendremos identidades reales diferentes; en cada lugar tendrán una imagen diferente de nosotros. Por ejemplo: en mi ciudad, Murcia, desde pequeño decido vestir con pantalones y camisetas anchas y escuchar rap; y sin embargo, si tengo que mudarme a vivir por razones de trabajo a otra ciudad como Zaragoza o cualquier otra, y decido cambiar mi estilo de vida y vestir con ropa juvenil pero elegante como

pantalones estrechos, zapatos y camisa y escuchar música pop o clásica, estaré creando identidades reales diferentes, ya que apporto datos distintos en cada lugar y por ello tendrán imágenes diferentes de mi misma persona real en cada ciudad.

Aunque una persona puede tener tantas y tan distintas imágenes en el entorno virtual como quiera, algo que está claro es que “la identidad digital sólo puede ser creada por una persona” (Liceda, 2011, p.302). Al igual que en la realidad cada persona es el autor de su identidad, en el entorno digital nadie puede crear la identidad digital de otra persona. Podemos encontrar casos en que alguna persona intente plagiar o utilizar con distintos fines la identidad de otra persona, pero en estos casos estaremos hablando de un ataque a la identidad de una persona, algo que se desarrolla más adelante en el presente artículo.

La creación de la identidad digital no es algo sencillo que se haga de un día para otro. Casi todas las personas buscan formar una identidad digital bajo “principios básicos como son la credibilidad, la buena reputación, la inmediatez, la actualización constante y la veracidad de los contenidos” (Vaquer, 2012, p.3). Existe un refrán que dice: “por un perro que maté, mataperros me llamaron”; esto define perfectamente lo que ocurre con la creación de la identidad, es decir, es muy fácil y rápido crear una mala reputación sobre nuestra identidad digital, basta con una acción desafortunada o inapropiada; sin embargo, lleva tiempo poder crear una buena reputación e imagen. A diferencia de una mala imagen sobre la misma, no es suficiente con una, dos, ni tres acciones rigurosas o apropiadas para llegar a tener una buena reputación o credibilidad, se necesitan días, meses o incluso años para conseguirlo. Una vez se ha conseguido una identidad digital con credibilidad y veracidad es necesario seguir esforzándose por mantenerla, ya que se puede perder rápidamente lo que tanto ha costado alcanzar.

### **La identidad de la realidad vs la identidad digital**

En una interacción personal, ya sea dual o grupal, la idea que los demás tengan de nosotros va a influir en que nuestras palabras tengan más o menos peso en una conversación o decisión general. Se trata del poder de nuestra identidad social, algo que dará más o menos valor, credibilidad o importancia a lo que comuniquemos y/o decidamos. Igual ocurre en los espacios virtuales como es el caso de las redes sociales, donde nuestras intervenciones comunicativas serán leídas detenidamente y tenidas en cuenta, contestadas y valoradas o pasarán desapercibidas sin consideración alguna en función de nuestra identidad digital, es decir, de nuestra credibilidad, consideración o visión social-virtual de los demás hacia nosotros.

Muchos dicen que en Internet, y en las redes sociales las personas no se muestran tal y como son verdaderamente, es decir, crean una identidad digital diferente a la verdadera en función de sus intereses o en función de cómo les gustaría que fuese en la realidad. Sin embargo, la creación de la identidad e incluso la manipulación de la misma ha existido desde siempre, no es algo nuevo que haya surgido a partir de la comunicación a través de las nuevas tecnologías. Constantemente los humanos han intentado aparentar aquello que no son pero que les gustaría ser. “Las personas experimentan identidades que no pueden experimentar en la “vida real”, haciendo esto parece que las personas implicadas en el “juego identitario” pueden obtener otras perspectivas del mundo y de su propia posición en el mundo” (Ursua, 2008, p.286). En muchas ocasiones la clase media e incluso la baja hacen un esfuerzo económico por aparentar tener más de lo que tienen, ejemplo de ello es cuando en una boda los invitados compran vestimentas que de normal no se lo pueden permitir pero que para la ocasión hacen un desembolso mayor del que podrían con el fin de simular un estatus mayor del que tienen, cuando en realidad están manipulando o creando una identidad falsa. Esto ocurre igualmente en las redes sociales y en Internet en general, donde muchos de los usuarios suben fotos de cada lugar al que van para aparentar tener una vida más plena, emocionante y atractiva que la de los demás, es decir, intentan crear una identidad digital atractiva que les haga parecer más interesantes hacia los demás.

Al crear identidades diferentes les da la impresión de no sólo poder crearlas, sino también de poder controlarlas a su gusto y de exponer a los demás lo que él/ella cree necesario para que los demás le conozcan como él/ella quiere que le conozcan. (Ursua, 2008, p.286)

Según Vaquer (2012) las personas sacan en los espacios virtuales su “otro yo”, diferente al yo de la realidad. “El anonimato permite a los usuarios de la red asumir diferentes identidades, crear identidades y cruzar límites, fronteras varias y poderes” (Ursua, 2008, p.290). Este anonimato ayuda a formar la imagen que el usuario decide, pero ello tiene unas consecuencias, y es que dificulta la credibilidad de la persona a la hora de exponer aquello que cree conveniente sobre un tema determinado. Sin embargo, si se utiliza un pseudónimo, aunque tampoco en gran medida, la credibilidad sobre esa persona aumenta, ya que el pseudónimo ofrece pistas sobre la identidad o características del usuario.

A pesar de que se dé vida en los espacios virtuales a identidades diferentes a la de la realidad, ambas identidades, la real y la digital, están interconectadas, es decir, lo que somos en la realidad repercute en nuestra identidad digital y aquello que hacemos en el mundo digital puede tener consecuencias en el mundo real. Ejemplo de ello es el caso de Cassandra Vera, la chica tuitera que hizo chistes sobre la muerte de Carrero Blanco y que fue condenada por la Audiencia Nacional con una pena de un año de prisión por humillación a las víctimas. Seguramente ella pensaría que el mundo digital es un espacio donde se puede hacer lo que uno quiera sin repercusión alguna, y no es así, el espacio digital es tenido en cuenta cada vez más por las autoridades de la ley y está bajo las mismas leyes que el mundo real. Las actuaciones llevadas a cabo en el entorno digital que se salen de la legalidad son perseguidas y sancionadas con la misma dureza que en el mundo real. “Las identidades digitales están conformadas por múltiples piezas de datos formales e informales, reales e imaginarios” (Santamaría, 2008, p.104). Nuestras actuaciones en ambos mundos, el digital y el real, repercuten por ello tanto en nuestra imagen real como en la digital, creándose una identidad interconectada.

Según Liceda (2011) debe existir correspondencia entre los datos de la red y los de una persona real. Sin embargo ello no ocurre en todos los casos, de hecho, Liceda (2011) afirma: “Mientras que la universalidad de datos que conforman la identidad real siempre encuentra correlato con una persona, existe la posibilidad de encontrar identidades digitales “vacías” es decir, que no existe una persona física que se vincule realmente con esa universalidad” (p.302).

La primera impresión siempre tiene un peso enorme en la visión que los demás tengan sobre nosotros, por ello, “un importante aspecto de la identidad es cómo nos presentamos ante los demás” (Ursua, 2008, p.285).

En la relación cara a cara, las personas pueden inferir las cualidades de nuestra identidad a partir de rasgos basados en el género, la raza, los vestidos que llevamos, cómo nos presentamos, etc., y a partir de cualquier otro rasgo no verbal. (Ursua, 2008, p.285)

El lenguaje juega un papel esencial en la identidad digital, en cómo nos ven los demás. “Es a través del lenguaje, sobre todo, que una persona realiza su identidad en el ciberespacio” (Ursua, 2008, p.286). El lenguaje muestra mucho sobre nosotros, nos define, por ejemplo aspectos como nuestro nivel cultural, el lugar de donde somos o cómo pensamos, entre otras cosas. En muchas de las ocasiones los escolares utilizan un vocabulario que les identifica con sus referentes en los espacios virtuales, como son los “youtubers” por ejemplo, fenómeno que se trata en el siguiente apartado.

### **¿Cuál es la identidad digital de los Jóvenes Usuarios de Medios (JUM)?**

Hoy en día los jóvenes suelen tener una identidad digital ligada a un fenómeno mundial que ha tenido una gran influencia sobre los escolares, fenómeno conocido como “youtubers”. Anónimo

(2014) afirma: “Los 'youtubers' no son más que, como su propio nombre indica, los usuarios de YouTube que suben vídeos a la web a través de sus canales” (p.1).

Fabienne Fourquet (como se citó en Anónimo, 2014), consejero delegado de 2btube en aquel año, piensa que los youtubers son un fenómeno creciente entre las generaciones jóvenes que prefieren estar en la red antes que ver la televisión y que cada vez tienen más adeptos.

Entre los usuarios más jóvenes de Youtube, gozan de gran reputación Vegetta 777, El Rubius, WillyRex, Wismichu, etc. Como docente oigo hablar casi diariamente de algunos de los nombrados, especialmente de Vegetta 777 y de El Rubius. Muchos de los JUM se crean cuentas en espacios virtuales como Youtube o diversas redes sociales para seguir a estos personajes, que son inspiración de los JUM a la hora de crear sus propias cuentas en los espacios virtuales.

Muchos se preguntan de dónde viene el éxito de los youtubers entre los escolares, ya que entre los jóvenes ese fenómeno pierde fuerza y ya entre los adultos no tiene repercusión ninguna. Anónimo (2016) afirma: “Mientras algunos triunfan como *gamers*, mostrando sus partidas en videojuegos en línea como *Minecraft*, otros resaltan en grabaciones con las que se identifican los más jóvenes, por la forma como se ven reflejados o simplemente porque hablan con su vocabulario” (p.1). Utilizan un vocabulario muy infantil y absurdo que hace gracia a los niños de Educación Primaria y entre los más jóvenes de la Educación Secundaria. El vocabulario es algo esencial para atraer a los niños y adolescentes, y como se ha dicho en el apartado anterior, el lenguaje juega un papel esencial en la identidad digital, en cómo nos ven los demás. “Es a través del lenguaje, sobre todo, que una persona realiza su identidad en el ciberespacio” (Ursua, 2008, p.286). De ahí que los youtubers tengan tanta influencia en la creación de las identidades digitales de los escolares, ya que éstos intentan copiar el vocabulario y las expresiones que aquellos, los youtubers, tienen.

Otro fenómeno que destaca en la creación de la identidad digital de los escolares son los videojuegos, algo también ligado en muchas ocasiones a los propios youtubers como acabamos de ver.

¿La identidad digital de los escolares puede ser determinada en función de los videojuegos a los juegan en la red?

Para jugar online los JUM crean sus propios avatares, que son la imagen que van a mostrar a los demás jugadores y que por lo tanto será su identidad digital en tales espacios virtuales. “El avatar es la representación o encarnación de uno mismo en el entorno virtual, con otras palabras, un alter ego o persona” (Ursua, 2008, p.287). Muchos de los escolares que juegan en tales entornos toman como referencia a sus youtubers favoritos para crear su avatar, o lo hacen en función de sus gustos personales. Por lo tanto, “A través del avatar podemos captar también rasgos de su identidad” (Ursua, 2008, p.287).

### **Identidad digital y privacidad de los escolares en las redes sociales**

Un aspecto muy importante en la comunicación e interacción a través de las redes sociales es la identidad digital que cada escolar tiene o adopta. Digo adopta porque en ocasiones la identidad digital no es la misma que la identidad de la realidad, algo de lo que se ha hablado anteriormente.

En la interacción cara a cara cada persona muestra tal como es, su identidad personal, pero con las redes sociales cada usuario lleva a cabo una creación de la identidad digital que determina cómo es. “La creación de un perfil en las redes sociales supone para los jóvenes un rito de creación de una identidad propia y la construcción de un espacio personal” (Marcelino, 2015, p.51). En la creación de esta identidad personal se tienen en cuenta diversos aspectos como: imagen y apariencia ante los demás, intentar parecer interesante, atractivo/a,... Una de las cosas que más se tienen en cuenta es no dar mala imagen, por ello, “Un 95% de los jóvenes considera que subir una foto inadecuada o embarazosa de otra persona no es correcto” (Marcelino, 2015, p.52). La identidad digital es la imagen que los demás tienen de nosotros, y al igual que en el mundo real, generalmente

las personas tratan de que ésta sea la mejor posible para que ello no repercuta de forma negativa en sus vidas actuales o pensando en el futuro.

Según García (2012) son los jóvenes los que hacen un uso más intenso de las redes sociales, bajando notablemente la actividad en aquella población que supera los 45-50 años. De ahí la importancia de la concienciación y educación de los mismos, los Jóvenes Usuarios de Medios (JUM), sobre el uso de las redes sociales y su identidad digital en las mismas.

La identidad digital es algo que todos, tanto adultos como jóvenes y niños, tenemos que concienciarnos en salvaguardar: no ceder las claves, configurar la seguridad de nuestras redes, conocer nuestros derechos y aprender las condiciones al aceptar el ingreso en una web y del alcance de todo lo que decimos y publicamos. (Vicente, 2017, p.1)

“Estos sitios web permiten construir un perfil público, más o menos visible, donde se incorpora y actualiza diferente información como: datos personales (dónde trabajamos o estudiamos,...), imágenes, vídeos, comentarios, etc. y en el que existen diferentes medidas de seguridad” (Ortega-Ruiz, Del Rey y Casas, 2013, p.35). Según Liceda (2011) Internet ha conllevado que muchos de los datos de cada persona se hayan hecho públicos, pero este hecho ha aumentado debido a las redes sociales. Esa información y datos que aportamos a nuestros perfiles son los que determinan nuestra identidad digital, el cómo nos ven y consideran los demás. Muchos de los jóvenes no son conscientes de la repercusión y el alcance que puede llegar a tener la información que aportan al entorno digital. Debido a ello son muchos los problemas que tienen hoy en día los JUM en las escuelas relacionados con las redes sociales.

El acoso escolar a través de las redes sociales se ha convertido en uno de los focos más importantes a tener en cuenta por parte de la comunidad escolar. Según Luna (2017) la fundación ANAR (Ayuda a Niños y Adolescentes en Riesgo) identificó 1.207 casos de acoso escolar en 2016, siendo uno de cada cuatro a través de las nuevas tecnologías. Esto demuestra la creciente importancia del tema y la necesidad sobre la concienciación y educación en el uso de tales tecnologías por parte de los escolares. Diariamente encontramos en las noticias vídeos de niños o niñas acosando a otros iguales en los entornos escolares y que no contentos con ello además lo suben a las redes sociales o a canales digitales como Youtube para que lo vea el mayor número de personas y con ello difundir sus “hazañas”. Esto lo hacen con el fin de crear una identidad digital asociada al poderío y la superioridad. La cuestión es que no tienen en cuenta que esa misma difusión hará que conozcan sus actos las autoridades legales y actúen de oficio sobre ello, teniendo consecuencias negativas en su identidad de la realidad.

Aunque de todos es sabida la necesidad de la educación digital a los JUM, ¿quién debe ser quien eduque a los escolares sobre los peligros de los entornos digitales y la aportación de datos de su identidad a tales espacios como las redes sociales? “Es responsabilidad de los padres “educar para proteger”, ya que, a falta de una educación digital, nuestros hijos no tienen desarrollado el sentido común” (Vicente, 2017, p.1).

Maestros y padres de los centros escolares estudiados hacen hincapié en la importancia de concienciar a los alumnos sobre el buen uso de las redes sociales, tanto las escolares como las personales, y sobre la creación de una buena identidad digital. Todo aquello que publicamos en las redes sociales y en Internet en general queda grabado para la posteridad, es decir, “La identidad digital tiene una temporalidad, donde quedan marcadas las huellas de lo que se ha ido haciendo durante el tiempo de acción en las redes sociales” (Santamaría, 2008, p.104). Por lo tanto hay que pensar bien las cosas que uno quiere decir o mostrar antes de llevarlo a cabo, porque puede tener repercusiones negativas bien en el momento o bien años después. Esto último es algo que no tienen en cuenta los pupilos, y en ocasiones, ante fotos o vídeos que se suben a una red social hacen comentarios indecentes o salidos de lugar que pueden conllevar problemas.

En ocasiones hablamos del perjuicio o deterioro de la identidad digital y de la imagen

digital como si fuesen la misma cosa. Según Liceda (2011) muchas veces se daña la imagen digital, que no de la identidad digital, de una persona a través de perfiles falsos, pero solo se daña la imagen en el caso de que tal perfil falso tenga vinculación con una persona real, pudiendo afectar a la reputación, la intimidad o la privacidad. En ocasiones se crean perfiles falsos en las redes sociales que no tienen unión alguna con una persona de la realidad, simplemente con la intención de controlar a otras personas sin que estas sepan quién les controla y crean que es una persona desconocida o diferente a la que ha creado ese perfil.

Uno de los problemas más importantes de ataque contra la identidad digital es el “Fraude de identidad” (Ursua, 2008, p.292). “El fraude o robo de identidad consiste cuando alguien obtiene información personal que le permite suplantar online o en la vida real a otra persona” (Ursua, 2008, p.292). Esto puede ser utilizado para atacar la reputación de una persona o para conseguir ciertos intereses o fines que solo utilizando a esa persona o personas podrían lograr.

Pero no todos los datos contra los que se ataca son considerados igual ante la ley. Liceda (2011) distingue entre “datos personales” y “datos sensibles”. Los primeros hacen referencia a cualquier información personal sobre la persona física y jurídica (estado civil, datos económicos,...) y los segundos son datos que cuentan con una protección especial, como por ejemplo: información relativa a la salud y vida sexual, o datos sobre las convicciones religiosas.

¿Pero entonces esto significa que cualquier persona puede alterar la identidad de otra persona siempre y cuando no se ataque contra los “datos personales”? La respuesta es un rotundo no. Liceda (2011) afirma:

- “El Estado es, en principio, el único que puede afectar la identidad de una persona” (p.297).
- “El ataque a la identidad implica, necesariamente, un cambio en cuanto a la situación dada” (p.297).

### **La identidad digital en las redes sociales de los centros escolares**

¿Los escolares crean la misma identidad en las redes sociales escolares que en las suyas personales?

Las redes sociales ofrecen multitud de beneficios en la educación, como por ejemplo: “Favorece la comunicación con los alumnos, en ambas direcciones, al estar todos en un mismo espacio” (De Haro, 2009, p.5), ayuda a crear relaciones que favorecen el aprendizaje informal, es decir, ayuda al acercamiento entre el aprendizaje formal e informal, favorece el aprendizaje por “conectivismo”, término empleado por Siemens (2004), etc.

Cada vez son más los centros que se suman al espacio digital, creando sus propios perfiles en las redes sociales para hacer al centro más cercano para toda la comunidad escolar y así crear un sentimiento de comunidad educativa más fuerte; y también para favorecer la interacción y comunicación. Además, otro de los objetivos de las escuelas en las redes sociales es abrirse al mundo y que el conocimiento del centro sea mayor, que llegue lo más lejos posible su oferta educativa o sus proyectos entre otras cosas. Un centro escolar siempre ha de estar conectado con el entorno que le rodea, siendo esencial preparar a los alumnos para aquello con lo que tienen y tendrán contacto. Según González (2017) las plataformas virtuales permiten esta conexión entre los centros educativos y el entorno que les rodea.

Una hipótesis sobre este tema es que a pesar de que los escolares usan con frecuencia las redes sociales, son pocos los que entran en las redes sociales escolares, teniendo un bajo atractivo para los mismos.

Las redes sociales más comunes en las que los centros educativos crean sus perfiles son principalmente Facebook, y últimamente Instagram, cogiendo ésta última cada vez más peso al ser la más utilizada hoy en día por los escolares. Además de estas redes comunes, también hay otras

más específicas para la educación, que aunque son menos conocidas tienen buenos resultados en la interacción entre sus usuarios, como es el caso de “Ning ([www.ning.com](http://www.ning.com))”.

## **Diseño y metodología de la investigación**

La metodología empleada para la investigación es cuantitativa, ya que se pretende llevar a cabo un criterio objetivista y conseguir la estandarización de los resultados.

La presente investigación tiene un objetivo principal: conocer cómo crean los escolares su identidad digital en la red. Derivados de este objetivo troncal, también tenemos otros objetivos secundarios que nos hemos marcado, que son:

- Saber si los pupilos utilizan las redes sociales y cuáles son.
- Conocer a qué se encuentra ligada la identidad digital de los escolares.
- Analizar los posibles problemas que los mismos suelen tener con su identidad digital, y saber si los escolares conocen los problemas que se pueden encontrar respecto a su identidad, como por ejemplo: suplantación de la identidad digital, ataques a la misma desde otros perfiles o problemas de privacidad.
- Conocer la conexión entre la identidad digital y la real.
- Analizar los espacios digitales que frecuentan y se relacionan con su identidad digital.

Como técnica de recogida de información se ha utilizado el cuestionario, y de forma puntual o anecdótica la observación directa. La explicación de la utilización de estas técnicas se encuentra en el anexo del presente artículo.

Nuestra muestra, que son escolares, tiene una edad mínima determinada, que son los 11 años, ya que a pesar de que según el periódico online “ABC familia” en España hasta que no tienen 14 años no pueden acceder a las redes sociales a menos que tengan el consentimiento paterno; de todos es sabido que desde una edad más temprana ya las utilizan y navegan por Internet, y cada vez la edad de iniciación en estos entornos es menor. En cuanto a la edad límite, se ha considerado oportuno que sean los 18 años, ya que es la edad en la que los escolares suelen acabar la Educación Secundaria Obligatoria (E.S.O.). Teniendo en cuenta ello, se ha tomado una muestra de 140 alumnos comprendidos entre los 11 y los 18 años de edad.

Este apartado de diseño de la investigación y metodología se encuentra más detallado en el anexo que se encuentra tras las referencias bibliográficas.

## **Resultados**

En relación a los objetivos fijados de la presente investigación sobre la identidad digital de los escolares, teniendo en cuenta la investigación llevada a cabo y el marco teórico en cuestión, se ha realizado un cuestionario, validado por expertas, para así alcanzar los objetivos marcados. Del cuestionario en cuestión se han obtenido los siguientes resultados:

El 97% de la muestra cuenta con Redes Sociales (RRSS). Las que más usan los escolares de nuestra muestra son: Youtube en primer lugar, algo que utilizan los encuestados de todas las edades, whatsapp en segundo, empezando a utilizarse en mayor medida a partir de los 13 o 14 años e Instagram en tercer lugar. En menor medida algunos alumnos usan también Facebook o Snapchat. Estas RRSS suelen utilizarlas casi todos los días o todos los días en la mayoría de los encuestados, y en menor medida una o dos veces por semana. Ninguno ha puesto que las utiliza rara vez, es decir, menos de una vez a la semana.

Los usuarios de las RRSS de la población estudiada la gran mayoría contribuye, comenta y aporta contenidos algunas veces, un porcentaje menor solamente lee y observa, y la minoría contribuye, comenta y aporta contenidos frecuentemente. La razón de por qué usan las RRSS suele



ser para conocer qué hacen sus compañeros/as y amigos/as, y una parte menor, que suelen ser de 15 a 18 años, además de la razón anterior, las usan también como medio para ligar. A pesar de que los escolares usan las RRSS, solo el 50% aproximadamente participa en las RRSS escolares, y los que lo hacen, la mayoría solamente leen y observan pero no contribuyen; lo que confirma nuestra hipótesis de bajo atractivo de estas RRSS escolares. Eso sí, se ha visto que tienen la misma identidad en sus RRSS que en las RRSS del centro escolar.

Para hablarles sobre su identidad digital en la mayoría de las preguntas se les ha preguntado sobre su imagen digital, ya que se tenía la hipótesis de que no sabrían a qué se refiere su “identidad digital” si no les explica. Así ha sido, los alumnos de los cursos inferiores de la muestra entienden de qué se les habla cuando se les pregunta sobre su imagen digital pero no entienden lo que significa la identidad digital. Solamente los alumnos de mayor edad entienden este concepto, y no todos.

El 85% de la muestra da importancia a su imagen en Internet y cómo le ven los demás en este espacio digital. Dentro del 15% que no le dan mucha importancia a su imagen en la red se encuentran en su mayoría alumnos/as de 6º de primaria y 1º de la E.S.O. Relacionado con ofrecer una buena imagen está el lenguaje que utilizan para comunicarse en los espacios digitales. La mayoría dice utilizar un lenguaje y vocabulario adecuado sin faltas de ortografía y sin vulgarismos. Sin embargo, a pesar de ello en la práctica no le dan mucha importancia al lenguaje para comunicarse a través de tales espacios digitales.

Otro de los aspectos de notable peso en nuestra investigación es la privacidad en la red. La gran mayoría de los escolares dan importancia a su privacidad en Internet, desde la edad más baja de la muestra a la más alta. Pero a pesar de la importancia que le dan no toman todas las medidas adecuadas para que sea así, como por ejemplo: poner privadas sus cuentas personales en las RRSS para que los que no sean sus contactos no puedan entrar a ver sus contenidos. Esto se da especialmente en los escolares de menor edad, los cuáles piensan que Internet es un lugar seguro donde no pueden manipular su identidad digital. A medida que la edad aumenta van tomando más conciencia de los riesgos de su privacidad en Internet; a pesar de ello son muchos los alumnos/as de edades superiores los que tampoco toman medidas para aumentar su privacidad en la red. Pero aunque van tomando más conciencia y tienen más miedo de que sus fotos e información pueda circular por lugares de la red que desconocen y que lo vean personas que desconocen, ni a las edades más altas ni en las más bajas los escolares leen las políticas de privacidad para informarse de cosas como saber qué puede hacer la red social con sus fotos o información (estadísticas o gustos para empresas,...). Solo un 3% dice leer las políticas de privacidad de la red.

Aproximadamente el 90% de la muestra posee la misma identidad en la realidad que en el espacio digital. En cambio, hay un 10% que intenta que su imagen digital no sea igual a la de la realidad, ya que les gustaría cambiar ciertas cosas en relación a cómo los ven en la realidad, es decir, no se sienten bien con su imagen real ante los demás. Algunos alumnos, una minoría muy pequeña, han creado una identidad digital anónima con el objetivo en su mayoría de hacer opiniones personales a contenidos de compañeros o de otros usuarios sin que los reconozcan y así poder decir las cosas que piensan sin tapar nada. Estos alumnos suelen ser de edades comprendidas entre los 12 y 16 años.

Otro resultado importante es que la identidad digital de los pupilos se encuentra ligada a los youtubers y los gamers en el caso de los chicos y a los youtubers y a las chicas influencers de moda en el caso de las chicas. Aunque cuando están en el espacio digital suelen emplear la mayor parte de su tiempo, junto con las RRSS, en navegar por Youtube, seguir a youtubers y en los juegos online; son muy pocos los que ven ligada su imagen digital a los mismos, ya que prefieren que los demás les vean cómo son ellos y cómo actúan ellos, es decir, prefieren una identidad desligada de todo ello.

## **Discusión de los resultados y conclusiones**

Analizando los resultados obtenidos, hay un par de aspectos a destacar para examinar.

Los escolares más jóvenes no se preocupan mucho por su imagen en Internet, y es que la mayoría de ellos desconocen los riesgos de una mala imagen en la red, es decir, las repercusiones que ello puede conllevar no solo ahora, sino en el futuro también. Cuando subimos contenidos (fotos, opiniones,...) a la red, aunque nosotros los eliminemos de nuestras cuentas o del espacio virtual donde los hayamos colgado, eso se queda registrado y guardado para siempre; algo de lo que muchos no tienen conciencia. Muchos de los escolares, algo que también ocurre en gran parte de los usuarios de Internet, no solo en los escolares, desconocen que existen unos “data centers” repartidos por los cuatro continentes en los que se almacenan todos los datos subidos a la red, y que por mucho que los borremos a nivel de usuario, eso es algo superficial, ya que quedan almacenados en esos centros de datos universales.

El saber que todo lo que subimos a la red queda registrado de por vida no solo es de peso por el aspecto de saber lo importante que es no colgar fotos o comentarios de los que después nos podamos arrepentir o nos puedan traer malas consecuencias, sino también es bueno saberlo para que aquellos alumnos que sean acosados a través de whatsapp, instagram o cualquier espacio virtual conozcan que tienen pruebas para denunciar tales hechos aunque los acosadores los borren y crean que están impunes.

Este desconocimiento de los alumnos sobre la poca privacidad de nuestros contenidos o actos en Internet es algo de lo que se les ha de informar; de ahí la importancia de llevar a cabo charlas informativas sobre este aspecto a tales edades y la necesidad de que los padres controlen lo que hacen sus hijos en la red.

Otro tema que merece la pena analizar detenidamente es el lenguaje que utilizan los escolares cuando navegan en el mundo virtual. La mayoría dicen cuidar el lenguaje que utilizan en la red, sin embargo, en ocasiones no lo consiguen. Para comprobar de primera mano el lenguaje que utilizan hablé con uno o dos alumnos de cada clase de la que formaba parte la muestra para ver si me dejaban a través de sus cuentas en las RRSS ver el lenguaje que utilizaban sus compañeros, con el objetivo de conocer si realmente conseguían usar un lenguaje adecuado sin faltas de ortografía y vulgarismos o si era todo lo contrario. Gracias a ello pude comprobar que era menor el porcentaje de alumnos que utilizaba un correcto lenguaje del que salía con las respuestas del cuestionario, bien por unas u otras razones, eso se escapa de la investigación.

Si algo queda claro es que la identidad digital es un tema del que todavía se conoce relativamente poco y que con el tiempo va cambiando, es decir, es algo permeable, ya que lo que ayer marcaba la identidad digital de los escolares y usuarios en general, hoy ya no lo es y lo que hoy perfila nuestras identidades en la red mañana cambiará y serán otras cosas.

Es impactante ver cómo los escolares desconocen las políticas de privacidad que hay en los espacios virtuales y creen que sus datos están a salvo, lejos de poder circular por lugares que desconocen, que caigan en manos de personas que desconocen o que incluso les puedan acosar, chantajear o cualquier aspecto negativo por aquello que ellos mismos cuelgan y aceptan que circule por la red desconociendo que han dado ese consentimiento y por lo tanto creyendo que sus datos y contenidos están seguros y que ellos controlan quién y hasta cuándo lo pueden ver. Por lo general no suelen cuidar su imagen en Internet e ignoran las consecuencias negativas que puede conllevarles en la actualidad, y aún más en el futuro.

## **Limitaciones del estudio**

He realizado un par de investigaciones a lo largo de mi corta vida, entre ellas destaco un artículo que publiqué en junio de 2016 en la “Revista de Educación Inclusiva” (REI), artículo sobre la educación en las aulas itinerantes de los circos. Gracias a ello sé que cuando uno se inicia en una investigación ha de estar preparado para cualquier cosa, es decir, saber resolver problemas que van a ir surgiendo a lo largo de la misma y por lo tanto saber adaptarse. Con esta investigación sobre la identidad digital tuve que replantear varias cosas durante el transcurso de su desarrollo, entre ellas la estructura o puntos a desarrollar. Debido al bajo conocimiento por mi parte sobre el tema a investigar, se tuvo que replantear varias veces la investigación, hasta que entre mi tutora, María del Carmen Navarro García-Suelto, y yo encontramos la dirección adecuada.

A pesar de haber realizado algún artículo de investigación, como acabo de comentar, considero que mi experiencia como investigador es mínima y que ello ha sido una limitación para este trabajo. Cuantas más investigaciones has realizado mayor fluidez tienes para ello, como todo en la vida.

Una limitación a destacar es el poco tiempo con el que se ha contado para la investigación. Debido a que los tiempos ofrecidos para la investigación han sido cortos no se ha podido profundizar en muchos de los puntos como hubiese sido de nuestro agrado. Con un mayor tiempo sería interesante utilizar esta misma investigación y volver a pasar a los alumnos el mismo cuestionario dos, tres o cuatro años después para ver la evolución de sus pensamientos sobre su identidad digital, la privacidad de la misma, etc; y así estudiar más a fondo variables que puedan influir en la creación de la identidad digital de los escolares, como: educación familiar y del centro, programas escolares sobre la concienciación en este aspecto, intereses personales o de la sociedad en ese momento, etc.

Otra limitación ha sido la poca diversidad de la muestra en relación al contexto escolar, ya que solo se tenía acceso a dos colegios de la misma ciudad y dos institutos de otra ciudad, es decir, solo dos ciudades en toda la Región de Murcia. Lo interesante hubiese sido poder acceder a escolares o colegios de distintas ciudades e institutos de lugares diferentes.

## **Prospectiva**

Me gustaría en un futuro continuar con esta base de investigación hacia una meta mayor y más amplia, pudiendo conocer esa evolución de los resultados obtenidos en el presente trabajo. Esto podría conseguirlo sin la presión de los tiempos para entregar la investigación.

## **Referencias bibliográficas**

- Anónimo (29 de noviembre de 2014). “Youtubers”: todo un fenómeno que “engancha” a los más jóvenes. *20 minutos*. Recuperado de <https://www.20minutos.es/noticia/2309584/0/youtubers-fenomeno/espana-jovenes/los20-mas-populares/>
- Anónimo (01 de abril de 2016). La generación de los “youtubers”. *EL ESPECTADOR*. Recuperado de <https://www.elespectador.com/entretenimiento/arteygente/gente/generacion-de-los-youtubers-articulo-624955>
- De Haro, J. J. (2009). Las redes sociales aplicadas a la práctica docente. Recuperado de <https://ddd.uab.cat/pub/dim/16993748n13/16993748n13a2.pdf>
- Duart, J. M. (2009). Internet, redes sociales y educación. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 6(1), 1-2. doi: <http://dx.doi.org/10.7238/rusc.v6i1.30>
- Facebook España. (2015). Piensa antes de compartir. Facebook, Grupo de Sociología de la Infancia y la Adolescencia y MediaSmarts. Madrid: Facebook. En Marcelino, G. V. (2015).

Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración. Icono 14, volumen (13), 48-72. Doi: 10.7195/ri14.v13i2.821

- García, F. J. (2012). *Redes Sociales en Educación* (maestría). Universidad de Salamanca, España. Recuperado de <https://repositorio.grial.eu/bitstream/grial/193/1/20120215%20-%20Redes%20Sociales.pdf>
- González, E. (20 de mayo de 2017). Ser “community manager” en los centros educativos [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://www.aikaeducacion.com/tendencias/community-manager-los-centros-educativos/>
- Liceda, E. (2011). La identidad digital. *Anales*. Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/20717/Art%2023.pdf?sequence=1>
- Luna, J. A. (09 de septiembre de 2017). Redes sociales y “bullying”: cuando el acoso sale de las aulas. *Eldiario.es*. Recuperado de [http://www.eldiario.es/cultura/tecnologia/Redes-sociales-bullying-acoso-aulas\\_0\\_684181925.html](http://www.eldiario.es/cultura/tecnologia/Redes-sociales-bullying-acoso-aulas_0_684181925.html)
- Marcelino, G. V. (2015). Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración. Icono 14, volumen (13), 48-72. Doi: 10.7195/ri14.v13i2.821 Recuperado de <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/821>
- Ortega-Ruiz, R., Del Rey, R. y Casas, (2013). Redes Sociales y Cyberbullying: El Proyecto ConRed. *Convives*. Recuperado de [https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/67758/redes\\_sociales.pdf?sequence=1](https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/67758/redes_sociales.pdf?sequence=1)
- Santamaría, F. (julio-septiembre 2008). Posibilidades pedagógicas. *Redes sociales y comunidades educativas*. TELOS, (76), 99-109. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=CIXJCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA99&dq=Posibilidades+pedag%C3%B3gicas.+Redes+sociales+y+comunidades+educativas+SANTAMAR%C3%8DA+bibliograf%C3%ADa&ots=toQLsTQnKt&sig=eYjg1NDNofTiLJaiF8cWFRU6md4#v=onepage&q=Posibilidades%20pedag%C3%B3gicas.%20Redes%20sociales%20y%20comunidades%20educativas%20SANTAMAR%C3%8DA%20bibliograf%C3%ADa&f=false>
- Siemens, G. (2004). Conectivismo: Una teoría de aprendizaje para la era digital. Recuperado de <http://www.fce.ues.edu.sv/uploads/pdf/siemens-2004-conectivismo.pdf>
- Ursua, N. (2008). La(s) identidad(es) en el ciberespacio. Una reflexión sobre la construcción de las identidades en la red (“online Identity”). *Ontology studies: Cuadernos de ontología*, (8), 277-296. Recuperado de <file:///C:/Users/usuario/Desktop/M%C3%A1ster%20total/TFM/bibliograf%C3%ADa/identidad%20en%20la%20red%20Digital.pdf>
- Vaquero, A. M. (2012). *La identidad digital del periodista: líderes de opinión en la red* (trabajo de Máster). Universidad Nacional a Distancia (UNED), Madrid, España.
- Vicente, M. (27 de febrero de 2017). La importancia de la educación en la identidad digital. *EmpresaActual.com*. Recuperado de <https://www.empresaactual.com/educacion-identidad-digital/>

## ANEXO

### Diseño y metodología de la investigación

El diseño de la investigación se inicia con la decisión del tema a investigar u objeto de estudio. Quizás de primeras se puede pensar que esto es algo rápido, es decir, que eliges un tema sobre el que te gustaría conocer y ya te puedes poner con la investigación. Pero no nos engañemos, esto es algo que puede pensar alguien que no ha investigado, ya que la decisión del tema de estudio no es algo que se pueda tomar a la ligera, hay que tener muchos factores en cuenta antes de la decisión final de que sea ese tema el decisivo de tu investigación, por ejemplo: hay que ver si es un tema de interés para la sociedad, es necesario ver el marco teórico o fuentes de información que hay sobre ese tema, es decir, si es un tema novedoso de estudio, ya que ello te marcará el tipo de investigación entre otras cosas; si cuentas con contactos o tienes acceso a personas o entidades que te ayuden a conocer sobre ese objeto de estudio cuando realices tu investigación a través de las técnicas de investigación, etc. Ahora se ve que no es algo fácil y rápido, sino que la decisión final del tema u objeto de estudio lleva un trabajo previo que no se ve.

Aun habiendo hecho ese trabajo previo para ver si es viable el tema de estudio, siguen surgiendo dificultades, como es el caso de la presente investigación. Al principio se eligió un tema que después se vio que era demasiado amplio y que con el tiempo que se contaba para la investigación y la extensión máxima de la misma no era viable, ya que quedaría una investigación que abarcaría mucho pero profundizaría poco y por lo tanto dejaría un “sabor de boca” agri dulce que no dejaría unos resultados claros. Esto hace darse cuenta a uno de lo importante que es tomarse su tiempo y hacer un buen trabajo previo a la decisión final del tema de investigación para así no tener que cambiar de objeto de estudio más adelante.

En este caso, el tipo de investigación que se lleva a cabo en esta investigación es cuantitativa, ya que se pretende llevar a cabo un criterio objetivista y conseguir la estandarización de los resultados.

La presente investigación tiene un objetivo principal: conocer cómo crean los escolares su identidad digital en la red. Derivados de este objetivo troncal, también tenemos otros objetivos secundarios que nos hemos marcado, que son:

- Saber si los pupilos utilizan las redes sociales y cuáles son.
- Conocer a qué se encuentra ligada la identidad digital de los escolares.
- Analizar los posibles problemas que los mismos suelen tener con su identidad digital, y saber si los escolares conocen los problemas que se pueden encontrar respecto a su identidad, como por ejemplo: suplantación de la identidad digital, ataques a la misma desde otros perfiles o problemas de privacidad.
- Conocer la conexión entre la identidad digital y la real.
- Analizar los espacios digitales que frecuentan y se relacionan con su identidad digital.

Es importante determinar las técnicas utilizadas para la recogida de información; en este caso se utilizará la encuesta por muestreo, técnica cuantitativa.

La encuesta por muestreo se basa en la recogida de información preguntando a los individuos que son objeto de la investigación, que forman una muestra representativa, mediante un procedimiento de cuestionario estandarizado, con el fin de estudiar las relaciones entre variables. (Corbetta, 2007, p.204)

Para nuestra encuesta se ha decidido que lo mejor es realizar lo que Corbetta (2007) denomina “batería de preguntas” para así ahorrar en tiempo y espacio y facilitar la comprensión de las mismas a los individuos de la muestra. Estas preguntas se recogen en un cuestionario,

instrumento utilizado para la recogida de información en la presente investigación y que fue validado por profesoras de la UNED. Este cuestionario se muestra más abajo. Además del cuestionario, que es el principal instrumento empleado, se ha utilizado también la observación directa, técnica cualitativa de investigación. Como se ha explicado en la discusión de los resultados, la observación directa se utilizó como técnica puntual para asegurarnos y corroborar algunos resultados obtenidos mediante el cuestionario. Por lo tanto, se puede decir que aunque se ha utilizado de forma puntual una técnica cualitativa, estamos ante una investigación cuantitativa y no mixta.

Para llevar a cabo esta encuesta por muestreo es necesario delimitar la muestra. Corbetta (2007) afirma:

El muestreo es el procedimiento por el cual, de un conjunto de unidades que forman el objeto de estudio (la población), se elige un número reducido de unidades (muestra) aplicando unos criterios tales que permitan generalizar los resultados obtenidos del estudio de la muestra a toda la población. (p.272)

Además, “la observación de una parte de una población para extraer información sobre la totalidad de la misma, es un acto humano casi instintivo” (Corbetta, 2007, p.272).

Para el estudio de la muestra, tendremos en cuenta lo que Callejo y Viedma (2006) denominan “datos agregados” (p.13), es decir, territoriales, ya que nos centraremos en individuos de la Región de Murcia; y demográficos, considerando importante el sexo, edad, ocupación, etc.; debido a que se considera importante conocer qué tipo de población es la más activa y cuál es menos en las redes sociales y espacios digitales en general.

Nuestra muestra, que son escolares, tiene una edad mínima determinada, que son los 11 años, ya que a pesar de que según el periódico online “ABC familia” en España hasta que no tienen 14 años no pueden acceder a las redes sociales a menos que tengan el consentimiento paterno; de todos es sabido que desde una edad más temprana ya las utilizan y navegan por Internet, y cada vez la edad de iniciación en estos entornos es menor. En cuanto a la edad límite, se ha considerado oportuno que sean los 18 años, ya que es la edad en la que los escolares suelen acabar la Educación Secundaria Obligatoria (E.S.O.). Por lo tanto, se ha tomado una muestra de 140 alumnos comprendidos entre los 11 y los 18 años de edad.

Los centros escolares a los que pertenecen los individuos de la muestra son: CEIP Poeta Antonio Oliver (Cartagena/Cartagena), CEIP José María Lapuerta (Cartagena/Cartagena), IES Infanta Elena (Jumilla/Murcia), IES Arzobispo Lozano (Jumilla/Murcia). En cada centro se le ha pasado el cuestionario a 35 alumnos, comprendidos entre todas las edades presentes en el centro y que pertenecen al rango de edad de nuestra muestra; sumando en total los 140 individuos de la misma.

Para la validación del cuestionario que se le pasó a la muestra se contó con la ayuda de expertas, profesoras de la UNED que comentaron mejoras que necesitaba tal cuestionario y aspectos a tener en cuenta. Este cuestionario se le dio a maestros y profesores de los centros escolares comentados con alumnos con edades pertenecientes a la muestra para que se lo pasasen a un número de ellos que previamente les había dicho yo. Una vez tenían rellenado por parte de sus alumnos el cuestionario, como les había dejado mi número de teléfono, me llamaban a mi móvil o me enviaban un mensaje de whatsapp para comentarme que ya lo tenían y así quedar en una fecha y hora concreta para recogerlos. Más abajo se muestra el cuestionario al completo, tal y como se le pasó a la muestra.

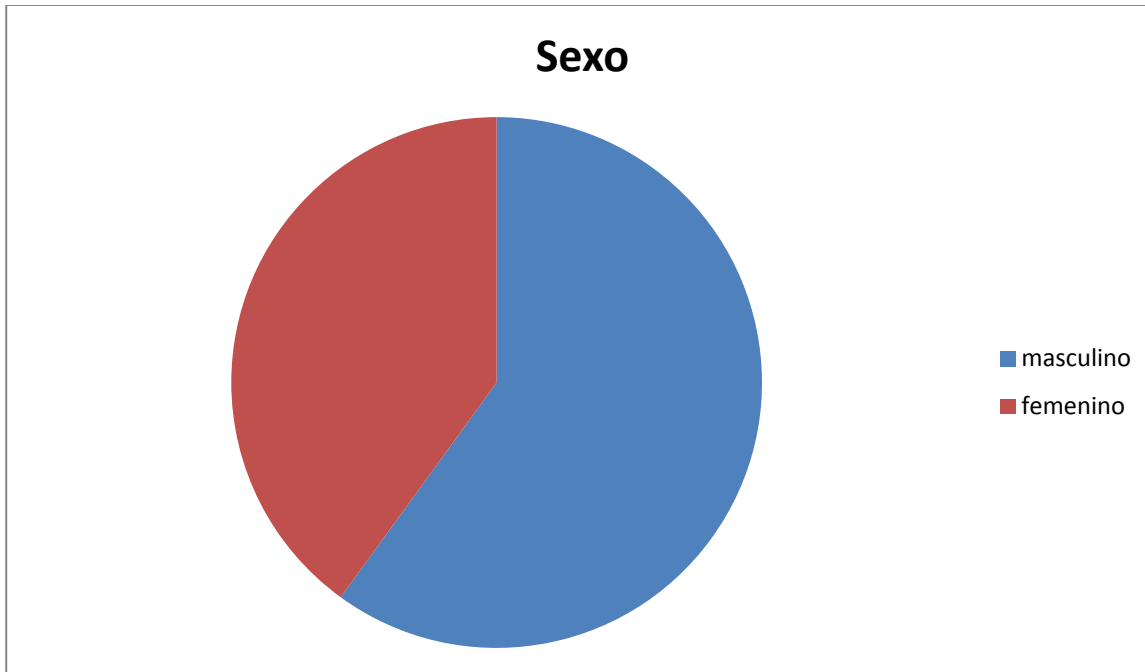
## **Resultados**

Resultados de la investigación (los porcentajes que se muestran son aproximaciones para mostrar porcentajes puros o “limpios”. Ejemplo: 9,3% se aproxima a 9%):

- **Muestra:**

Chicos de la muestra: 79 = 56%

Chicas de la muestra: 61 = 44%



- **Tienen redes sociales:**

Sí: 136 = 97%

No: 4 = 3%

- **RRSS que utilizan:**

La mayoría utiliza más de una.

Facebook: 112 = 80%

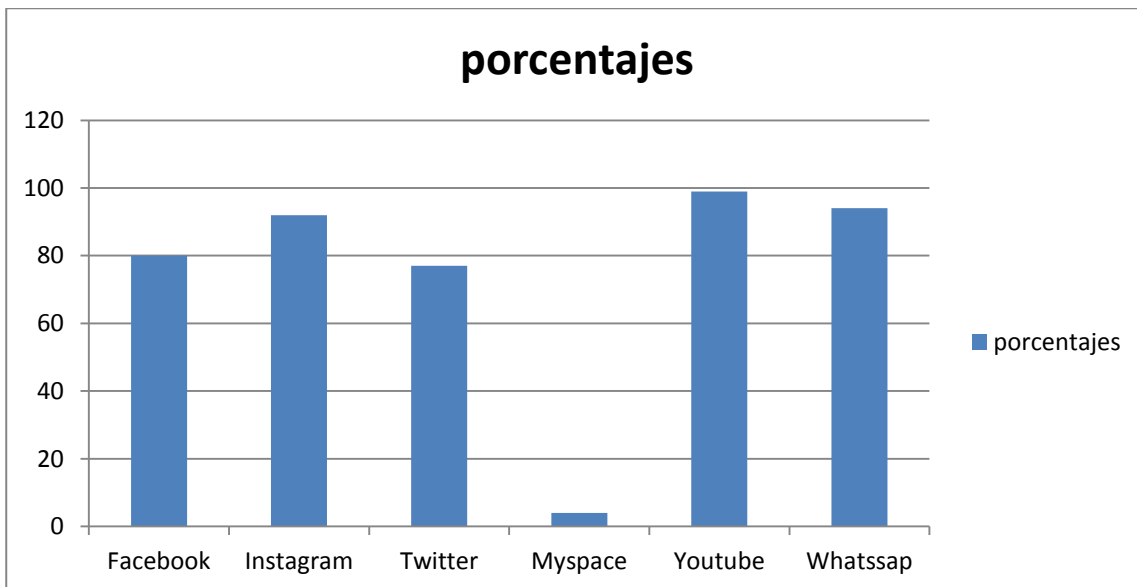
Instagram: 129 = 92%

Twitter: 108 = 77%

Myspace: 6 = 4%

Youtube: 139 = 99%

Otras: whatsapp: 134 = 94%



▪ **Uso de las RRSS:**

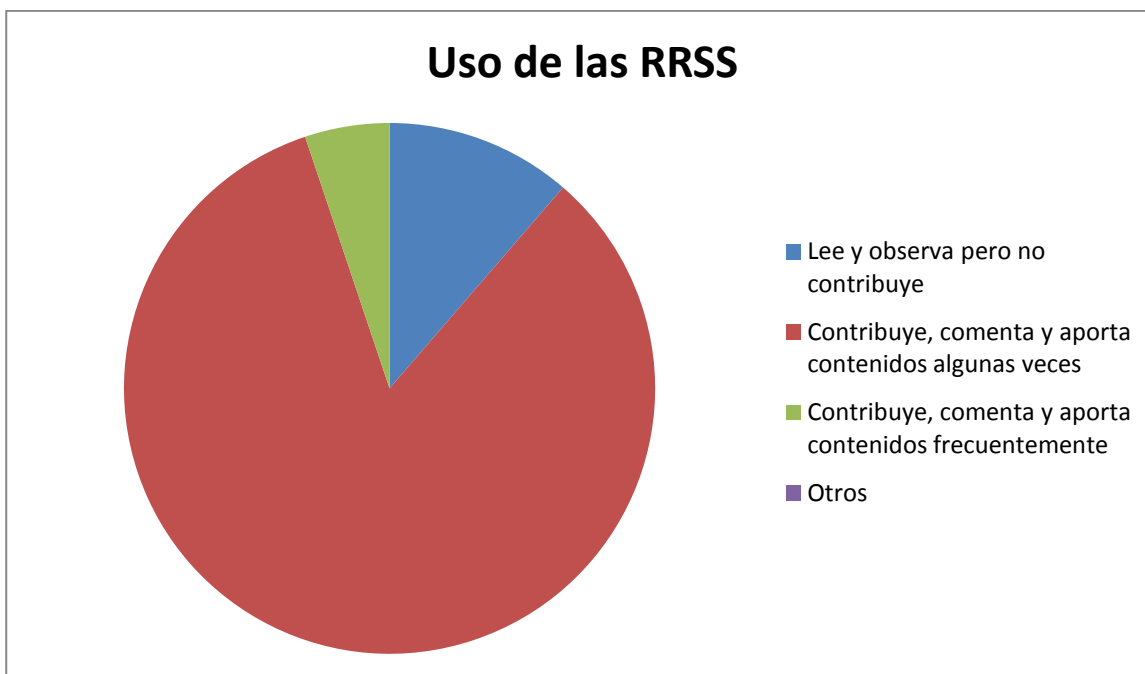
Lee y observa pero no contribuye: 16 = 11%

Contribuye, comenta y aporta contenidos algunas veces: 113 = 81%

Contribuye, comenta y aporta contenidos frecuentemente: 7 = 5%

Otros: 0 = 0%

Misma identidad digital que identidad real: 126 = 90%. El 10% restante ha creado en el espacio digital identidades diferentes a la de la realidad.



▪ **RRSS escolares:**

Tan solo el 50% de la muestra = 70 escolares utilizan las RRSS escolares. De estos 70 alumnos:

Lee y observa pero no contribuye: 45 = 46%

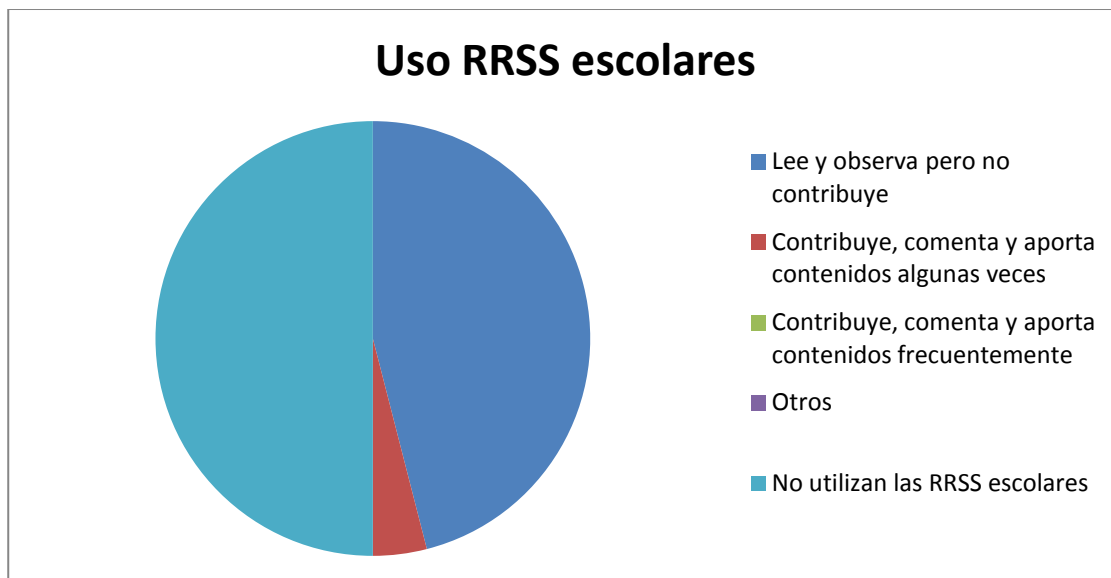


Contribuye, comenta y aporta contenidos algunas veces: 5 = 4%

Contribuye, comenta y aporta contenidos frecuentemente: 0 = 0%

Otros: 0 = 0%

Misma identidad en sus RRSS personales y RRSS escolares: 70 = 100% de los que las usan. 50% en el total de la muestra.



▪ **Tipos de RRSS que utilizan sus escuelas:**

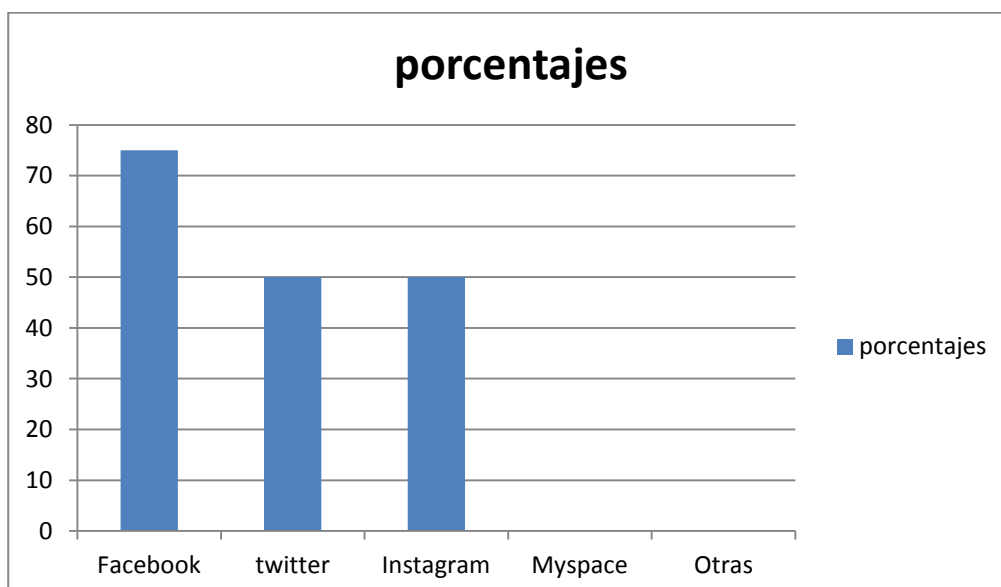
Facebook: 105 = 75%. Tienen Facebook el IES Infanta Elena, el CEIP Poeta Antonio Oliver y el CEIP José María Lapuerta.

Instagram: 70 = 50%. Tienen Instagram el IES Arzobispo Lozano y el CEIP José María Lapuerta.

Twitter: 70 = 50%. Tienen Twitter el IES Arzobispo Lozano y el IES Infanta Elena.

Myspace: 0 = 0%

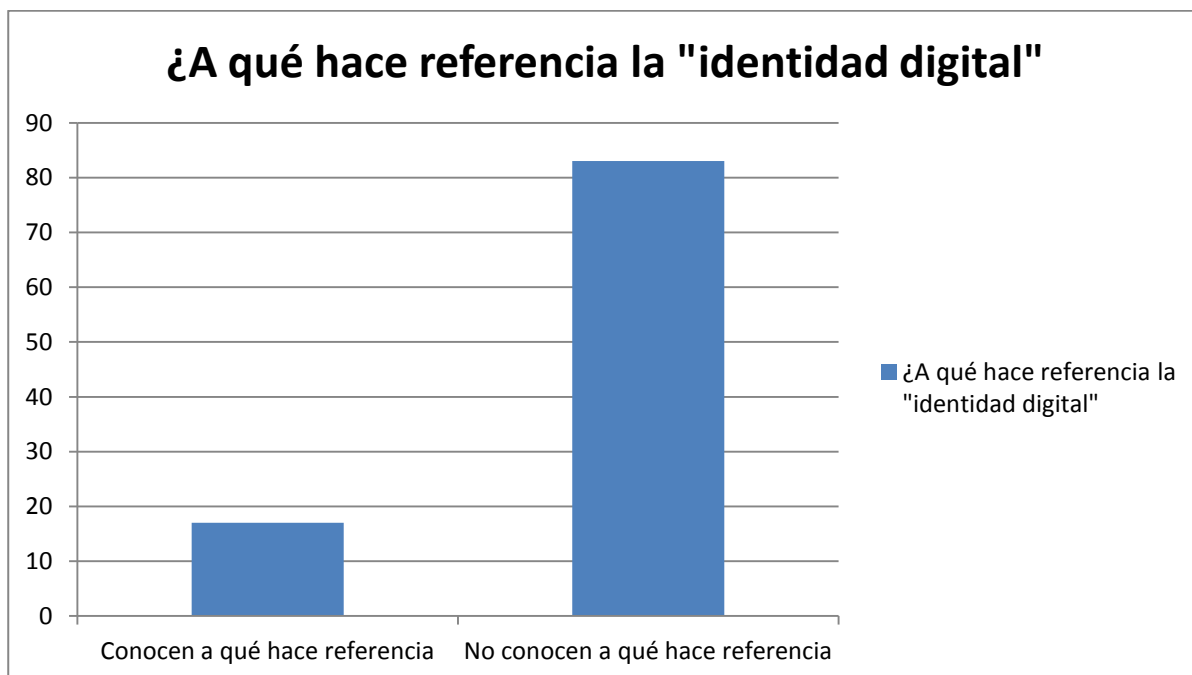
Otras: 0 = 0%



▪ **Significado de la palabra “identidad digital”:**

Saben lo que significa: 24 = 17%

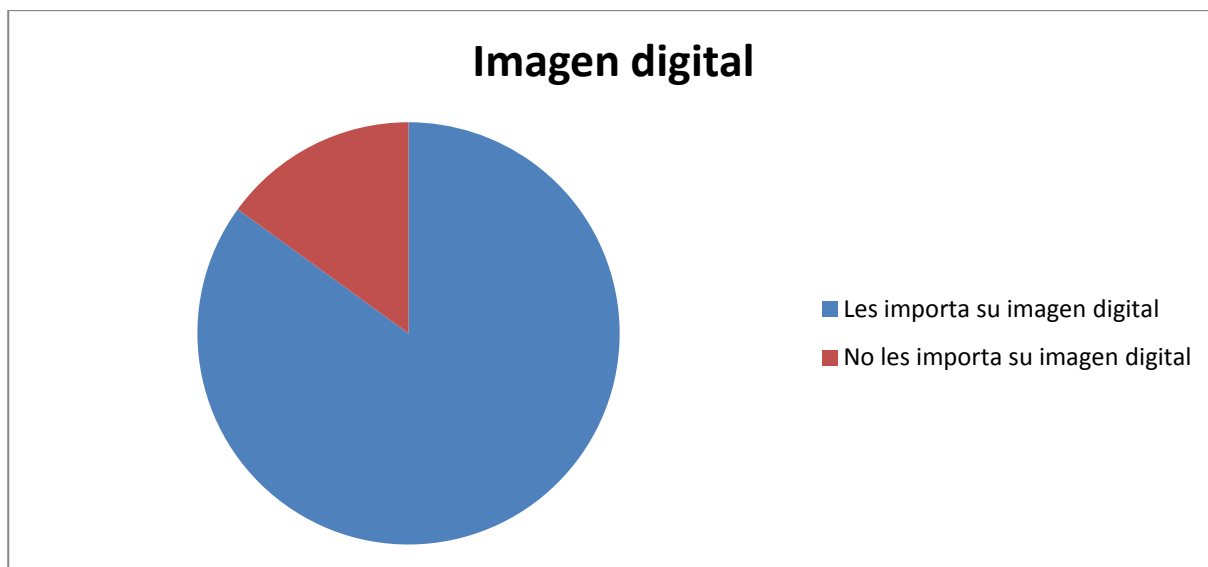
No saben lo que significa: 116 = 83%



▪ **Imagen en la red:**

Dan importancia a su imagen en la red: 119 = 85%

No dan importancia a su imagen en la red: 21 = 15%



▪ **Lenguaje y vocabulario empleado en el espacio digital:**

Utiliza un lenguaje y vocabulario adecuado sin faltas de ortografía y sin vulgarismos: 97 = 69%

Sus contribuciones y comentarios son adecuados, con intención de aportar cosas positivas o realizar críticas constructivas; sin atacar a otras personas y sin hacer críticas no constructivas: 8 = 6%

Ambas: 35 = 25%

Otras: 0 = 0%

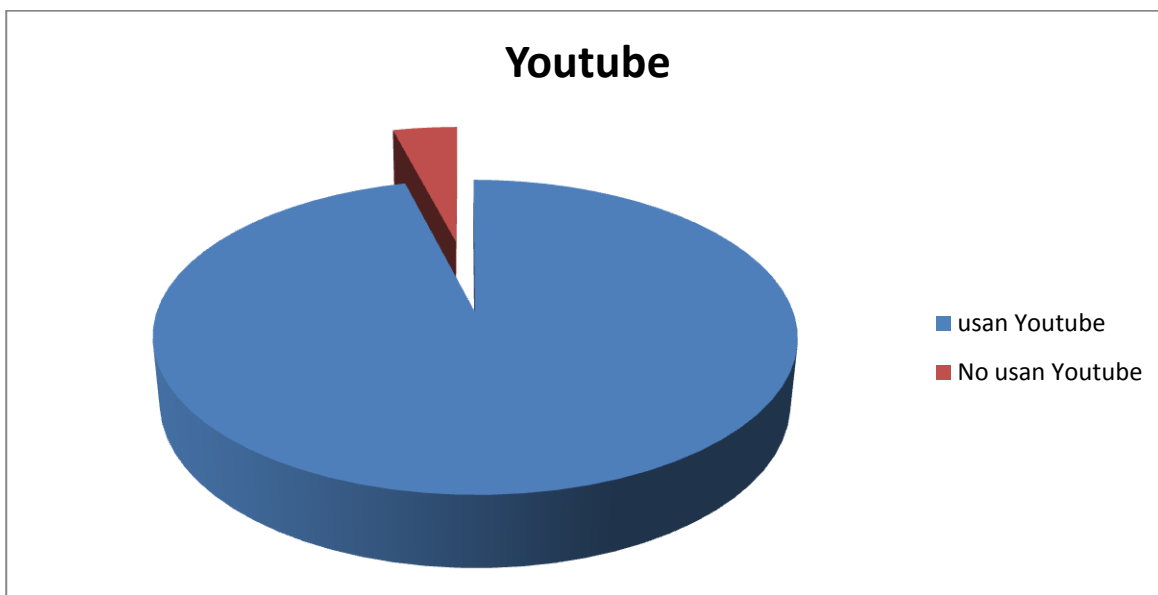
▪ **Youtubers:**

Usan Youtube: 135 = 96%

Siguen a youtubers: 128 = 21%

No siguen a youtubers: 12 = 9%

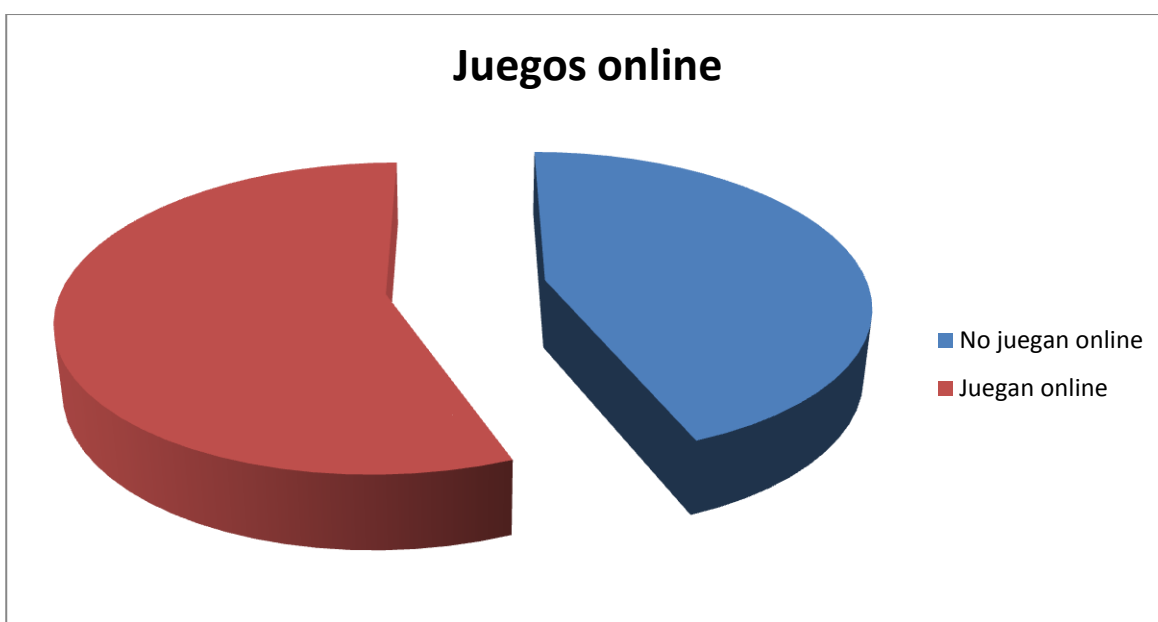
Sienten que su imagen digital está ligada a youtubers: 11 = 9%



▪ **Videojuegos online:**

Juegan a juegos online: 79 = 56%. Muchos han dicho que juegan a videojuegos que no son online.

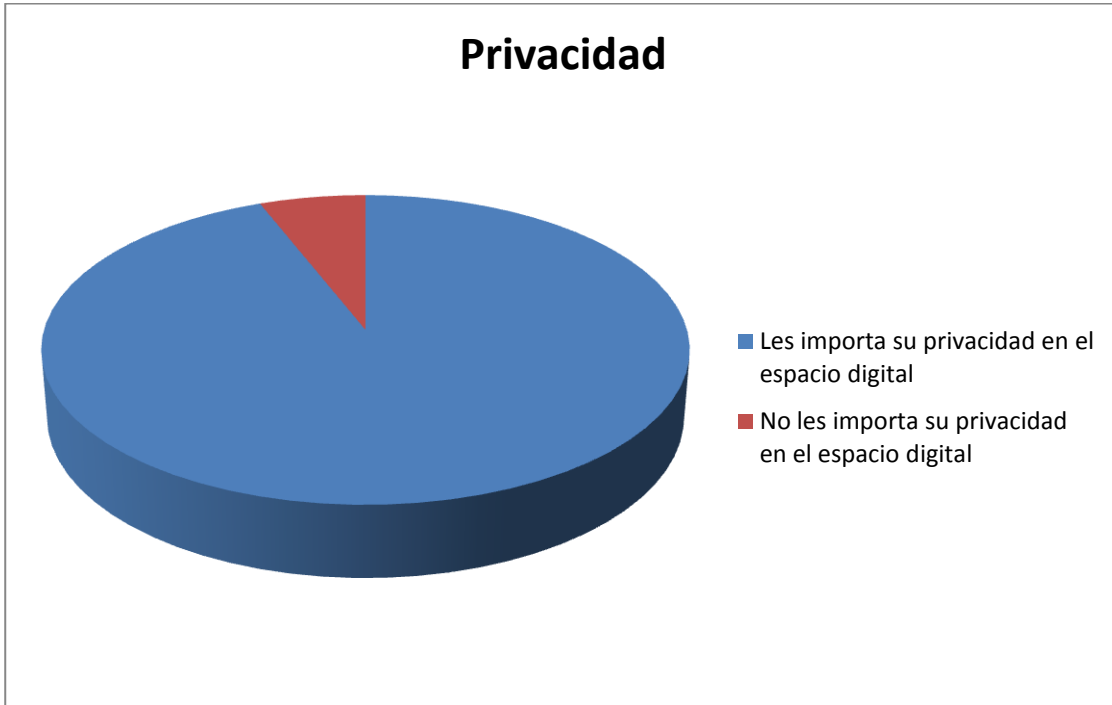
Sienten su imagen digital ligada a juegos online: 16 = 11%



▪ **Privacidad en Internet:**

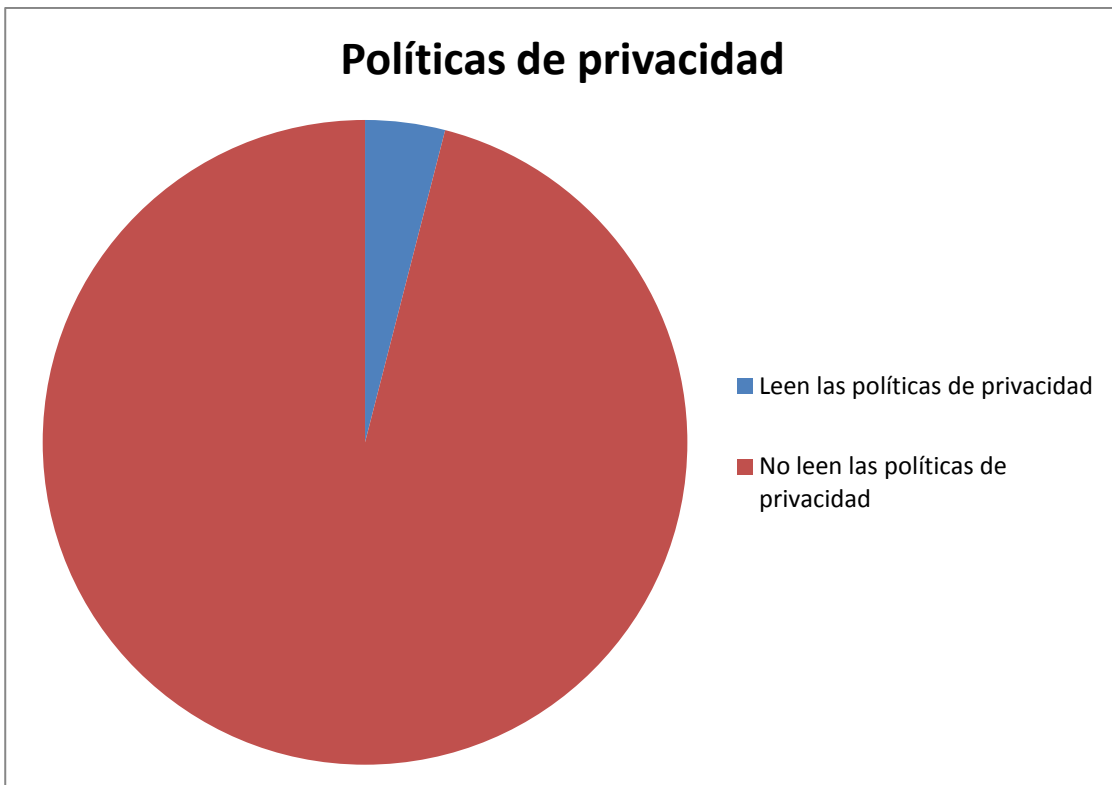
Les importa su privacidad en Internet: 132 = 94%

No se preocupan su privacidad en internet: 8 = 6%. No se preocupan porque no tienen miedo de que otra persona pueda utilizar la información que cuelgan en la red con fines que desconocen.



Leen las políticas de privacidad del espacio digital: 3 = 4%

No leen las políticas de privacidad del espacio digital: 97 = 96%



## Cronograma

El Trabajo de Fin de Máster pasó por varias etapas que se procede a comentar:

FECHA O PERIODO	TAREA
15/12/17	Decisión del tema de investigación.
16/12/17 - 28/12/17	Búsqueda de información sobre la investigación cuantitativa y cualitativa y sus instrumentos de recogida de información y decisión de cuál llevar a cabo para el tema elegido y qué técnicas e instrumentos utilizar.
29/12/17 - 27/03/18	Búsqueda de información o marco teórico sobre el tema de investigación.
27/03/18 - 02/04/18	Diseño del cuestionario.
14/04/18	Validación del cuestionario por profesores de la UNED.
15/04/18 - 05/04/18	Recogida de información a través del cuestionario.
06/04/18 – 14/04/18	Análisis y redacción de los datos obtenidos (resultados).
14/05/18	Finalización del TFM.
21/05/18	Visto bueno de la tutora.

## CUESTIONARIO SOBRE LA IDENTIDAD DIGITAL

Sexo: hombre  mujer

Edad:

¿Ciudad de origen?:

Nombre del centro escolar:

Curso:

**Este cuestionario es totalmente anónimo.**

**Nos gustaría conocer tu opinión sobre algunos usos de las nuevas tecnologías. Marca con una cruz la opción que consideres correcta en cada pregunta.**

### **1 ¿Tienes redes sociales personales?**

Sí      No

**Cuando entras a tus redes sociales personales ¿qué haces?**

- a) Leo y observo pero no contribuyo.
- b) Contribuyo, comento y apporto contenidos algunas veces.
- c) Contribuyo, comento y apporto contenidos frecuentemente.
- d) Otros.

Justifica tu respuesta, explica por qué:

---

---

---

### **2 ¿Cuáles utilizas? Marca todas las que tengas.**

- a) Facebook
- b) Instagram
- c) Twitter
- d) Snapchat
- e) Myspace
- f) Youtube
- g) Otras como: \_\_\_\_\_

### **3 ¿Con qué frecuencia las utilizas?**

- 0. Nunca**
- 1. Casi nunca o rara vez**

2. Una o dos veces por semana

3. Casi todos los días

4. Todos los días

4 ¿Qué redes sociales utiliza tu escuela?

- a) Facebook
- b) Instagram
- c) Twitter
- d) Myspace

Otras como: \_\_\_\_\_

5 ¿Participas de las redes sociales del centro escolar al que perteneces?

- a) Sí
- b) No

Si tu respuesta es sí, cuando entras a estas redes sociales ¿qué haces?

- a) Leo y observo pero no contribuyo
- b) Contribuyo, comento y apporto contenidos algunas veces.
- c) Contribuyo, comento y apporto contenidos frecuentemente.
- d) Otros.

Justifica tu respuesta:

6 ¿Qué entiendes por identidad digital?

7 ¿Le das importancia a tu imagen en Internet o cómo te ven los demás?

- c) Sí
- d) No

8 Si tu respuesta en la pregunta número 6 es “sí”, ¿qué haces para tener una buena imagen ante los demás?

- a) Utilizo un lenguaje y vocabulario adecuado sin faltas de ortografía y sin vulgarismos.
- b) Mis contribuciones y comentarios son adecuados, con intención de aportar cosas positivas o realizar críticas constructivas; sin atacar a otras personas y sin hacer críticas no constructivas.

- c) Ambas.
- d) Otras.

**Si además de estos aspectos consideras importantes otros para mantener una identidad digital positiva escríbelos aquí abajo.**

**9 ¿Has creado alguna vez alguna identidad digital anónima?**

- e) Sí
- f) No

**Si tu respuesta es sí, ¿por qué lo has hecho?**

**10 Para las redes sociales del centro escolar has adoptado una identidad digital diferente a la real o diferente a la de tus redes sociales personales? ¿Por qué?**

- a) Sí
- b) No

Porque \_\_\_\_\_

---

---

**11 ¿Sueles adoptar una identidad digital diferente dependiendo del espacio digital en el que estás?**

- a) Sí
- b) No, intento crear la misma imagen digital en todos los espacios digitales.

**12 ¿Sigues a youtubers en la red y te identificas con ellos?**

- a) Sí
- b) No

**13 ¿Intentas hacer que tu imagen digital se parezca a los youtubers que sigues y te gusta que te relacionen con las identidades de esos youtubers?**

- a) Sí
- b) No



Justifica tu respuesta:

**14 ¿Crees que los demás te ven en la red como un chico/a con comportamientos parecidos a los de los youtubers?**

- a) Sí
- b) No

¿Por qué?:

**15 ¿Usas juegos en Online?**

- a) Sí
- b) No

**16 ¿Sientes que tu imagen en Internet está ligada a los juegos digitales?**

- a) Sí
- b) No

**17 Mi mayor tiempo en Internet lo paso en espacios digitales de:**

- a) Youtubers
- b) Videojuegos
- c) Ambos
- d) Otros, como: \_\_\_\_\_

**18 ¿Cuánta importancia le das al lenguaje utilizado para comunicarte a través de la red?**

- a) Mucha
- b) Suficiente
- c) Poca
- d) Ninguna

**19 ¿Te muestras igual en la realidad que en Internet? ¿Por qué?**

- a) Me muestro igual en la realidad y en Internet porque me gusta mi identidad de la realidad.
- b) No me muestro igual porque no me gusta ni me identifico con mi identidad de la realidad y el espacio digital me posibilita crear mi identidad digital tal y como soy realmente y no tengo miedo a mostrarlo en tales espacios.
- c) No me muestro igual porque no me gusta ni me identifico con mi identidad de la realidad y el espacio digital me posibilita crear mi identidad digital tal y como me gustaría que me vieran aunque en realidad no soy así.
- d) No me muestro igual porque en función de mis intereses así creo mi identidad.
- e) No me muestro igual porque actúo de forma diferente en ambos “mundos”.
- f) Otras razones.

**Si tu respuesta es la e) ¿por qué otras razones?**

**20 ¿Qué importancia tiene para ti la privacidad de tus datos personales? Justifica tu respuesta.**

**21 ¿Crees que tu imagen en la red puede ser manipulada por alguien?**

- a) Sí
- b) No

**22 ¿Te sientes seguro en Internet?**

- a) Sí
- b) No

**23 ¿Lees las políticas de privacidad de cada sitio del que eres usuario?**

- a) Sí
- b) No

**24 ¿Tienes miedo de que alguien utilice tu imagen sin tu conocimiento para fines que desconoces?**

- c) Sí
- d) No

**25 ¿Tienes miedo de que puedan utilizar las fotos o información que subes a Internet para después manipularte o acosarte?**

- a) Sí
- b) No

**26 ¿Te preocupa por dónde puedan circular las fotos e información que cuelgas en la red y quién lo pueda ver?**

- a) Sí
- b) No

**Espero que el cuestionario haya sido de su agrado y que se haya sentido cómodo en todo momento. Ha sido muy amable por colaborar y su información es de mucho interés**

**Saludos y muchas gracias por su atención y colaboración.**

# DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DEL TRABAJO CIENTÍFICO, PARA LA DEFENSA DEL TRABAJO FIN DE MASTER

Fecha: 15/05/16

Quién suscribe: Francisco Torres Verdú

Autor(a): Francisco Torres Verdú  
D.N.I/N.I.E/Pasaporte.: 77841745Q

Hace constar que es la autor(a) del trabajo:

Sí. Hago constar que Francisco Torres Verdú, con DNI: 77841745-Q es el autor del presente trabajo.

En tal sentido, manifiesto la originalidad de la conceptualización del trabajo, interpretación de datos y la elaboración de las conclusiones, dejando establecido que aquellos aportes intelectuales de otros autores, se han referenciado debidamente en el texto de dicho trabajo.

## DECLARACIÓN:

- ✓ Garantizo que el trabajo que remito es un documento original y no ha sido publicado, total ni parcialmente por otros autores, en soporte papel ni en formato digital.
- ✓ Certifico que he contribuido directamente al contenido intelectual de este manuscrito, a la génesis y análisis de sus datos, por lo cual estoy en condiciones de hacerme públicamente responsable de él.
- ✓ No he incurrido en fraude científico, plagio o vicios de autoría; en caso contrario, aceptaré las medidas disciplinarias sancionadoras que correspondan.

Fdo.

 Francisco Torres Verdú

