REVISTA INVECOM
ISSN en línea: 2739-0063

Ciudadanía digital en posgrado: impacto de la alfabetización mediática e identidad

Digital Citizenship in Graduate Education: The Impact of Media Literacy and Identity

Recibido: 30/06/2025 - **Aceptado:** 12/09/2025

Juan Carlos Vega Guzman
https://orcid.org/0009-0003-9875-5646
juan.vegag@unmsm.edu.pe
Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú

Lourdes Ivonne del Carmen Alcaide Aranda
https://orcid.org/0000-0003-0304-8344
lalcaidea@unmsm.edu.pe
Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú

Alberto David Li Falla
https://orcid.org/0000-0001-6633-1660
davidlifalla@gmail.com
Universidad César Vallejo. Lima, Perú

Yolvi Ocaña-Fernández
https://orcid.org/0000-0002-2566-6875
yocanaf@unmsm.edu.pe
Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú

Resumen

El estudio examina la asociación entre alfabetización mediática, gestión de la identidad y ciudadanía digitales en estudiantes de posgrado de una universidad pública peruana. Se realizó una investigación cuantitativa, no experimental y transversal con 202 estudiantes de una población de 319. Se aplicaron tres cuestionarios tipo Likert y se estimaron regresiones logísticas. El modelo global fue significativo, $\chi^2(2) = 9{,}138$, $p = {,}010$, con un R^2 de Nagelkerke de ,188. La gestión de la identidad digital se asoció con el logro en ciudadanía digital (B = 2,288; OR = 9,857; IC 95 % [1,815, 53,533]; p = ,008). Los modelos conjuntos fueron significativos para sociedad del conocimiento, ley y comunicación digitales; su ajuste fue mayor para la primera dimensión. La alfabetización mediática contribuyó al ajuste global, pero sus parámetros fueron inestables debido al efecto techo: el 97,0 % de la muestra alcanzó el logro en ciudadanía digital. La formación de posgrado debe priorizar la autorregulación de la presencia digital.

Palabras clave: ciudadanía digital, alfabetización mediática, gestión de la identidad digital.

Abstract

The study examines the association between digital media literacy, identity management, and digital citizenship among graduate students at a Peruvian public university. A quantitative, non-experimental, cross-sectional study was conducted with 202 students out of a population of 319. Three Likert-scale questionnaires were administered, and logistic regressions were estimated. The overall model was significant, $\chi^2(2) = 9.138$, $p = .010$, with a Nagelkerke R^2 of .188. Digital identity management was associated with achievement in digital citizenship (B = 2.288; OR = 9.857; 95% CI [1.815, 53.533]; p = .008). The combined models were significant for the knowledge society, digital law, and digital communication; their fit was better for the first dimension. Media literacy contributed to the overall fit, but its parameters were unstable due to the ceiling effect: 97.0% of the sample achieved proficiency in digital citizenship. Graduate education should prioritize self-regulation of one's digital presence.

Keywords: digital citizenship, media literacy, digital identity management.

SciELO Venezuela latindex LatinREV CC BY

Introducción

La expansión de las plataformas digitales ha trasladado una parte considerable de la actividad académica, profesional y cívica a espacios donde aprender, informarse, colaborar y construir reputación ocurren de manera simultánea. En la educación superior, esa transformación no puede reducirse a la disponibilidad de dispositivos ni al uso de aplicaciones. Los estudiantes necesitan interpretar mensajes, reconocer las consecuencias de sus huellas digitales, participar con respeto y proteger información personal y académica. La ciudadanía digital nombra precisamente ese conjunto de disposiciones, competencias y prácticas que permite actuar de forma responsable, crítica y participativa en entornos mediados por tecnologías.

La noción de ciudadanía digital ha evolucionado desde enfoques centrados en normas de comportamiento tecnológico hacia perspectivas más amplias que incluyen participación democrática, pensamiento crítico, seguridad, derechos y responsabilidad social. Choi (2016) la define como un conjunto integrado de competencias, formas de pensamiento y prácticas necesarias para comprender, participar y transformarse en la era de Internet. Esta concepción sitúa al estudiante como agente de su actividad en línea, no como un usuario pasivo de recursos. En una línea complementaria, Ribble (2012) propone que la ciudadanía digital debe abordarse de modo transversal en la educación, porque las decisiones tecnológicas cotidianas comprometen relaciones, derechos y aprendizajes de todas las áreas formativas.

La literatura también advierte que el constructo es multidimensional. Choi et al. (2017), al desarrollar una escala de ciudadanía digital, identificaron dimensiones relacionadas con la participación, la competencia crítica, la responsabilidad y la seguridad. En el ámbito iberoamericano, Lozano y Fernández-Prados (2018) resaltan la necesidad de instrumentos con propiedades psicométricas explícitas, debido a la diversidad de prácticas que se incorporan bajo esta denominación. El metaanálisis de Rendón Gil y Angulo Armenta (2022) igualmente muestra que los estudios educativos de la región combinan aproximaciones técnicas, éticas, comunicativas y participativas. Por ello, describir a una persona como “competente digitalmente” no equivale, sin más, a afirmar que ejerce una ciudadanía digital plena.

Esta distinción adquiere relevancia en el posgrado. En este nivel, las prácticas digitales no se limitan a acceder a materiales de clase. Las y los estudiantes publican avances, participan en redes científicas, intercambian datos, citan fuentes, gestionan perfiles académicos y negocian formas de colaboración virtual. Cada una de esas actividades produce evidencias sobre la presencia digital de la persona y puede afectar su reputación académica o profesional. Asimismo, la conversación y la producción de conocimiento se desarrollan en plataformas con reglas propias, modelos de visibilidad y riesgos asociados a la circulación de información personal. La ciudadanía digital de posgrado debe examinarse, entonces, como una capacidad situada que articula formación, ética y autorregulación.

Una de las capacidades más relevantes en este escenario es la alfabetización mediática. Su alcance excede el manejo técnico de herramientas. Comprende acceder, comprender, analizar, evaluar y crear mensajes en diferentes lenguajes y soportes. La revisión de Mesquita Romero y Fernández Morante (2023) muestra que la investigación reciente ha desplazado la visión estrictamente instrumental de los medios hacia asuntos como la desinformación, la participación democrática y la identidad digital. En términos educativos, una persona alfabetizada mediáticamente no solo encuentra información; considera su procedencia, contrasta fuentes, reconoce intereses y decide cómo comunicar lo que ha comprendido.

Esta competencia es especialmente necesaria en un ecosistema informativo caracterizado por la abundancia de contenidos, la velocidad de difusión y la dificultad de distinguir entre fuentes confiables, errores no intencionales y mensajes deliberadamente engañosos. Sádaba y Salaverría (2023) documentan que la alfabetización mediática ocupa un lugar recurrente en las estrategias europeas contra la desinformación, junto con medidas regulatorias y tecnológicas. La UNESCO sostiene una posición semejante al vincular la alfabetización mediática e informacional con la capacidad de pensar críticamente y actuar de manera responsable en contextos comunicativos complejos (Grizzle et al., 2023). Para el posgrado, estas habilidades son decisivas porque la calidad de la búsqueda, la evaluación de evidencias y la comunicación académica inciden de forma directa en la investigación y en el debate público informado.

Sin embargo, las competencias para analizar información no agotan la formación necesaria. La gestión de la identidad digital introduce una dimensión reflexiva sobre cómo una persona construye, vigila y ajusta su presencia en línea. Giones-Valls y Serrat i Brustenga (2010) la conciben como la capacidad de administrar visibilidad, reputación y privacidad. No se trata de controlar de manera absoluta toda la información disponible sobre alguien, algo difícil en entornos conectados, sino de adoptar decisiones deliberadas sobre perfiles, publicaciones, configuraciones de privacidad, interacciones y rastros generados por terceros.

Las relaciones entre alfabetización mediática, identidad digital y ciudadanía digital no son necesariamente lineales. La alfabetización mediática puede aportar herramientas para seleccionar y evaluar información, pero no

garantiza por sí misma que se respeten derechos, que se protejan datos o que se participe éticamente. A su vez, una identidad digital bien administrada puede favorecer la prudencia en la interacción, aunque tampoco asegura una participación crítica en asuntos públicos. Estudios con estudiantes de educación superior han hallado asociaciones entre competencias digitales y ciudadanía digital, lo que sugiere un vínculo relevante pero complejo (Arkorful et al., 2024). En estudiantes de negocios, Al-Ali et al. (2024) reportaron que ciudadanía digital y empoderamiento digital se relacionan con el desempeño académico, lo cual amplía la pertinencia del tema más allá de asignaturas tecnológicas.

El problema de investigación se origina en la necesidad de comprender cómo estas dos competencias se vinculan con el ejercicio de la ciudadanía digital en el nivel de posgrado. La evidencia disponible no permite asumir que el dominio de tecnologías se traduzca automáticamente en conductas responsables o en una presencia digital estratégica. Más aún, la comunicación digital académica requiere integrar verificación, argumentación, escucha, colaboración y consideración de normas. En consecuencia, es importante explorar si la alfabetización mediática y la gestión de la identidad digital se asocian de modo diferenciado con la sociedad del conocimiento, la ley digital y la comunicación digital.

El estudio tuvo como objetivo determinar la asociación de la alfabetización mediática y la gestión de la identidad digital con la ciudadanía digital de estudiantes de posgrado de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos durante 2024. De manera específica, se examinó el ajuste de modelos para las dimensiones sociedad del conocimiento, ley digital y comunicación digital. La formulación original empleó el término “incidencia”. Dado que el diseño fue observacional y transversal, en este artículo dicho término se interpreta en sentido estadístico-predictivo y no como prueba de causalidad. Esta precisión evita atribuir a las variables independientes efectos causales que el diseño no permite establecer.

Metodología

Se desarrolló un estudio básico, de enfoque cuantitativo, con diseño no experimental y corte transversal. La investigación se orientó a estimar la asociación entre dos variables predictoras, alfabetización mediática y gestión de la identidad digital, y una variable de resultado, ciudadanía digital, en un único momento de medición. La elección del diseño permitió describir los niveles reportados y ajustar modelos de regresión para explorar la contribución conjunta de las variables. No se aplicaron tratamientos ni se modificaron las condiciones de las y los participantes.

La población estuvo integrada por 319 estudiantes de posgrado de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, según el padrón institucional de 2023. La muestra fue de 202 estudiantes, calculada para un nivel de confianza del 98 %, una proporción esperada del 50 % y un error máximo del 5 %. La selección se realizó mediante muestreo aleatorio simple. La unidad de análisis fue cada estudiante de posgrado. El documento fuente no ofrece información sociodemográfica desagregada; por ello, el presente artículo no atribuye los resultados a edad, sexo, programa de estudio u otras características no registradas.

La información se recogió mediante encuesta, a través de tres cuestionarios con respuestas tipo Likert de cinco categorías, desde 1 = nunca hasta 5 = siempre. La escala de ciudadanía digital tuvo 13 ítems y examinó sociedad del conocimiento, ley digital y comunicación digital. La escala de alfabetización mediática incluyó 20 ítems distribuidos en conocimiento tecnológico, comunicación de la información, análisis y verificación de la información y tecnología para la formación. Esta última adaptación se basó en el instrumento reportado por Mango Quispe (2023). El cuestionario de gestión de la identidad digital incorporó 10 ítems referidos a visibilidad, reputación y privacidad. Estas dimensiones se corresponden con la conceptualización de la gestión identitaria propuesta por Giones-Valls y Serrat i Brustenga (2010).

Tabla 1. *Diseño y operacionalización sintética del estudio*

Componente	Especificación
Diseño	Cuantitativo, no experimental y transversal
Muestra	319 estudiantes; n = 202; muestreo aleatorio simple
Resultado	Ciudadanía digital: 13 ítems; sociedad, ley y comunicación digitales
Predictor 1	Alfabetización mediática: 20 ítems; cuatro dimensiones
Predictor 2	Gestión de identidad: 10 ítems; visibilidad, reputación y privacidad

Componente	Especificación
Escala	Likert de 1 (nunca) a 5 (siempre)
Análisis	Descriptivos y regresión logística; α = ,05

La consistencia interna se examinó mediante el procedimiento de dos mitades. El coeficiente de Spearman-Brown fue ,791 para ciudadanía digital, ,834 para alfabetización mediática y ,837 para gestión de la identidad digital. Los valores sugieren una estabilidad interna adecuada para el uso analítico de las escalas. Para evaluar la adecuación de los datos al análisis factorial, se emplearon el índice Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y la prueba de esfericidad de Bartlett. Los tres KMO superaron ,70 y las pruebas de Bartlett fueron significativas, lo que respalda la presencia de correlaciones suficientes entre los ítems. Estos indicadores no reemplazan una validación independiente en otra muestra, pero ofrecen evidencia favorable sobre el comportamiento de las mediciones en la muestra estudiada.

Tabla 2. *Indicadores de consistencia interna y adecuación factorial de los instrumentos*

Escala	Fiabilidad (SB)	KMO	Bartlett χ^2 (gl), *p*
Ciudadanía digital	,791	,761	1185,171 (78), < ,001
Alfabetización mediática	,834	,808	2268,971 (190), < ,001
Gestión de identidad digital	,837	,773	845,328 (45), < ,001

Nota. Los coeficientes de Spearman-Brown proceden del análisis de dos mitades. KMO = Kaiser-Meyer-Olkin.

El análisis se ejecutó en dos etapas. Primero, se calcularon frecuencias y porcentajes para las categorías de desempeño de las variables y sus dimensiones. Después, se estimaron modelos de regresión logística multinomial, con un nivel de significancia de ,05. Aunque los resultados solo registraron dos categorías de ciudadanía digital —logro y proceso—, se conserva la denominación del procedimiento utilizada en el análisis original. La interpretación se basó en el ajuste global del modelo, el pseudo-R^2 de Nagelkerke, las pruebas de razón de verosimilitud y, cuando estuvieron disponibles, los coeficientes, razones de posibilidades e intervalos de confianza.

La codificación analítica consideró la categoría proceso como referencia para el modelo general de ciudadanía digital. En los modelos por dimensión se evaluó si la incorporación simultánea de alfabetización mediática y gestión de la identidad digital mejoraba el ajuste frente a un modelo con solo intercepto. Esta aproximación permite valorar la asociación estadística, no establecer temporalidad ni causalidad. Además, una distribución muy desequilibrada de la variable de resultado puede producir separación o parámetros extremos en la regresión logística. Por esa razón, se planificó interpretar los coeficientes junto con el ajuste global y no de forma aislada.

La investigación utilizó cuestionarios de autoinforme, por lo que las respuestas representan percepciones y prácticas declaradas. El documento fuente reporta validación por juicio de expertos en anexos, pero no consigna un número de aprobación de comité de ética, un procedimiento detallado de consentimiento informado ni el software estadístico empleado. Para no añadir información no verificable, esta publicación reconoce dichas ausencias como una limitación de transparencia metodológica. Cualquier envío editorial que requiera una declaración formal de ética deberá ser completado y firmado por el autor responsable con la documentación institucional correspondiente.

Resultados

La ciudadanía digital se concentró marcadamente en la categoría logro: 196 de los 202 participantes (97,0 %) se ubicaron en ese nivel, mientras que seis estudiantes (3,0 %) se encontraron en proceso. La distribución revela una evaluación predominantemente favorable de las prácticas de ciudadanía digital. A la vez, alerta sobre una varianza limitada que condiciona la precisión de los modelos predictivos. El patrón fue similar en sociedad del conocimiento, con 96,0 % en logro, y en ley digital, con 98,5 %. La comunicación digital mostró una distribución relativamente menos concentrada, aunque el 88,1 % alcanzó logro y el 11,9 % permaneció en proceso.

La alfabetización mediática presentó una dispersión mayor que la ciudadanía digital. El 78,2 % de la muestra se ubicó en logro y el 21,8 % en proceso. Al revisar las dimensiones, el conocimiento tecnológico fue el componente más consolidado, con 86,6 % en logro. En cambio, la comunicación de la información mostró una situación más heterogénea: 51,5 % en logro, 41,6 % en proceso y 6,9 % en inicio. El análisis y verificación de la información alcanzó 62,4 % en logro, pero el 35,1 % permaneció en proceso. La tecnología para la formación evidenció 54,5 % en logro y 45,5 % en proceso. Estos resultados sugieren que el uso y el conocimiento tecnológico no necesariamente se acompañan de la misma consolidación en prácticas comunicativas, de verificación o de aprovechamiento formativo.

La gestión de la identidad digital también se ubicó mayoritariamente en logro, con 86,6 % de los participantes, frente a 13,4 % en proceso. La privacidad fue la dimensión con mayor proporción de logro (94,1 %), seguida de visibilidad (87,1 %) y reputación (81,7 %). Aunque las tres dimensiones reflejan una valoración favorable, la reputación concentró el porcentaje más alto de estudiantes en proceso dentro de este constructo (16,3 %). El hallazgo es relevante porque el monitoreo de la imagen personal y profesional supone una práctica sostenida, no solo la configuración inicial de perfiles o el cierre de opciones de privacidad.

Tabla 3. *Distribución de los niveles de logro en las variables principales y dimensiones de ciudadanía*

Variable o dimensión	Inicio, n (%)	Proceso, n (%)	Logro, n (%)
Ciudadanía digital	—	6 (3,0)	196 (97,0)
Sociedad del conocimiento	—	8 (4,0)	194 (96,0)
Ley digital	—	3 (1,5)	199 (98,5)
Comunicación digital	—	24 (11,9)	178 (88,1)
Alfabetización mediática	—	44 (21,8)	158 (78,2)
Gestión de la identidad digital	—	27 (13,4)	175 (86,6)

El modelo global de ciudadanía digital presentó una mejora significativa frente al modelo con solo intercepto, $\chi^2(2) = 9{,}138$, $p = {,}010$. El R^2 de Nagelkerke fue ,188, lo que indica una capacidad explicativa modesta: las dos variables predictoras, en conjunto, se asociaron con una porción limitada de la variabilidad observada. Las pruebas de razón de verosimilitud mostraron contribuciones significativas de alfabetización mediática, $\chi^2(1) = 4{,}302$, $p = {,}038$, y gestión de la identidad digital, $\chi^2(1) = 6{,}139$, $p = {,}013$, al ajuste global del modelo.

En el análisis de parámetros, la gestión de la identidad digital fue el predictor estable. Alcanzar el nivel logro en esta variable se asoció positivamente con la probabilidad de pertenecer al nivel logro de ciudadanía digital ($B = 2{,}288$; $OR = 9{,}857$; IC 95 % [1,815, 53,533]; $p = {,}008$). Por el contrario, el parámetro de alfabetización mediática produjo un coeficiente extremo ($B = -17{,}981$; $OR = 1{,}552 \times 10^{-8}$), que no debe interpretarse como evidencia de una relación negativa sustantiva. La fuerte concentración de casos en logro de ciudadanía digital, con apenas seis observaciones en la categoría de referencia, genera inestabilidad y posible separación de los datos. En este caso, la prueba de razón de verosimilitud es más informativa que la razón de posibilidades aislada.

Los tres modelos por dimensión mejoraron significativamente respecto de sus respectivos modelos nulos. Para sociedad del conocimiento, $\chi^2(2) = 37{,}633$, $p < {,}001$, el R^2 de Nagelkerke fue ,600. Para ley digital, $\chi^2(2) = 15{,}369$, $p < {,}001$, el pseudo R^2 fue ,512. Para comunicación digital, $\chi^2(2) = 7{,}755$, $p = {,}021$, y el R^2 de Nagelkerke disminuyó a ,073. De este modo, el patrón de asociación conjunta fue mucho más fuerte en sociedad del conocimiento y ley digital que en comunicación digital.

En ley digital, la gestión de la identidad digital aportó de forma individual al modelo, $\chi^2(1) = 13{,}883$, $p < {,}001$, mientras que la alfabetización mediática no alcanzó el umbral convencional de significancia, $\chi^2(1) = 2{,}993$, $p = {,}084$. En comunicación digital se observó una diferencia más marcada: la gestión de la identidad digital fue significativa, $\chi^2(1) = 7{,}740$, $p = {,}005$, y la alfabetización mediática no lo fue, $\chi^2(1) = {,}333$, $p = {,}564$. El registro estadístico disponible para sociedad del conocimiento informa el ajuste conjunto y los pseudo R^2, pero no presenta las pruebas individuales de razón de verosimilitud; por tanto, no corresponde atribuir con precisión el efecto de cada predictor en esa dimensión.

Tabla 4. *Modelos de regresión logística para ciudadanía digital y sus dimensiones*

Resultado	χ^2 de ajuste (gl)	*p*	R^2 de Nagelkerke
Ciudadanía digital	9,138 (2)	,010	,188
Sociedad del conocimiento	37,633 (2)	< ,001	,600
Ley digital	15,369 (2)	< ,001	,512
Comunicación digital	7,755 (2)	,021	,073

Nota. Los valores corresponden a la comparación entre el modelo con predictores y el modelo con solo intercepto. Los pseudo R^2 son indicadores comparativos de ajuste.

En conjunto, los resultados muestran una relación consistente entre la gestión de la identidad digital y los resultados de ciudadanía digital medidos. En cambio, la alfabetización mediática exhibe un patrón más matizado: contribuye al ajuste del modelo general, pero no presenta asociación individual significativa en ley digital ni comunicación digital. La interpretación requiere prudencia por la naturaleza transversal del estudio, el carácter autorreportado de las escalas y la escasa variabilidad de la variable dependiente global.

Discusión

El principal hallazgo muestra que la gestión de la identidad digital se relaciona más consistentemente con la ciudadanía digital que la alfabetización mediática. Esta asociación aparece en el modelo global y en las dimensiones de ley digital y comunicación digital, mientras que los modelos conjuntos presentan una alta capacidad explicativa para sociedad del conocimiento y ley digital. Esto no permite afirmar causalidad; indica que la visibilidad, la reputación y la privacidad están vinculadas con la participación responsable en entornos digitales.

La relación es conceptualmente coherente. Gestionar la identidad digital supone decidir qué publicar, con quién compartir información, cómo proteger la privacidad y cómo proyectar una imagen académica o profesional. Estas decisiones implican normas, consecuencias y consideración hacia otros usuarios, por lo que se aproximan al componente ético y relacional de la ciudadanía digital planteado por Ribble (2012) y Choi (2016). Coincide también con Giones-Valls y Serrat i Brustenga (2010), quienes sitúan la visibilidad, la reputación y la privacidad entre las competencias informacionales y digitales.

El alto logro en privacidad (94,1 %) refleja una alta conciencia declarada sobre la protección de la información personal. Sin embargo, al tratarse de un autoinforme, no puede asegurarse que esa percepción se traduzca siempre en prácticas seguras. Huerta Patraca et al. (2021) advierten que la identidad digital debe evaluarse considerando conocimientos, prácticas de creación, visibilidad, seguridad y efectos personales. En reputación digital, el 81,7 % alcanzó logro y el 16,3 % permaneció en proceso. Esta dimensión depende también de comentarios, etiquetas e interacciones de terceros, como señalan Castañeda y Camacho (2012). En el ámbito académico, ello exige enseñar a construir una presencia digital coherente, verificable y respetuosa.

La alfabetización mediática presentó un comportamiento más complejo. A nivel global, el 78,2 % alcanzó logro y contribuyó al ajuste del modelo general, pero no tuvo un aporte individual significativo en ley digital ni en comunicación digital. Una explicación metodológica es el efecto techo de ciudadanía digital. Otra es conceptual: saber evaluar fuentes, seleccionar información o manejar herramientas no garantiza conductas éticas, legales o colaborativas. Mesquita Romero y Fernández Morante (2023) destacan que la alfabetización mediática actual incorpora desinformación, participación democrática e identidad digital, mientras que la UNESCO la vincula con pensamiento crítico y responsabilidad ciudadana (Grizzle et al., 2023). El conocimiento tecnológico alcanzó el 86,6 % de logro, pero tecnología para la formación registró el 45,5 % en proceso; además, el 48,5 % se ubicó entre inicio y proceso en comunicación de la información y el 37,6 % en análisis y verificación. La familiaridad tecnológica, por tanto, no se transforma automáticamente en un uso crítico o colaborativo.

La comunicación digital fue la dimensión con menor logro (88,1 %) y menor capacidad explicativa (R^2 de Nagelkerke = ,073). La gestión de la identidad digital sí mostró asociación individual, pero la alfabetización mediática no. Esto sugiere la influencia de otros factores, como normas de interacción académica, confianza entre pares, habilidades argumentativas, emociones y estilos docentes. Montalva Miñan (2020) recuerda que la comunicación virtual no consiste solo en transmitir información, sino también en construir reciprocidad y vínculos interpersonales.

En ley digital, el 98,5 % de la muestra se ubicó en logro y el modelo conjunto alcanzó un pseudo-R^2 de Nagelkerke de ,512. La gestión de la identidad digital fue el único predictor individual significativo disponible, algo coherente con su relación con la privacidad, la protección de datos y la responsabilidad sobre los contenidos. El Decreto Legislativo N.° 1412 (2018) reconoce la identidad digital como el conjunto de atributos que permite identificar a una persona en entornos digitales. No obstante, un porcentaje tan elevado exige cautela, pues puede reflejar competencias reales, baja capacidad discriminativa de los ítems o respuestas socialmente deseables.

El modelo de sociedad del conocimiento presentó el mayor ajuste (R^2 de Nagelkerke = ,600), lo que indica que ambas competencias, consideradas conjuntamente, se relacionan con prácticas de producción, intercambio y uso del conocimiento. Esto coincide con Barroso Jerez (2013), quien destaca que la participación en la sociedad del conocimiento depende de las competencias de los sujetos, y con Aguirre Sala (2014), quien señala que los medios digitales pueden ampliar la participación cuando se emplean con criterios ciudadanos. Sin embargo, al no reportarse los aportes individuales, no corresponde atribuir el efecto exclusivamente a la gestión de la identidad digital.

Los hallazgos dialogan con estudios recientes. Arkorful et al. (2024) encontraron relaciones entre competencias digitales y ciudadanía digital, mientras que Al-Ali et al. (2024) vincularon ciudadanía y empoderamiento digital con resultados académicos. En Perú, la Política Nacional de Transformación Digital al 2030 reconoce el papel de la academia en el desarrollo de capacidades para la transformación digital (Presidencia del Consejo de Ministros [PCM], 2023). Las universidades podrían integrar formación sobre privacidad, reputación académica, citación, licenciamiento, verificación de información y comunicación en línea en seminarios, tutorías y proyectos colaborativos. Esta formación debería equilibrar prevención y capacidad de acción, pues la ciudadanía digital supera el acceso tecnológico e incluye condiciones sociales de participación (Alva de la Selva, 2020).

Finalmente, los resultados deben interpretarse considerando sus limitaciones: la muestra pertenece a una sola facultad y universidad; el diseño es transversal; se utilizaron autoinformes; no se controlaron variables sociodemográficas; y existe un marcado efecto techo, con el 97,0 % de los participantes en logro de ciudadanía digital. Futuras investigaciones deberían utilizar muestras más diversas, instrumentos con mayor capacidad discriminativa y medidas conductuales. También debe fortalecerse la transparencia ética, explicitando el consentimiento informado, el anonimato, el tratamiento y la custodia de los datos y la aprobación institucional. En estudios sobre identidad digital, estos procedimientos forman parte de la ciudadanía responsable que se busca promover.

Conclusiones

La gestión de la identidad digital se asoció de manera consistente con la ciudadanía digital de estudiantes de posgrado. En el modelo global, el logro en gestión de la identidad aumentó la probabilidad de pertenecer al nivel logro de ciudadanía digital. También fue el único predictor individual significativo disponible en los modelos de ley digital y comunicación digital. Estos resultados destacan la importancia de formar prácticas de visibilidad, reputación y privacidad como parte de la preparación universitaria.

La alfabetización mediática mostró un papel necesario, pero menos concluyente. Aunque contribuyó al ajuste del modelo general y la mayoría de los estudiantes alcanzó el nivel logro, no presentó una asociación individual significativa con ley digital ni comunicación digital. Las debilidades relativas en comunicación de la información, verificación y uso formativo de tecnologías evidencian que el conocimiento técnico debe complementarse con experiencias de análisis crítico, participación ética y colaboración en línea.

El modelo conjunto explicó con mayor solidez la sociedad del conocimiento y la ley digital que la comunicación digital. La baja capacidad explicativa de esta última confirma que las interacciones en red dependen de factores adicionales, como las normas institucionales, las competencias socioemocionales y las condiciones de colaboración. Las universidades deberían incorporar de forma transversal actividades que articulen alfabetización mediática, privacidad, reputación, derechos digitales y comunicación académica responsable.

Los hallazgos deben interpretarse como asociaciones observadas en un diseño transversal y no como relaciones causales. El marcado efecto techo de ciudadanía digital y el uso de autoinformes reducen la estabilidad de algunas estimaciones. Se recomienda replicar el estudio con muestras heterogéneas, instrumentos más discriminativos, medidas de desempeño y diseños longitudinales o mixtos. Así será posible comprender con mayor precisión cómo se desarrollan las competencias que sustentan una ciudadanía digital crítica, segura y participativa.

Referencias

Aguirre Sala, J. F. (2014). El potencial de los medios digitales ante la participación ciudadana tradicional y en el presupuesto participativo. *Comunicación y Sociedad*, (22), 211–229. https://doi.org/10.32870/cys.v0i22.54

Al-Ali, A., Alsmairat, M. A. K., Qawasmeh, R., Mahrakani, N. J., & Alhazzani, N. S. (2024). Exploring the role of digital citizenship and digital empowerment to enhance academic performance of business students. *International Journal of Data and Network Science, 8*(2), 1275–1284. https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.11.007

Alva de la Selva, A. R. (2020). Escenarios y desafíos de la ciudadanía digital en México. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, 65*(238), 81–105. https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2020.238.68337

Arkorful, V., Salifu, I., Arthur, F., & Abam Nortey, S. (2024). Exploring the nexus between digital competencies and digital citizenship of higher education students: A PLS-SEM approach. *Cogent Education, 11*(1), Article 2326722. https://doi.org/10.1080/2331186X.2024.2326722

Barroso Jerez, C. (2013). Sociedad del conocimiento y entorno digital. *Education in the Knowledge Society, 14*(3), 61–86. https://doi.org/10.14201/eks.11351

Castañeda, L., & Camacho, M. (2012). Desvelando nuestra identidad digital. *El Profesional de la Información, 21*(4), 354–360. https://doi.org/10.3145/epi.2012.jul.04

Choi, M. (2016). A concept analysis of digital citizenship for democratic citizenship education in the Internet age. *Theory & Research in Social Education, 44*(4), 565–607. https://doi.org/10.1080/00933104.2016.1210549

Choi, M., Glassman, M., & Cristol, D. (2017). What it means to be a citizen in the Internet age: Development of a reliable and valid digital citizenship scale. *Computers & Education, 107*, 100–112. https://doi.org/10.1016/j.compedu.2017.01.002

Decreto Legislativo N.° 1412, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Gobierno Digital. (2018, 13 de septiembre). *Diario Oficial El Peruano*. https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/1691026-1

Giones-Valls, A., & Serrat i Brustenga, M. (2010). La gestión de la identidad digital: Una nueva habilidad informacional y digital. *BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació*, (24). https://doi.org/10.1344/105.000001545

Grizzle, A., Wilson, C., Tuazon, R., Cheung, C. K., Lau, J., Fischer, R., Gordon, D., Akyempong, K., Singh, J., Carr, P. R., Stewart, K., Tayie, S., Suraj, O., Jaakkola, M., Thésée, G., Gulston, C., Andzongo Menyeng, B. P., & Zibi Fama, P. A. (2023). *Ciudadanía alfabetizada en medios e información: Pensar críticamente, hacer clic sabiamente*. UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385119

Huerta Patraca, G. A., Torres Gastelú, C. A., & Lagunes Domínguez, A. (2021). Diseño y validación de una escala para medir la gestión de la identidad digital. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo, 11*(22). https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.943

Lozano Díaz, A., & Fernández-Prados, J. S. (2018). Ciudadanía digital y su medida: Propiedades psicométricas de una escala y retos para la educación superior. *Education in the Knowledge Society, 19*(3), 83–101. https://doi.org/10.14201/eks201819383101

Mango Quispe, P. E. (2023). *Alfabetización mediática y pensamiento crítico en estudiantes de Educación de una universidad nacional, 2022* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Repositorio Institucional UNSA. https://hdl.handle.net/20.500.12773/17112

Mesquita Romero, W. A., & Fernández Morante, C. (2023). Retos actuales de la alfabetización mediática y tendencias para la formulación de propuestas pedagógicas: Una revisión bibliográfica. *Academia y Virtualidad, 16*(1), 49–67. https://doi.org/10.18359/ravi.5748

Montalva Miñan, A. W. (2020). Los desafíos de la comunicación virtual en tiempos de pandemia. *Cultura, 34*, 69–76. https://doi.org/10.24265/cultura.2020.v34.05

Presidencia del Consejo de Ministros. (2023, 28 de julio). *Decreto Supremo N.° 085-2023-PCM: Decreto Supremo que aprueba la Política Nacional de Transformación Digital al 2030*. https://www.gob.pe/institucion/pcm/normas-legales/4471543-085-2023-pcm

Rendón Gil, J. G. R., & Angulo Armenta, J. (2022). Metaanálisis sobre ciudadanía digital en Iberoamérica: Énfasis en educación. *EDUTEC. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, (82), 91–103. https://doi.org/10.21556/edutec.2022.82.2593

Ribble, M. (2012). Digital citizenship for educational change. *Kappa Delta Pi Record, 48*(4), 148–151. https://doi.org/10.1080/00228958.2012.734015

Sádaba, C., & Salaverría, R. (2023). Combatir la desinformación con alfabetización mediática: Análisis de las

tendencias en la Unión Europea. *Revista Latina de Comunicación Social*, (81), 1–17. https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1552

Colaboración de la autoría

1. **Conceptualización:** Juan Carlos Vega Guzmán, Lourdes Ivonne del Carmen Alcaide Aranda, Alberto David Li Falla, Yolvi Ocaña-Fernández.
2. **Curación de datos:** Alberto David Li Falla.
3. **Análisis formal:** Juan Carlos Vega Guzmán.
4. **Investigación:** Lourdes Ivonne del Carmen Alcaide Aranda, Alberto David Li Falla.
5. **Metodología:** Juan Carlos Vega Guzmán, Lourdes Ivonne del Carmen Alcaide Aranda, Alberto David Li Falla, Yolvi Ocaña-Fernández.
6. **Recursos:** Juan Carlos Vega Guzmán, Lourdes Ivonne del Carmen Alcaide Aranda, Alberto David Li Falla, Yolvi Ocaña-Fernández.
7. **Software:** Juan Carlos Vega Guzmán.
8. **Supervisión:** Lourdes Ivonne del Carmen Alcaide Aranda.
9. **Validación:** Juan Carlos Vega Guzmán, Lourdes Ivonne del Carmen Alcaide Aranda, Alberto David Li Falla, Yolvi Ocaña-Fernández.
10. **Visualización:** Lourdes Ivonne del Carmen Alcaide Aranda, Alberto David Li Falla.
11. **Redacción – borrador original:** Juan Carlos Vega Guzmán.
12. **Redacción – revisión y edición:** Yolvi Ocaña-Fernández.