



GUÍA DE TRABAJO: INVESTIGADORES DE LA ÉTICA DIGITAL

Integrantes del Equipo: Hellen López Jorge Zarges y Vicente Rodríguez.

- PASO 1: Selección del Tema de Estudio

Reúnanse en su equipo de investigación, discutan las opciones y marque con una **X** el fenómeno digital de la comunidad Penta que desean descubrir: **La Identidad de Vitrina (Eje Verdad): La construcción de perfiles basados en apariencias vs. la realidad personal.** (Inspirado en el concepto de *Simulacro* de Baudrillard).

- [] **El Algoritmo y mi Voluntad (Eje Poder):** El poder invisible de las plataformas que decide qué vemos y controla nuestro tiempo. (Inspirado en la *Psicopolítica* de Han y la ilusión de libertad de Spinoza).
- [] **La Ética del "Like" (Eje Ética):** El impacto ético y la responsabilidad de nuestras reacciones y lo que compartimos. (Inspirado en la *Responsabilidad Absoluta* y la *Mala Fe* de Sartre).
- **Cámaras de Eco (Eje Verdad/Poder):** La tendencia a rodearnos y escuchar solamente a personas que piensan igual que nosotros. (Inspirado en las teorías sobre los hechos de Hannah Arendt).

PASO 2: El Diseño de la Investigación (¡A pensar como científicos!)

Basándose en el tema que eligieron en el Paso 1, su equipo debe debatir y redactar los siguientes elementos esenciales del método científico:

A. Nuestra Pregunta de Investigación:

(Recuerden: No debe responderse con un simple "Sí" o "No". Debe buscar entender el "cómo", "por qué" o "en qué medida" afecta este problema a los estudiantes de Penta).

👉 **Escriban su pregunta aquí: ¿De qué manera las redes sociales afectan la forma en que las personas expresan su personalidad?**

B. Nuestro Objetivo General:

(¿Qué es lo grande que quieren lograr al terminar el proyecto? Utilicen un verbo de acción en infinitivo como: Analizar, Evaluar, Comparar o Determinar). C. Nuestros Objetivos Específicos
(Los dos pasos para lograr el general)



👉 **Escriban su objetivo general:** **hacer que la gente reflexione sobre su yo real y digital ¿son las mismas personalidades?**

(¿Qué dos cosas concretas necesitan medir o identificar en la encuesta para responder a su objetivo general?)

- **Objetivo Específico 1:** Encuestar a cada curso cercano para ver si la mayoría de los estudiantes tienen identidad de vitrina
- **Objetivo Específico 2:** Hacer una conclusión de los resultados y poner un consejo que ayude a reflexionar a los estudiantes
- **D. Nuestra Hipótesis:**

(Esta es la apuesta de su equipo. Es la predicción de lo que creen que van a descubrir en los otros cursos de Penta antes de ver los datos).

👉 **Nuestra hipótesis es:** Nosotros creemos que en la comunidad Penta ocurre que algunas personas tienen identidad de vitrina porque sienten que deben de ser la persona perfecta en sus redes sociales

(Expliquen por qué su equipo decidió investigar este fenómeno digital. Pueden considerar preguntas como: ¿Por qué creen que este tema es importante? ¿Dónde lo observan en su vida cotidiana? ¿Cómo afecta a estudiantes o jóvenes de su edad? ¿Qué les llamó la atención de este problema?) justificación de 120 palabras

👉 **Nuestra justificación es:** Que la mayoría de los adolescentes quieren ser perfectos y como hay personas que en videos no se encuentra "perfecta" lo borra y se acompleja, elegimos esta sección porque hay muchos adolescentes que les pasa esto entonces queremos que no se acomplejen y que sean ellos mismos porque siempre hay que ser claros para que después nos reconozcan por nuestra personalidad verdadera.

Ej: Pepito se abre una cuenta de tiktok a los 12-13 años y sube un video que estuvo de moda en 2021 y no le dan likes como él espera, él se desanima y borra el video. Él se esfuerza en buscar contenido de moda en 2026 para que le den like a pesar de que a él le gusta el estilo de 2021 y sube videos perfectos pero él ya no le encuentra sentido, en sí de alguna forma pepito se alejó de su verdadero yo para aparentar ser perfecto para los demás.



PASO 3: Construcción de la Encuesta Digital

¡Diseñemos un formulario como verdaderos investigadores!

Ahora su equipo deberá construir una encuesta en formato digital utilizando la lógica de un formulario de Google Forms. Para ello, deberán crear distintos tipos de preguntas que les permitan obtener información variada y útil para su investigación.

Instrucción General

Su encuesta debe incluir 3 tipos diferentes de preguntas. Cada tipo de pregunta cumple una función distinta dentro de una investigación.

A. Preguntas Cerradas

(Sirven para obtener respuestas rápidas y fáciles de comparar).

👉 Construyan 2 preguntas cerradas.

Ejemplos:

- ¿Usas redes sociales todos los días?
- ¿Has sentido presión por subir contenido?

Formatos posibles en Google Forms:

- Sí / No
- Alternativas múltiples
- Casillas de verificación

👉 Nuestras preguntas cerradas:

- | | | |
|---------|-------|----------------|
| 1. USAS | REDES | FRECUENTEMENTE |
| <hr/> | | |
| 2. | <hr/> | |

B. Preguntas de Escala

(Sirven para medir opiniones, intensidad o frecuencia).

👉 Construyan 2 preguntas de escala.

Ejemplos:



- Del 1 al 5, ¿cuánto influyen las redes sociales en tu estado de ánimo?
- Del 1 al 5, ¿qué tan importante es recibir “likes” para ti?

Formatos posibles en Google Forms:

- Escala lineal
- Cuadrícula de opciones

👉 Nuestras preguntas de escala:

1. _____
2. _____

C. Preguntas Abiertas

(Sirven para conocer opiniones personales y respuestas más profundas).

👉 Construyan 1 pregunta abierta.

Ejemplos:

- ¿Por qué crees que las personas muestran una versión diferente de sí mismas en redes sociales?
- ¿Qué riesgos pueden tener las cámaras de eco?

Formato posible en Google Forms:

- Respuesta corta
- Párrafo

👉 Nuestra pregunta abierta:

Revisión Final del Equipo

Antes de crear el formulario, revisen:

- ✓ ¿Las preguntas ayudan a responder nuestra investigación?
- ✓ ¿Son claras y fáciles de entender?
- ✓ ¿Evitan juzgar o presionar a quien responde?
- ✓ ¿Existe variedad de preguntas?