CID

COMPETENCIAS EN INFORMACIÓN DIGITAL

IDENTIDAD DIGITAL

BUA

Biblioteca de la Universitat d' Alacant
Biblioteca de la Universidad de Alicante

Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

ÍNDICE

¿ QUÉ ES LA IDENTIDAD DIGITAL? 2

CARACTERÍSTICAS DE LA IDENTIDAD DIGITAL....3

ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD DIGITAL....4

LA GESTIÓN DE LA IDENTIDAD DIGITAL....5

VISIBILIDAD 7

REPUTACIÓN....8

PRIVACIDAD 9

CÓMO GESTIONAR LA IDENTIDAD DIGITAL....10

AMENAZAS A LA IDENTIDAD DIGITAL 11

PARA TERMINAR....13

IDENTIDAD DIGITAL

INTRODUCCIÓN

Con la eclosión de Internet, la cantidad de datos personales existentes en la red es muy elevada y contribuye a crear nuevas identidades personales en el entorno digital que pueden coincidir o no con la identidad analógica, es decir, con las características que se pueden atribuir a una determinada persona en su vida fuera de la red. Somos personas productoras y consumidoras de información en Internet: para el ocio, para los estudios, para las relaciones personales, etc.

Estar en Internet significa tener una representación personal, una identidad digital que se va construyendo a partir de la propia actividad en Internet y de la actividad de los demás. La oferta actual de ocio/negocio y consumo cultural en Internet, las aplicaciones para la comunicación electrónica y los sitios de redes sociales construyen una estructura en la que vive un "yo virtual". (Giones y Serrat, 2010)

Abordaremos el tema de la **gestión de la identidad digital personal.**

¿QUÉ ES LA IDENTIDAD DIGITAL?

Importante

La **identidad digital** es el conjunto de información sobre una persona o una organización expuesta en Internet: datos personales, imágenes, noticias, comentarios, gustos, amistades, aficiones, etc. que conforma una descripción de dicha persona en el plano digital

Todos y todas tenemos una **identidad digital**.

La construcción de la identidad digital está ligada al desarrollo de habilidades digitales y a **una actitud activa en la red**, **participativa, abierta y colaborativa.**

Importante

Esta identidad puede construirse sin que se corresponda exactamente con la realidad. Sin embargo lo que se hace bajo esa identidad digital tiene sus consecuencias en el mundo real y viceversa.

CARACTERÍSTICAS DE LA IDENTIDAD DIGITAL

- Es **social**. Se construye navegando por las redes sociales a partir del reconocimiento de los demás sin ni siquiera llegar a comprobar si esa identidad es real o no.
- Es **subjetiva**. Depende de cómo los demás perciban a esa persona a través de las informaciones que genera.

- Es **valiosa**. A veces personas y empresas navegan por las redes sociales para investigar la identidad digital de un candidato o una candidata y tomar decisiones sobre él o ella.
- Es **indirecta**. No permite conocer a la persona directamente sino las referencias publicadas de esa persona.
- Es **compuesta**. La identidad digital se construye por las aportaciones de la misma persona y también por otras personas sin la participación o consentimiento de esa persona.
- Es **real**. La información de la identidad digital puede producir efectos positivos y negativos en el mundo real.
- Es **dinámica**. La identidad digital no es una foto instantánea sino que está en constante cambio o modificación.

ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD DIGITAL

Tomando como fuente la página web https://www.cibercorresponsales.org/pages/identidad-digital-quien-quieres-ser-en-internet, la identidad en internet se construye con muchísimos elementos. Por eso nos conviene fijarnos en:

- **Nick:** ¿usas tu nombre legal o uno ficticio? ¿qué tipo de nombre es? ¿qué dice sobre ti?
- **Avatar:** ¿usas una foto que te representa o una ficticia con la que te identificas? ¿qué dice esa imagen sobre ti?
- **Lo que publicas:** ¿qué tipo de cosas dices? ¿cuándo las dices? ¿cómo las dices?
- **Los servicios que usas (twitter, instagram, gmail, etc):** son como las marcas de ropa, los alimentos que consumes, los deportes que practicas o los sitios donde te diviertes.

- **Los contactos que tienes.** ¿Muchos o pocos? ¿Qué tipo de personas son? ¿Te relacionas mucho o más bien poco? ¿Cómo son esas relaciones?
- **Lo que valoras y aportas.** ¿Dejas comentarios? ¿Votas? ¿Qué tipo de valoraciones y aportaciones realizas? ¿Son agradables, constructivas, destructivas, inapropiadas, útiles? Y, a la vez, lo que dicen de ti otras personas, cómo te valoran.
- **Lo que enlazas.** ¿Enlazas a blogs? ¿A periódicos? ¿A webs institucionales? ¿A sitios alternativos?
- **Tus ausencias.** ¿No tienes perfil? ¿No tienes blog? ¿Qué cosas no publicas? ¿Qué servicios no usas? ¿Qué contactos no tienes? ¿Qué colegas te faltan en la lista? ¿A quién no enlazas?

Reflexiona, ¿por qué utilizas unos servicios?, ¿por qué rechazas otros? Todo esto dice también mucho de ti.

Pensar sobre todas estas cuestiones te ayudará a construir una identidad digital que te represente.

LA GESTIÓN DE LA IDENTIDAD DIGITAL

La gestión de la identidad digital se define como la habilidad de gestionar con éxito la propia visibilidad, reputación y privacidad en la red.

Importante

La identidad digital se puede configurar de muchas maneras y una misma persona puede tener diferentes identidades utilizando herramientas diversas o tener sólo una.

A continuación, se presentan una serie de herramientas gratuitas y accesibles en la red, a través de las cuales cualquier persona puede vertebrar una identidad digital (Gamero, 2009):

- **Blogs**
  El sentido básico del blog es el de una bitácora o diario digital que puede ser personal o corporativo donde se va "registrando" contenido de forma cronológica. Por ejemplo el *Blog de la BUA*.

- **Microblogs**
  Es una herramienta similar al blog, con la diferencia que tienen un número limitado de caracteres y que se pueden publicar a través de diversas aplicaciones. Un ejemplo de ello es *Twitter*.

- **Portales de noticias y sitios web**
  Cualquier página web puede ser una plataforma a partir de la cual construir una identidad digital. Cuando se aportan comentarios y opiniones en Internet, hay que tener presente que estos mensajes se pueden encontrar a través de los buscadores y que difícilmente desaparecen de la red.

- **Sitios de redes sociales genéricas o especializadas**
  En relación a la gestión de la propia identidad, muchos sitios de redes sociales permiten que no se muestren algunos de los datos del perfil. Del mismo modo, la red Facebook permite restringir el acceso a ciertas informaciones, a personas concretas o a grupos de usuarios y usuarias mediante la configuración de cada perfil. *Facebook*, *LinkedIn*, *XING* o *Pleiteando* (esta última especializada en el mundo jurídico) son ejemplos de ello.

- **Textos, fotografías o vídeos en la red**
  Hacemos uso de herramientas como *Google Docs*, *Instagram*, *YouTube… etc*.

- **El correo electrónico**
  Del mismo modo que no se borra el rastro en la red, en general, tampoco se borran los mensajes de correo electrónico, a pesar de que estén protegidos con una contraseña. Hay proveedores de correo electrónico que personalizan la publicidad que aparece en pantalla a partir de contenidos de los mensajes electrónicos.

Importante

Todas las actividades en la red (visitas a la web, clics en un enlace, comentarios en un blog, colgar una foto o un vídeo...) quedan registradas y difícilmente se borran. El conjunto de todos estos pasos en Internet forma parte de la identidad digital de una persona, de quien posteriormente se pueden buscar y recuperar gran parte de las acciones, comentarios y opiniones que ha dejado en la red.

En la identidad digital convergen muchos aspectos de carácter sociológico, cultural e incluso psicológico. A veces esta identidad digital no se corresponde con la real, simplemente porque cada cual quiere mostrar lo mejor de sí mismo, con lo que se conoce como *self-presentation*.

A continuación se detallan con más profundidad los conceptos de visibilidad, reputación y privacidad, que están estrechamente relacionados con la gestión de la identidad digital.

VISIBILIDAD

Importante

Toda actividad que genera una persona en la red constituye su visibilidad, que puede ser positiva o negativa.

Esta visibilidad puede ser autoconstruida a partir de los posts de un blog, los mensajes de Twitter, los comentarios a vídeos, fotos..., pero también puede ser fruto de referencias o comentarios de terceros.

El impacto que tiene la visibilidad de una persona en el mundo digital es medible, por ejemplo, a partir del número de contactos que tiene, o bien, por los seguidores que tienen ciertas actividades. También es medible a partir de las veces que unos determinados contenidos son replicados, por ejemplo, al replicar la entrada de un blog, comentar un vídeo, los contenidos colgados en una red social, etc. (Giones y Serrat, 2010)

Ejemplo

Un ejemplo para aumentar la visibilidad personal es utilizar el servicio de Google Latitude, basado en Google Maps, es una herramienta que aumenta la visibilidad de las personas más allá de su círculo social.

REPUTACIÓN

La reputación recae en la opinión que otras personas tienen de una persona en concreto. Sin embargo, la construcción de esta reputación también puede hacerla, en parte, la propia persona.

¿Quién no mira antes de elegir hotel, reservar una mesa o comprar un libro para conocer lo que otros y otras han dicho? Para encontrar respuestas y elegir la que más nos interesa recurrimos a la reputación, así las opiniones de terceros pueden influir en nuestra decisión de compra.

Importante

En este sentido, toma importancia el hecho de tener presente quién habla de quién, en qué sitios y de qué manera. No es lo mismo la opinión de una persona poco visible, que la opinión de una persona muy visible, que difundirá sus juicios de manera más rápida y probablemente a su vez a personas también más visibles. (Giones y Serrat, 2010)

PRIVACIDAD

Ser consciente de la privacidad de los datos personales en Internet y del uso que se puede hacer de estos datos se convierte en una pieza clave para la gestión eficaz de la identidad digital.

Desde la proliferación de los sitios de redes sociales en Internet, la privacidad es más relevante que nunca.

En cuanto a la protección de datos personales en las redes sociales, es necesario incidir en que es evidente que las personas usuarias exponen de forma voluntaria sus datos, pero no siempre son conscientes de la repercusión que este hecho puede tener, especialmente por el uso que estos servicios pueden hacer de esta información brindándola a terceros. (Giones y Serrat, 2010).

Importante

Datos como la dirección de correo electrónico, fotografías, el teléfono o el currículum profesional, opciones políticas y religiosas son campos que constan en la mayoría de los formularios a la hora de crear un perfil.

Todos estos datos están a menudo al alcance de perfectos desconocidos, lo que, en general, no había pasado hasta ahora en el mundo analógico.

Actualmente hay leyes que regulan la protección de datos de carácter personal. Al menos, en 46 estados hay sentencias recientes, de manera que este tema está ampliamente tratado por la legislación actual, a pesar de las diferencias que puedan existir entre los diferentes países en esta materia.

En cuanto al marco normativo en el Estado español sobre la protección de datos, es relevante el artículo 18.4 de la Constitución española de 1978, por el que "la ley obliga a los poderes públicos a limitar el uso de la informática para garantizar el honor y la intimidad personal y familiar de los ciudadanos y ciudadanas y el pleno ejercicio de sus derechos", así como la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.

Si quieres conocer más sobre la protección de datos en nuestro país, este enlace dispone de toda la legislación actualizada sobre protección de datos: http://www.boe.es/legislacion/codigos/codigo.php?id=55&modo=1&nota=0&tab=2

CÓMO GESTIONAR LA IDENTIDAD DIGITAL

Importante

La gestión de la identidad digital implica que las personas seamos conocedoras del entorno web y que participemos éticamente.

A continuación se exponen una serie de recomendaciones que pueden ser muy útiles para gestionar la identidad digital:

- La gestión de la identidad digital es **una habilidad que hay que trabajar** a partir de un método y de una voluntad positiva de participar de la cultura digital. El método debe tener en cuenta una reflexión sobre las actividades a desarrollar y los objetivos a alcanzar en la actividad en el ciberespacio.

- Para ganar visibilidad y, sobre todo, reputación es fundamental **especializarse y encontrar un tema**, una forma de expresión o un canal concreto en el que las propias aportaciones sean valoradas. Querer estar en todas partes, utilizar todas las herramientas de la red y tratar gran variedad de temas no es garantía de una buena reputación electrónica.

- De forma general, es recomendable **"no aportar datos personales"** en la red y, en todo caso, brindarlos en los entornos más seguros posibles y directamente a personas conocidas.

- **Creación responsable de perfiles en las redes sociales**. Pensar qué datos se van a publicar en ese perfil y en ocasiones diferenciar entre perfil personal y perfil laboral/académico.

- **Configuración adecuada de la seguridad y privacidad**. Definir de forma correcta las opciones de privacidad del perfil en las redes sociales. Pensar si el contenido a subir es apropiado para difundir en público o sólo en el círculo de amistades. Cuando se manejan ordenadores públicos cerrar sesión al terminar para evitar accesos de otras personas a tu cuenta.

- **Participación agradable en la red**. No utilizar un tono maleducado o vejatorio. Mostrar tolerancia y empatía hacia los demás. No publicar información falsa o advertir del tono de la misma. Pedir permiso a las personas que aparecen en fotos o vídeos antes de subirlas. Ser respetuoso en el empleo de etiquetas en fotos y vídeos.

- **Medidas de seguridad en la navegación**. Mantener actualizado el sistema operativo y el antivirus.

- **Revisión periódica de la identidad**. Utilizar los buscadores para controlar cada cierto tiempo la información disponible sobre sí mismo en Internet y en especial en las redes sociales.

- **Ayuda**. Es fundamental que acudas a tus padres o profesorado cuando sospeches que alguien está dañando tu identidad y reputación online utilizando algunas de las técnicas conocidas: *suplantación de la identidad*, *sextorsión*, *ciberacoso*, etc.

AMENAZAS A LA IDENTIDAD DIGITAL

Cuando somos conscientes de estas premisas y de las oportunidades y peligros de la red a la hora de gestionar la propia información personal se puede garantizar la gestión adecuada de la identidad personal y una mejor "calidad de vida" en la sociedad digital.

Hoy en día Internet ofrece numerosas soluciones telemáticas, como facturación electrónica, visado digital, voto electrónico, firma electrónica, carné de identidad digital, formularios telemáticos, certificado digital, receta electrónica, etc., todas ellas opciones basadas en la encriptación de datos y en la utilización de dispositivos inteligentes como claves, tarjetas y generadores de contraseñas, que permiten la autenticación.

Ejemplo

El protocolo implantado es el HTTPS (hypertext transfer protocol secure), un sistema cifrado para transferir archivos confidenciales que incluyen datos personales o financieros.

A pesar de las medidas preventivas, la usurpación de la identidad y el uso fraudulento son problemas comunes en el mundo virtual.

Delitos frecuentes son los relacionados con falsas identidades, como el robo de identidad, los fraudes y los plagios:

- Un hacker tiene la capacidad de revelar y mejorar el funcionamiento de un sistema de seguridad, e incluso puede contribuir a detectar webs que desarrollan actividades delictivas.

- El cracker (o pirata informático), en cambio, utiliza los conocimientos para vulnerar los sistemas de seguridad ajenos y obtener cierta información que le reporta un beneficio. Es así como puede llegar a hacer usos fraudulentos como el phishing, una modalidad de estafa por correo electrónico diseñada para acceder de manera fraudulenta a cuentas bancarias.

- El phishing y las técnicas para conseguir claves de sistemas informáticos o tarjetas de crédito se incluyen dentro de las prácticas de ingeniería social, las cuales tienen como objetivo obtener información confidencial haciendo uso del engaño y la manipulación de las personas legítimas.

Importante

Ante los ataques, a través de Internet o del teléfono, de los cracker sólo es posible defenderse con un aprendizaje sobre el uso ético y legal de los datos personales y de la seguridad en Internet.

PARA TERMINAR

En esta unidad del curso CI2 Básico sobre Identidad digital hemos aprendido:

- Qué es la identidad digital en la sociedad digital
- Cómo se construye una identidad digital.
- Definir conceptos como visibilidad, reputación y privacidad.
- Gestionar eficazmente la identidad digital

Para saber más

Identidad digital

http://bid.ub.edu/24/pdf/giones2.pdf

(Aina Giones-Valls, Marta Serrat i Brustenga)

https://www.cibercorresponsales.org/pages/identidad-digital-quien-quieres-ser-en-internet

https://www.ecured.cu/Gesti%C3%B3n_de_la_Identidad_Digital#Fuentes

http://networking.marketing-xxi.com/identidad-digital-tecnologia-era-comunicaciones-nuevo-paradigma.html

https://sites.google.com/site/tallerid11/identidad-digital

https://educadores21.com/taller-identidad-digital-y-redes-sociales/

https://www.aepd.es/sites/default/files/2019-11/guia-privacidad-y-seguridad-en-internet.pdf

Tutoriales

https://www.youtube.com/watch?v=3ta0CG1Qg8c

https://www.youtube.com/watch?v=eROptKH4fXI

https://www.youtube.com/watch?v=rNmXiYY9iHA

Fuente

Identidad digital: ¿quién quieres ser en internet?

La gestión de la identidad digital: una nueva habilidad informacional y digital