

N° 02, diciembre 2017, pp.205-221

ISSN 2550-6846 Impreso

ISSN 2550-6854 Digital

Fecha de recepción: 12-10-2017, Fecha de resultado: 01-12-2017



# REFLEXIONES PARA LA GESTIÓN DE LA IDENTIDAD DIGITAL EN EL DOCENTE UNIVERSITARIO

**REFLECTIONS FOR THE MANAGEMENT OF DIGITAL  
IDENTITY IN THE UNIVERSITY TEACHER**

**Gerardo Chunga-Chinguel**

*gchung@usat.edu.pe*

*Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo*

Doctor en Investigación e Innovación Educativa por la Universidad de Málaga (España). Estudios de Maestría en Tecnologías de la Información e Informática Educativa. Mis líneas de investigación son e-learning e innovación educativa integrando las TIC. Actualmente es docente y coordinador de educación a distancia en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.



## RESUMEN

El docente universitario por sus múltiples funciones en la Universidad interactúa con diversas páginas, servicios y herramientas que ofrece la web. A estas actividades y representación virtual en la web se le denomina Identidad digital (ID). Es común que esta identidad digital no se formalice, organice y se descuide. Perdiendo la oportunidad de gestionar la ID de manera adecuada ya sea aportando contenidos de valor, estableciendo medidas de seguridad y utilizando servicios y herramientas de la web 2.0 que generen mayor visibilidad y reputación.

De esta manera, el presente artículo de carácter teórico - descriptivo tiene como objetivo proponer estrategias que permitan gestionar adecuadamente la identidad digital en los docentes universitarios.

*Palabras Clave:* Identidad digital, competencia digital, web 2.0, docente, universidad, competencias TIC

## ABSTRACT

The university professor for his multiple functions in the University interacts with different pages, services and tools offered by the web. These activities and virtual representation on the web is called Digital Identity (ID). It is common that this digital identity is not formalized, organized and neglected. Losing the opportunity to manage the ID adequately, either by providing valuable content, establishing security measures and using web 2.0 services and tools that generate greater visibility and reputation.

In this way, the present article type a theoretical - descriptive has the objective to propose strategies that allow to adequately manage the digital identity in university teachers.

*Keywords:* Digital identity, digital competence, web 2.0, teacher, university, ICT competences,

## 1. INTRODUCCIÓN

Construir una identidad digital es la oportunidad de aprendizaje personal y profesional dentro de la cultura informacional donde vivimos inmersos (Freire, 2009). Es un reto muy importante que los docentes universitarios construyan su reputación digital aportando contenidos de valor (escritos académicos, notas de prensa, materiales educativos, etc.) y utilizar servicios y herramientas de la web 2.0 que generen mayor visibilidad, sin dejar de lado las medidas de seguridad para reducir los riesgos y peligros del Internet.

El docente universitario no presta mucha atención a gestionar adecuadamente su identidad digital, por diversos motivos como: la falta de desarrollo de la competencia digital, los aspectos generacionales, la falta de tiempo, las actitudes negativas al uso de las nuevas tecnologías, o simplemente no le da valor a este tipo de acciones y prefiere utilizar de manera empírica y directa hacia las herramientas y servicios que ofrece la web 2.0. Estas situaciones pueden generar algunos inconvenientes que repercuten en su reputación digital. A continuación algunos ejemplos:

Utilizar un nombre usuario informal para diversos servicios web como el correo electrónico genera un malestar a la hora de compartirlo con otros colegas. Ejemplo: corazoncito29@hotmail.com, juan123@gmail.com, etc.

Intentar hacer presencia en Internet suscribiéndose a diversos servicios web 2.0 innecesarios o que simplemente no se darán uso, ya que no aporta valor al docente. Esto genera falta de seriedad a las personas que nos visitan o buscan en la web.

Registrar información privada en los servicios web 2.0 como teléfonos, dirección, email, foto, etc., suele generarnos problemas de seguridad de información como correos spam, hackeo, robo de identidad digital, etc.

Frente a esta problemática, Arza (2008) plantea que el uso de las nuevas tecnologías implica 3 elementos a considerar: a) Conocer sus beneficios y riesgos; b) Establecer normas de uso adecuado y c) Educar en el uso responsable de dichas tecnologías.

Finalmente esta investigación de tipo descriptiva tiene como objetivo proponer estrategias que permitan gestionar adecuadamente la identidad digital en los docentes universitarios. Para lo cual a continuación analizaremos las siguientes reflexiones: ¿Qué es la identidad digital y cuáles son sus riesgos? ¿Por qué el docente universitario de hoy debe desarrollar la competencia digital de la gestión de la identidad digital? ¿Qué etapas, actividades y herramientas web 2.0 se deben seguir para gestionar la identidad digital?

## **2. DESARROLLO**

### **Hacia la definición de identidad digital**

La identidad digital es un conjunto de características o rasgos que representan a una persona o institución a través de un medio digital como el Internet (Gutiérrez y Feigenbaum, 2006; Uzkiaga, 2012). Además permite proyectar una personalidad y difundir una trayectoria personal o profesional (Giones-Valls y Serrat-Brustenga, 2010).

Cada acción que realizamos en la web queda grabada (Tanase, 2003), como por ejemplo: crear cuentas de correo electrónico, registrarse en servicios web 2.0 (redes sociales, blogs, foros, wikis, páginas web, repositorios digitales, etc.), publicar contenidos digitales, compartir enlaces o hacer comentarios, etc.

Ruíz-Corbella y De-Juanas (2013) plantea que la identidad digital debe tener las siguientes características:

- Formal e informal, es decir es una representación virtual que permite interactuar en diversos servicios web 2.0, proyectar una personalidad y difundir una trayectoria personal o profesional para aprender y compartir información en cualquier lenguaje.
- Coherente con la identidad analógica, ya que a veces esta identidad digital no corresponde con la real, simplemente porque cada cual quiere mostrar lo mejor de sí mismo (self-presentation). Por ello, se debe tener claro que es lo que se va a mostrar en la web. (Cameron, 2005).
- Consciente y consecuente en la información que se publica en Internet, hecho que puede tener consecuencias futuras en la imagen y reputación personal. Lo que se difunde sobre uno mismo y lo que nos rodea

contribuye a escribir una memoria colectiva y perenne en la red, en el que el rastro de la identidad digital no se borra fácilmente.

- Genera credibilidad y confianza aportando información responsable y veraz (Giones-Valls y Serrat-Brustenga, 2010).

Por otro lado, Freire (2009) menciona que “construir una identidad digital es la oportunidad de aprendizaje tanto personal como profesional dentro de la cultura informacional donde vivimos inmersos”. No es un peligro para la seguridad personal, pero si debemos conocer los riesgos que existen para tomar medidas de prevención. A continuación se mencionan algunos de ellos:

- Falsa identidad, es decir que podemos ser engañados con perfiles ficticios o falsos.
- Robo de identidad, es decir que otras personas pueden hacerse pasar por nosotros.
- Crackeo de información, es decir que por no establecer contraseñas seguras podemos ser víctimas de que alguien acceda a nuestra cuenta a robarnos nuestra información personal para otros fines.
- Pishing, es una modalidad de estafa por correo electrónico en donde se diseñan mensajes o páginas supuestamente reales, pero el propósito es robarnos nuestra información personal o bancaria.

### **La Gestión de la identidad digital como competencia digital**

INTEF (2013) define a la competencia digital como el uso creativo, crítico y seguro de las tecnologías de información y comunicación para alcanzar los objetivos relacionados con el trabajo, la empleabilidad, el aprendizaje, el tiempo libre, la inclusión y participación en la sociedad.

La competencia digital se divide en 5 áreas principales:

- Información: identificar, localizar, recuperar, almacenar, organizar y analizar la información digital, evaluando su finalidad y relevancia.
- Comunicación: comunicarse en entornos digitales, compartir recursos por medio de herramientas en red, conectar con otros y colaborar mediante

herramientas digitales, interaccionar y participar en comunidades y redes, concienciación intercultural.

- Creación de contenido: crear y editar contenidos nuevos (textos, imágenes, videos...), integrar y reelaborar conocimientos y contenidos previos, realizar producciones artísticas, contenidos multimedia y programación informática, saber aplicar los derechos de propiedad intelectual y las licencias de uso.
- Seguridad: protección de información y datos personales, protección de la identidad digital, medidas de seguridad, uso responsable y seguro.
- Resolución de problemas: identificar necesidades de uso de recursos digitales, tomar decisiones informadas sobre las herramientas digitales más apropiadas según el propósito o la necesidad, resolver problemas conceptuales a través de medios digitales, usar las tecnologías de forma creativa, resolver problemas técnicos, actualizar su propia competencia y la de otros.

De esta manera la competencia gestión de la identidad digital implica que la persona sepa “crear, adaptar y gestionar una o varias identidades digitales y además, sea capaz de proteger la propia reputación digital y de gestionar los datos generados a través de las diversas cuentas y aplicaciones utilizadas” (INTEF, 2013). A continuación en la tabla 1 se describe brevemente sus niveles de dominio, ejemplos de conocimientos, habilidades y actitudes relacionadas con la competencia.

TABLA 1: DIMENSIONES DE LA COMPETENCIA GESTIÓN DE LA IDENTIDAD DIGITAL

Niveles	Básico	Intermedio	Avanzado
	Conozco los beneficios y los riesgos relacionados con la identidad digital.	Soy capaz de crear mi identidad digital y de rastrear mi huella digital.	Soy capaz de gestionar diferentes identidades digitales en función del contexto y de su finalidad. Soy capaz de supervisar la información y los datos que produzco a través de mi interacción en línea, y sé cómo proteger mi reputación digital.

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conoce los beneficios de tener una o varias identidades digitales.</li><li>• Entiende la interrelación existente entre el mundo dentro y fuera de la red.</li><li>• Entiende que hay distintos agentes que pueden contribuir positiva o negativamente a la construcción de la propia identidad digital.</li></ul>
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tiene la capacidad de protegerse a sí mismo/a y a otros de las amenazas en línea a su reputación digital.</li><li>• Es capaz de construir un perfil que responda a sus necesidades.</li><li>• Es capaz de rastrear su propia huella digital.</li></ul>
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conoce las ventajas y los riesgos en relación con su presencia en línea.</li><li>• No tiene miedo a revelar cierto tipo de información sobre sí mismo/a.</li><li>• Tiene en cuenta la existencia de múltiples formas de expresar su propia identidad digital y su personalidad a través de los medios digitales.</li></ul>

### **Estrategias de gestión de la identidad digital para el docente universitario**

Giones-Valls y Serrat-Brustenga (2010) plantean que para gestionar adecuadamente una identidad digital en el campo educativo se debe tener en cuenta tres elementos como:

- **Visibilidad:** es decir, que la persona que ha decidido tener una identidad digital en Internet, debe ser consciente que toda actividad quedará registrada y tendrá un impacto positivo o negativo. Por tanto, si es positivo, se debe utilizar los servicios web 2.0 que realmente son necesarios y útiles para los fines previamente establecidos. Caso contrario, se debe estar preparado para saber manejar esta situación y afrontarla.
- **Reputación:** es un proceso que se va desarrollando paulatinamente conforme actuamos en Internet, ya sea en comentarios, publicación de información, charlas virtuales, etc. Esto conlleva a generar un perfil de quiénes somos digitalmente y qué proyectamos hacia los demás en situaciones por ejemplo como para la postulación o permanencia a un puesto de trabajo.
- **Privacidad:** es decir, que la persona debe ser consciente y establecer límites de qué información personal o profesional publicará en Internet. Además de establecer medidas de seguridad para salvaguardar su información a través de cuentas y/o contraseñas de acceso seguras.



De esta manera, en la figura 1, se propone cuatro etapas que el docente debe realizar para gestionar eficazmente su identidad digital.

FIGURA 1: ETAPAS PARA LA GESTIÓN DE LA IDENTIDAD DIGITAL



### **Etapa 1: Planificar la identidad digital**

En esta etapa el docente debe planificar adecuadamente cómo será su identidad digital formulándose objetivos realizables que le permitan progresivamente desarrollarse hasta lograr una buena reputación digital. Por tanto, se deben seguir las siguientes actividades:

- **Rastrear la información publicada en la web sobre la persona, para evitar riesgos como suplantamiento, robo de identidad digital.** Esta actividad ayuda a redefinir el perfil de cómo será la identidad digital que necesitamos como docente universitario. Los buscadores web como Google pueden ayudarnos en esta labor, así como también las siguientes páginas:

PeopleFinders: <http://www.people-finders.ws>

Peekyou: <http://www.peekyou.com>

Pipl: <http://pipl.com>

- **Establecer un perfil de cómo será la identidad digital del docente universitario, y se sepa combinar la vida personal, familiar y laboral.** Para completar esta actividad se debe llenar los datos consignados en la tabla 2.

TABLA 2: FICHA DE PLANIFICACIÓN DE LA IDENTIDAD DIGITAL

Establecer el tipo de perfil	Elegir el tipo de identidad que desea planificar. Ejemplo: Profesor universitario, investigador, etc.
Plantearse un objetivo de ID	Determinar los objetivos de tu ID como profesional (docente universitario)
Enfocarse en un público objetivo	Determinar el público a quién te diriges con la información que publicarás
Definir un Nick nombre de usuario normalizado	<p>Establecer un nombre de usuario único y normalizado en la medida de lo posible para que seas identificado rápidamente y desarrolles tu marca personal en la web. Puedes utilizar cualquiera de las herramientas web que permitan verificar si el nombre de usuario que desees utilizar está disponible. A continuación, se mencionan algunas estructuras del nombre de un nombre de usuario:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Nombre+Apellido. Ejemplo: gerardochunga</li> <li>◦ Primera letra del nombre+Apellido paterno. Ejemplo: gchung</li> <li>◦ Primera letra del nombre+Apellido paterno+Apellido materno. Ejemplo: gchungac</li> </ul>

- **Verificar la disponibilidad del nombre de usuario (Nick o personal user name) que el docente desea utilizar para registrarse en algunos servicios de la web 2.0.** Se recomienda utilizar herramientas web que optimicen el tiempo de búsqueda y verifiquen si el nombre de usuario está disponible. A continuación se mencionan algunas de estas herramientas:

Namecheckr: <http://www.namecheckr.com>

Usernamecheck: <http://www.usernamecheck.com>

Knowem: <http://knowem.com>

## Etapa 2: Prever medidas de seguridad

En esta etapa el docente debe prever medidas de seguridad sobre la información que registrará en la web; y además debe ser consciente que utilizará varios servicios de la web 2.0, para lo cual debe aprender a utilizar herramientas que le ayuden a gestionar eficientemente los accesos y contraseñas. Por tanto se deben seguir las siguientes actividades:

- **Establecer el nivel de privacidad de información, evitando registrar datos como teléfono, domicilio, ubicación actual, etc., que pongan en riesgo la integridad física.**

TABLA 3: HERRAMIENTAS WEB 2.0 PARA CONSTRUIR UNA IDENTIDAD DIGITAL

Denominación	URL	Uso
Slideshare	<a href="http://www.slideshare.net">http://www.slideshare.net</a>	Permite publicar diapositivas de power point sobre ponencias, talleres, cursos, etc.
Scribd	<a href="http://www.scribd.com">http://www.scribd.com</a>	Permite publicar documentos en pdf (artículos, manuales, etc.)
Calameo	<a href="http://www.calameo.com">http://www.calameo.com</a>	Permite publicar documentos en pdf al estilo revistas virtuales (apuntes, trabajos, revistas digitales)
Drive	<a href="http://drive.google.com">http://drive.google.com</a>	Permite almacenar y compartir cualquier documento multimedia (documentos, fotos, videos), además permite crear documentos colaborativos.
Dropbox	<a href="http://www.dropbox.com">http://www.dropbox.com</a>	Permite almacenar y compartir cualquier tipo de archivo hasta una capacidad de 2 gigas. Interactúa con otras aplicaciones para obtener nuevas funcionalidades.
Youtube	<a href="http://www.youtube.com">http://www.youtube.com</a>	Permite publicar videos y suscribirse a canales educativos.
Diigo	<a href="http://www.diigo.com">http://www.diigo.com</a>	Permite almacenar páginas favoritas, crear grupos y listas para compartirlos en Internet
Scoop.it	<a href="http://www.scoop.it">http://www.scoop.it</a>	Permite tener un espacio virtual estilo blog donde puedes filtrar, seleccionar y compartir contenidos o llamado también "curación de contenidos"

- **Utilizar correos temporales para registrarse en servicios web 2.0, que no estamos seguros y convencidos de utilizarlos para la identidad digital.** Esta actividad ayudará a no revelar fácilmente información personal como el correo electrónico y evitando el SPAM. A continuación se sugieren utilizar las siguientes herramientas web que permiten crear correos temporales.

Spambox permite configurar el tiempo de duración de la cuenta email. Web: [http://spambox.us/es\\_ES](http://spambox.us/es_ES)

10minutemail permite emails temporales por 10 minutos. Web: <http://10minutemail.com>

YopMail permite crear email personalizables y los mensajes se eliminan cada 8 días. Web: <http://www.yopmail.com/es>

- **Unificar información para todos los perfiles web, donde se tiene una cuenta registrada.** Es decir utilizar el mismo nombre de usuario, nombre completo, foto, breve presentación, intereses, etc. Esta actividad ayudará a que seamos identificados rápidamente por los usuarios que visitan los perfiles. Se recomienda tener un correo Gmail ([www.gmail.com](http://www.gmail.com)) y luego registrar la información personal o profesional en Google Account (<http://www.google.com/accounts>). De esta manera, cuando se pretenda crear un perfil en algún servicio web 2.0 y veamos el ícono de Google, lo utilicemos para que se asocie a esta cuenta y no tengamos de volver a registrar nuestros datos personales y profesionales.
- **Administrar desde una sola herramienta las cuentas de acceso a los servicios suscritos.** Esta actividad se recomienda aplicarla cuando se tienen muchas cuentas registradas en la web y es difícil de recordar o se extravía la dirección web del servicio, el usuario y/o la contraseña de acceso. A continuación se sugiere utilizar las siguientes herramientas:

Google Chrome: <chrome://settings/passwords>

LastPass: <http://lastpass.com>

Clipperz: <http://www.clipperz.com>

MysafeBox: <http://www.mysafebox.com>

### Etapa 3: Construir la “marca personal”

Todas las actividades que hacemos en Internet ya sean visitas a páginas web, publicar información y comentar en blogs, etc. quedan registradas en la web y difícilmente se borran. Todo ello, forma parte de la identidad digital de una persona, de quien posteriormente se puede buscar y recuperar información y así formular un perfil como persona. Un ejemplo de ello es la red social LinkedIn, el cual las empresas la utilizan para reclutar personal basado en perfiles de usuarios.

TABLA 4: TARJETAS DE PRESENTACIÓN Y AVATAR GLOBAL

Denominación	URL	Uso
Gravatar	<a href="http://es.gravatar.com">http://es.gravatar.com</a>	Permite crear un avatar global para ser identificado automáticamente cada vez que hagan comentarios en las comunidades virtuales y blogs.
About.me	<a href="http://about.me">http://about.me</a>	Permite crear una tarjeta virtual personal donde se pueden incluir enlaces a los servicios web 2.0 suscritos.
Symbaloo	<a href="http://edu.symbaloo.com">http://edu.symbaloo.com</a>	Es una plataforma en la nube que permite guardar tus páginas web favoritas, videos, artículos, feeds y mucho más
Docente.me	<a href="http://www.docente.me">http://www.docente.me</a>	Permite crear una página de presentación personal donde se puede publicar enlaces a los servicios web 2.0 educativos y un breve perfil como profesional.

Para construir progresivamente la marca personal, se recomienda realizar las siguientes actividades:

- **Utilizar servicios web 2.0 que realmente aporten al docente universitario y mantenerlos actualizados con información y contenidos que se crea pertinente.** Los servicios que se suscriban permitirán construir nuestros entornos personales de aprendizaje (PLE).
- **Hacer networking a través de redes sociales y comunidades virtuales para establecer contactos profesionales, intercambiar información y compartiendo experiencias.** A esto, se le llama también Personal Learning Network – PLN, o Red personal de aprendizaje. Para realizar esta actividad se recomienda utilizar algunas redes sociales genéricas, profesionales o académicas mencionados en la tabla 5.

TABLA 5: REDES SOCIALES GENÉRICAS PARA CONSTRUIR UNA IDENTIDAD DIGITAL

Denominación	URL	Uso
Facebook	<a href="http://www.facebook.com">http://www.facebook.com</a>	Permite establecer comunicación con otras personas y difundir contenidos propios o referenciados. Para uso educativo es preferible participar de grupos de Facebook o Fanpage.
Twitter	<a href="http://www.twitter.com">http://www.twitter.com</a>	Permite difundir mensajes en hasta 140 caracteres, e incluir enlaces cortos a documentos que se quieran publicar y palabras clave o #hashtag.
LinkedIn	<a href="http://www.linkedin.com">http://www.linkedin.com</a>	Permite establecer contactos profesionales de diversos ámbitos, a través de perfiles con su hoja de vida y grupos de discusión.
Google Plus	<a href="http://plus.google.com">http://plus.google.com</a>	Red social de Google

- **Automatizar la publicación de contenidos en diferentes servicios web 2.0 y redes sociales.** Es decir, que si se publica un artículo en un blog, este mismo artículo se publique en varias redes sociales de manera automática y simultánea. Para realizar esta actividad se recomiendan utilizar algunas herramientas:

-IFTT permite crear procesos para publicar automáticamente contenidos en diversos servicios web 2.0. Web: <http://www.iftt.com>

-Hootsuite permite gestionar contenidos y monitorear diversas redes sociales genéricas. Web: <http://www.hootsuite.com>

-Tweetdeck permite gestionar contenidos y monitorear varias cuentas de Twitter. Web: <http://tweetdeck.twitter.com>

- **Difundir publicaciones académicas y científicas en la web, para lograr que sean más citadas, vistas y así mejorar nuestra visibilidad e impacto.** En la categoría de producción científica podemos encontrar a los artículos científicos, tesis, libros, capítulos de libros, ponencias, patentes. Por otro lado, en la producción académica se incluyen los dossier, separatas, diapositivas, guías de curso, infografías, etc. Para realizar esta actividad se recomienda utilizar los siguientes servicios web:

- Academia.edu, ResearchGate son redes sociales científicas que permiten difundir producción académica o científica y que las personas con intereses comunes puedan citar, contactar o hacer trabajo en equipo.
- Figshare, Eprints, son repositorios digitales para alojar nuestra producción académica.
- Slideshare, Scribd, Issuu con servicios web 2.0 que permite subir documentos de preferencia pdf para que sean compartidos o comentados.

#### Etapa 4: Monitorear la “Reputación digital”

Una vez presencia e influencia de seguidores en la web, se necesita automatizar los procesos para monitorear y conocer los resultados de tal impacto. Así se podrán las mejoras o se estará preparado para la solución ante situaciones negativas. Las actividades que se deben realizar son las siguientes:

- **Utilizar herramientas para medir el impacto de contenidos y actividad en la web.** Existen diversas herramientas que permiten seguir o rastrear nuestra información en la web y además incluyen opciones para mejorar nuestra reputación digital (Fundación telefónica, 2013). En la tabla 6 se mencionan algunas herramientas.

TABLA 6: SERVICIOS WEB PARA MONITOREAR LA VISIBILIDAD, POPULARIDAD Y REPUTACIÓN EN INTERNET

Denominación	URL	Uso
Google alertas	<a href="http://www.google.com/alerts">www.google.com/alerts</a>	Permite crear una alerta cuando te citen o mencionen en blogs o páginas web.
FriendOrFollow	<a href="http://www.friendorfollow.com">www.friendorfollow.com</a>	Permite conocer nuestros seguidores en Twitter
SocialMention	<a href="http://www.socialmention.com">www.socialmention.com</a>	Permite encontrar y analizar las opiniones que sobre blogs, webs, redes sociales y otros medios sociales.
Impactstory	<a href="http://www.impactstory.org">www.impactstory.org</a>	Permite conocer la visibilidad e impacto de la producción académica y científica.
Google Académico citas	<a href="http://scholar.google.com/citations">scholar.google.com/citations</a>	Permite conocer el factor de impacto h5 respecto a las citaciones de la producción científica o académica.

- **Aplicar herramientas para monitorear visitas.** Existen diversas aplicaciones que nos permiten medir cuántas personas visitan nuestro sitio web, blogs o documentos publicados en Internet. En la tabla 7 se muestran algunas herramientas para tales fines.

TABLA 7: HERRAMIENTAS WEB PARA MONITOREAR VISITAS

Denominación	URL	Uso
Google Analytics	<a href="http://www.google.com/analytics">www.google.com/analytics</a>	Herramienta de Google que permite monitorear las visitas a sitios web o blogs.
Bit.ly	<a href="https://bitly.com">https://bitly.com</a>	Permite acortar una dirección web larga y ver estadísticas en visitas. Además de personalizar los nombres. Ejemplo: <a href="http://bit.ly/web2educacion">http://bit.ly/web2educacion</a>
Goo.gl	<a href="http://goo.gl">http://goo.gl</a>	Herramienta de Google que permite acortar una dirección web larga, generar código QR para smartphones y ver las estadísticas de visitas.

### 3. CONCLUSIONES

La identidad digital (ID) es un conjunto de características o rasgos que representan a una persona o institución a través de un medio digital como el Internet. Se reflejan desde crear una cuenta de correo electrónico hasta publicar información y participar de foros, blogs o redes sociales.

La ID no es un peligro para la seguridad personal, al contrario es una oportunidad para que el docente universitario logre presencia en Internet, construya su reputación, sin dejar de lado las medidas de seguridad y el tipo de información que compartirá.

La gestión de la identidad digital es una competencia digital que todo ciudadano debe desarrollar para alcanzar sus objetivos relacionados con el trabajo, el aprendizaje y participación en la sociedad, etc.

Las estrategias para la gestión de la identidad digital se divide en 4 etapas: establecer objetivos para la ID, prever medidas de seguridad, construir la marca personal de tu ID, y monitorear la reputación digital.



#### 4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arza, J. (2008). Familia y nuevas tecnologías. Navarra: Consejo Audiovisual de Navarra. Recuperado de <http://www.navarra.es/NR/rdonlyres/172CA203-2C36-4D8B-AB66-CD9A36956BE4/117076/FamiliayNuevasTecnologias.pdf>
- Cameron, K. (2005). The Laws of Identity. Recuperado de [http://zoo.cs.yale.edu/classes/cs457/spr06/tsui\\_digital\\_identity\\_management.doc](http://zoo.cs.yale.edu/classes/cs457/spr06/tsui_digital_identity_management.doc)
- Freire, J. (2009). La desconexión absoluta y el hackeo de identidades, en Generación Red. Nómada: reflexiones personales e información sobre la sociedad y el conocimiento abiertos. Recuperado de <http://nomada.blogs.com/jjfreire/2007/07/la-desconexin-a.html>.
- Fundación Telefónica. (2013). Identidad digital: El nuevo usuario del mundo digital. Barcelona: Editorial Ariel. Recuperado de [http://www.educando.edu.do/files/9513/9281/6433/identidad\\_digital.pdf](http://www.educando.edu.do/files/9513/9281/6433/identidad_digital.pdf)
- Giones, A. y Serrat, M. (2010). La gestión de la identidad digital: una nueva habilidad informacional y digital. Número 24, julio 2010. Recuperado de <http://www.ub.edu/bid/24/giones2.htm>
- Gutiérrez, A. y Feigenbaum, J. (2006) Información confidencial en un mundo intercomunicado: Hacia una mejor gestión de la identidad digital. Recuperado de [http://zoo.cs.yale.edu/classes/cs457/spr06/info\\_paper.pdf](http://zoo.cs.yale.edu/classes/cs457/spr06/info_paper.pdf)
- INTEF (2013). Proyecto “Marco Común de Competencia Digital Docente” del Plan de Cultura Digital en la Escuela. Recuperado de <http://educalab.es/documents/10180/12809/Marco-ComunCompeDigiDoceV2.pdf>
- Ruiz-Corbella, M., & De-Juanas, Á. (2013). Redes sociales, identidad y adolescencia: nuevos retos educativos para la familia. Estudios sobre educación, 25, 95-113. Recuperado de <https://www.unav.edu/publicaciones/revistas/index.php/estudios-sobre-educacion/article/download/1883/1753>
- Tanase, M. (2003) IP Spoofing: An Introduction. Recuperado de <http://www.securityfocus.com/infocus/1674>
- Uzkiaga (2012). Qué es la identidad digital y herramientas para crearla. Recuperado de <http://uzkiaga.com/blog/comunicacion-empresarial/que-es-la-identidad-digital-y-herramientas-para-crearla>