

Identidad digital y redes sociales académicas

Sonia Grotz¹

Resumen

Se presenta un relevamiento teórico sobre la identidad digital académica. Para esto se analizaron artículos digitales disponibles en la web 2.0, publicados entre 2005 y 2020. La identidad digital existe debido a la tecnología; como constructo posee facetas controlables, como la creación de contenido, y no del todo controlables, como la reputación. La pandemia de 2020 ha mostrado la importancia de ser y estar conectado en el ecosistema digital. Lograr esa conectividad necesita de una identidad digital. La tecnología ha colaborado para amortiguar el impacto del aislamiento físico, y gracias a ella nos hemos podido vincular para trabajar, estudiar y sentirnos cerca de los afectos. En el ámbito académico, existen dos grandes tendencias enfrentadas, una de las cuales considera vital la presencia digital, aunque se sienta fuera de la norma. Se analizan cuáles son las percepciones sobre la identidad digital académica, y cuáles son las mejores prácticas probadas que se pueden utilizar.

Palabras clave

identidad digital académica - redes sociales - brecha digital- TIC.

Abstract

¹ Doctoranda en Educación Superior en la Universidad de Palermo (tesis en proceso). Maestría en Psicología Cognitiva y Aprendizaje (tesis en proceso) con doble titulación en FLACSO y la Universidad Autónoma de Madrid. Licenciada en Comercialización, egresada de UADE. Docente adjunta en la facultad de ciencias económicas de la Universidad de Belgrano. Coach Ontológico con diseño empresario. Autora del libro Profesión Consciente, espiritualidad y negocios. Creativa Ediciones Autora del libro Marca Personal, cómo hacer visibles tus talentos y habilidades naturales, tercera edición publicada en Argentina y México a través de Ediciones B de Argentina. Publicación de papers en revistas con revisión por pares Redacción de artículos de divulgación en diarios y revistas de circulación nacional

A theoretical survey about academic digital identity is presented. We analyzed digital issues available on web 2.0, published between 2005-2020. Digital identity exists due technology; is a construct with manageable aspects, as the creation of content, and with not completely manageable aspects, as the reputation. The 2020 pandemic has reflected the importance of being connected to the digital ecosystem. This connectivity needs a digital identity. Technology has contributed to buffering the impact of physical isolation, and has allowed our link in order to work, learn, and to be near our relatives. There are two main opposite tendencies in academic environment; one of this considers digital presence as vital, even though it feels like outsiders. We analyzed the perceptions about academic digital identity, and the best practices about this.

Keywords

academic digital identity – social networks – digital gap - ICT

Introducción

Lo que hoy posibilita la tecnología, años atrás formaba parte de la creación plasmada en relatos fantásticos. Las características que Borges imaginó en un personaje, como Funes el memorioso –una persona capaz de retener hasta los más mínimos detalles y que vivía en un presente continuo–, hoy puede ser una realidad para la mayoría de los que navegan por la red. En palabras de Mayer-Schönberger (2007, p. 23), en la era digital, el hecho de olvidar por defecto se cambió por el de recordar por defecto. Lo que plantea este autor tiene diferentes aristas, desde lo político, lo tecnológico y lo legal.

Esta situación del recuerdo por defecto posibilita distintos escenarios a considerar en el ámbito académico. La primera situación es la cantidad inefable de información a la que es posible acceder, ya que todo permanece almacenado, por lo que es necesaria la habilidad de reconocer lo importante de lo superfluo; la segunda, es la huella indeleble que podemos dejar a través de nuestras acciones en la red; ese nivel de exposición requiere protagonismo y responsabilidad. Esta responsabilidad debe contextualizarse desde un encuadre ético.

Según surge del trabajo realizado, el comportamiento de los académicos no es uniforme; en algunos casos, se considera que el interés por crear una presencia digital se encuentra asociado con valores no aceptados en el ámbito académico. Quienes desarrollan una actitud más activa, se sienten por fuera de los parámetros establecidos (Costa, 2015). En un mundo en el que las

relaciones personales y la mayoría de las interacciones se encuentran mediadas por la tecnología, la alfabetización digital es clave. Como enfatizan Giones Valls y Serrat-Brustenga (2010), el poder gestionar la propia identidad digital se encuentra entre las competencias del ciudadano del siglo XXI.

En este sentido, para favorecer la responsabilidad en los diversos intercambios que se llevan a cabo a diario, es necesario generar una reflexión y asumir una actitud diferente. Castañeda y Camacho (2012) sostienen que es fundamental considerar la identidad no solo como un resultado, sino más bien como un proceso. Debemos ser conscientes de la identidad proyectada y reconocer cómo impactan las otras identidades en nosotros. De esta forma, el foco de este trabajo está puesto, alineado con lo propuesto por Giones Valls y Serrat-Brustenga (2010), en circunscribir la identidad digital a todo aquello que identifica a un individuo en el entorno de la *web*.

Asimismo, este trabajo se ha llevado a cabo en un contexto de pandemia, en el que el sistema educativo a nivel mundial ha tenido que transformarse, de forma urgente e imprevista, a una modalidad virtual para evitar o amortiguar las consecuencias negativas de la imposibilidad de asistir en forma presencial a los centros educativos. El impacto de esta situación no se ha podido valorar aún, pero es de vital importancia que los gobiernos y las instituciones propicien los cambios organizativos y de gestión en forma urgente (Fardoum, González, Collazos y Youssef, 2020).

La virtualidad no deja de ser forzada y de emergencia, pero debería ser la oportunidad de llevar a las instituciones de educación superior a la transformación digital. El escenario virtual ya era avizorado, y todos los actores sabían qué iba a suceder en algún momento. Sin embargo, se presentó drásticamente, cambiando los comportamientos cotidianos, del trabajo, la educación, las familias y los vínculos, poniendo en evidencia diversos tipos de brechas, tanto de acceso como de competencia digital.

Identidad digital académica

Nuestra identidad se conforma de manera dinámica; es un proceso inacabado. Desde la mirada sociocultural, la identidad es vista dinámicamente, con la persona como activo constructor de significados (Rebollo Catalán y Hornillo Gómez, 2010). Tal como mencionan Cerezo et al. (2011),

la identidad es lo que nos permite distinguir entre los miembros de una misma especie, y esto solo tiene sentido desde lo social. La identidad se construye mediante la apropiación de experiencias en forma de narrativas.

El término identidad digital surgió en la década de 1990, cuando comenzaron a utilizarse los ordenadores personales. Internet, redes sociales y dispositivos móviles aportaron la posibilidad de conexiones y relaciones, que permiten su construcción en forma socializada, colaborativa y ubicua. En esos espacios es posible encontrar aspectos decisivos para su formación, tales como influencia, reputación y visibilidad.

El contexto actual puede definirse a través de múltiples etiquetas, tales como sociedad del conocimiento, posmodernidad o modernidad líquida, tal la denominación que le diera Bauman (2006), pero el interés sobre las implicaciones que tiene el concepto de identidad, irrigada por las tecnologías, se transforma en un interés común. Quiénes somos implica navegar entre el pasado que nos ha forjado y el presente que sigue forjándonos, en forma fluida y abierta. Cuando el contexto resulta volátil, la fuente de seguridad a la que es posible recurrir debería ser algo sobre lo que sí se tenga control, es decir hacia el interior; es por esto que la identidad cobra tanta relevancia.

En este sentido, es posible encontrar en Bauman (2006) la metáfora de la sociedad líquida. Lo líquido alude a la circulación y el movimiento constante de la información, que hace que los límites entre lo digital y lo real sean cada vez más difusos. Lo digital inunda nuestras interacciones reales. Como menciona Area (2011), el fenómeno de la cultura del siglo XXI es intangible, inaprehensible, variable, intercambiable, interactiva, de consumo inmediato, en permanente transformación, es decir, líquida. Los nuevos contextos requieren la incorporación de nuevas competencias; en este sentido, como sostienen Giones Valls y Serrat-Brustenga (2010), gestionar la identidad virtual implica cuestiones instrumentales y la creación de situaciones de aprendizaje a lo largo de la vida. Como menciona Area (2011), tenemos una identidad reconocible y bien definida en la vida real, pero nuestra identidad como sujeto estará incompleta si carecemos de visibilidad en los mundos de comunicación virtuales.

De esta forma, el objetivo de esta investigación es presentar un análisis sobre el constructo y esbozar algunas indicaciones sobre buenas prácticas a nivel mundial con el fin de desarrollar y potenciar la presencia digital en el ámbito académico. En contextos de volatilidad e incertidumbre,

de la sociedad del conocimiento atravesada por la tecnología, requieren una reflexión especial: “Una ética de la libertad y de la responsabilidad, que ha de basarse en el aprovechamiento compartido de los conocimientos” (UNESCO, 2005, p. 6). Así, la profesión académica se reconfigura para poder nutrir los requerimientos de generación de aprendizaje a lo largo de la vida.

Caro Castaño (2017) establece la existencia de cuatro tendencias centrales sobre la identidad, que favorecen los servicios de la *web*: concepción distribuida y fragmentaria del yo, tendencia a la cuantificación de las relaciones y los afectos, percepción de encontrarse en una competencia con otros, y normalización de la presentación audiovisual del yo con el objetivo de atraer atención y comunicar autenticidad.

Con un punto de vista interesante, Swan (2013) profundiza sobre un concepto que denomina el “yo cuantificado”, en el que se toman en cuenta diversos tipos de datos que las personas generan, tanto a nivel *online* como *offline*. Esta información permite efectuar un seguimiento y devuelve al individuo oportunidades de ahorro de tiempo y hasta de dinero. El principal postulado es que las personas están dispuestas a compartir su información si sienten que pueden obtener beneficios, es decir que el individuo proyecta su información al mundo y el mundo le devuelve oportunidades de diversa índole

Rol de las redes sociales en la identidad digital

Por su parte, nuestro lenguaje genera mundos. Debemos comprender que no somos islas, sino que estamos interconectados, que lo diferente es una oportunidad de nuevos aprendizajes, porque así es como enriquecemos nuestra experiencia. Esta interconexión, en la actualidad, puede potenciarse en el ámbito digital. “Las redes sociales describen todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social” (Cobo Romaní y Pardo Kuklinski, 2007, p. 63).

A nivel mundial, la utilización de las redes sociales con distintos fines ha tenido un crecimiento significativo. *The Statistics Portal* indica que, en 2020, la cantidad estimada de usuarios de todas las redes sociales era de 3600 millones de personas, y que el número proyectado para 2025 es de 4410 millones

Facebook es la red más utilizada en el mundo, con 2500 millones de usuarios activos, mientras que Instagram cuenta con 1000 millones de cuentas mensuales activas. Se han realizado estudios sobre el uso de estas redes para generar espacios de aprendizaje entre estudiantes y profesores. El seguir aprendiendo a lo largo de la vida implica una competencia que es necesario entrenar, para lo cual la tecnología puede abrir oportunidades, pero por sí misma no es suficiente. Es fundamental la toma de conciencia y el aprendizaje constante. “Sin identidad líquida, pero basada en conocimientos sólidos, no seremos sujetos que sepamos desenvolvernos de modo inteligente y democrático en la Red” (Area, 2011, p. 98).

Las personas necesitan ser conscientes de que cada una de las acciones que realizan en las redes sociales deja huella y se perpetúan en el tiempo. Giones Valls y Serrat-Brustenga (2010) señalan que tanto la visibilidad como la reputación y la privacidad *online* son fundamentales para la gestión eficaz de la identidad digital. En la misma línea, Aced, Arqués, Benítez, Llodrà y Sanagustín (2009) destacan, como una buena noticia, que Internet democratiza la visibilidad. Para Aleixandre-Benavent y Ferrer-Sapena (2010), existen tres tipos de redes sociales: aquellas destinadas al público en general –enfocadas en el ocio–, las profesionales y las científicas.

Es importante destacar que el tener acceso al ámbito digital, por sí mismo, no genera experiencias similares, ya que, como sucede en otros espacios, dos personas pueden observar y tener diferentes percepciones y experiencias. Es posible distinguir niveles de interacción disímiles en las redes sociales. Desde quienes simplemente tienen presencia, hasta quienes trabajan activamente generando contenidos, comentando y compartiendo contenido de otros. Se debe entender, como menciona Area (2011), que la exclusión de los ámbitos digitales –denominada brecha digital– se encuentra determinada por factores de naturaleza socioeconómica, cultural y educativa. La alfabetización digital es una competencia fundamental en este nuevo contexto.

Debe verse al ámbito virtual como una oportunidad para la generación de aprendizajes, y en ese ámbito, valorizar las redes sociales, lejos de la banalización o la sobreexposición sin responsabilidad. Litwin (2005) sostiene que las nuevas tecnologías, por sí mismas, no transforman las estructuras sociales, sino que se incorporan a ellas. Lo que sucede en el ámbito digital es un reflejo de lo que sucede en el ámbito físico. También es interesante mencionar, como afirman Goldman, Booker y McDermott (2008), que las innovaciones en tecnología están moldeando la manera en que adultos y jóvenes interactúan entre sí en la escuela, el hogar y en

otros ambientes. Es de esta manera que los contextos generan sentido. “Gibbons et al. (1997) definieron los nuevos modelos de construcción del conocimiento como situados, contextualizados dentro de interacciones sociales y transdisciplinarias”. (Gorospe, Olaskoaga, Barragán, Iglesias, Aguirre, 2015, p. 49).

Ámbito digital y construcción del conocimiento

La red ofrece la gran oportunidad de lograr visibilidad personal y profesional a bajo costo, comparada con otras opciones que están disponibles para generar una estrategia de comunicación. El acceso no garantiza el mismo nivel de aprovechamiento, porque, junto con la libertad, se incorporan ciertas limitaciones. Resulta fundamental la actitud de buscar aprender a lo largo de la vida.

Como sostiene Glăveanu (2010), al vivir interconectados nuestra expresión creativa podría y debería fertilizar todo lo que nos rodea. Esto nos otorga la capacidad de abrirnos a nuevas experiencias, asumir desde la humildad que cada uno de nosotros puede observar un pequeño esbozo de la realidad, y que la riqueza se encuentra en la diversidad de miradas.

Las experiencias que obtenemos de la realidad empírica tienden a solaparse y mezclarse con las experiencias que obtenemos en los espacios virtuales o ciberespacios (Area, 2011).

Por su parte, Bolívar y Bolívar Ruano sostienen: “En la sociedad del conocimiento, cada uno se convierte en un trabajador del conocimiento, que se difunde en red, lo que reconfigura el papel de las universidades.” (2014, p. 391). Aquí es oportuno mencionar el neologismo *knowmads*, acuñado por Moravec (2013), quien le asigna el significado de “nómadas del conocimiento”. La idea que se plantea con referencia al futuro de las profesiones es que tenderá a una mayor responsabilidad, centrado en las personas que prestarán servicios a diferentes organizaciones, incluso al mismo tiempo. De esta forma, se pasaría de un trabajo relacionado con una institución a un trabajo por proyectos, con foco en lo individual y con vínculos por áreas de interés, más allá de cuestiones geográficas.

Por su parte, la profesión académica se configura entre tensiones, con una tendencia a considerar que para ser un buen docente es necesario realizar investigación. Pero, llevar adelante investigación implica dedicar una importante porción de tiempo a la planificación, la

recogida de datos, la escritura y la divulgación. En este sentido, es interesante resaltar la profunda crítica explicada por Saura y Bolívar (2019), acerca de la crisis de identidad que enfrentan los académicos, debatiéndose entre el querer ser y el deber hacer. Por su parte, Brunner, Vargas, Ganga y Rodríguez-Ponce (2019) establecen que la enseñanza académica masiva no ocurre en torno al eje de la unidad entre docencia e investigación, sino mediante la producción estandarizada.

La identidad académica implica la definición de una persona con base en su pertenencia a una organización o una profesión (Schulze, 2014). Siguiendo con este autor, es posible visualizar esta identidad como una trayectoria de aprendizaje inserta en comunidades, que establece conversaciones, y sustentada por valores únicos.

Los investigadores y científicos viven en continua competencia, sea por posiciones académicas o con el fin de llevar a la institución académica a la cima de los *rankings* internacionales (Cobo y Naval, 2013).

Por medio de la identidad digital de los académicos es posible identificar experiencias, relaciones y contextos, a través de los cuales se produce la socialización en relación con lo digital; de esta forma, en dicha identificación es posible vislumbrar el autoconcepto y el proceso de aprendizaje (Gorospe, Olaskoaga, Barragán, Iglesias, Aguirre, 2015).

Tomando las ideas de Schulze (2014) es posible considerar cómo se estructura la identidad digital académica, la que permite encontrar la propia voz, dentro de la comunidad académica. La comunidad académica implica un esquema de valores y creencias compartidas, donde se aceptan determinados comportamientos y donde existen otros que al no ser aceptados afectan la inclusión al ámbito. Considerando lo analizado en párrafos anteriores, la identidad es tanto online como offline, pertenecer a determinada profesión implica la adhesión a determinadas prácticas y la certificación de saberes. La identidad académica incluye la actividad docente y la actividad como investigador, tal como se analiza en la figura 1.

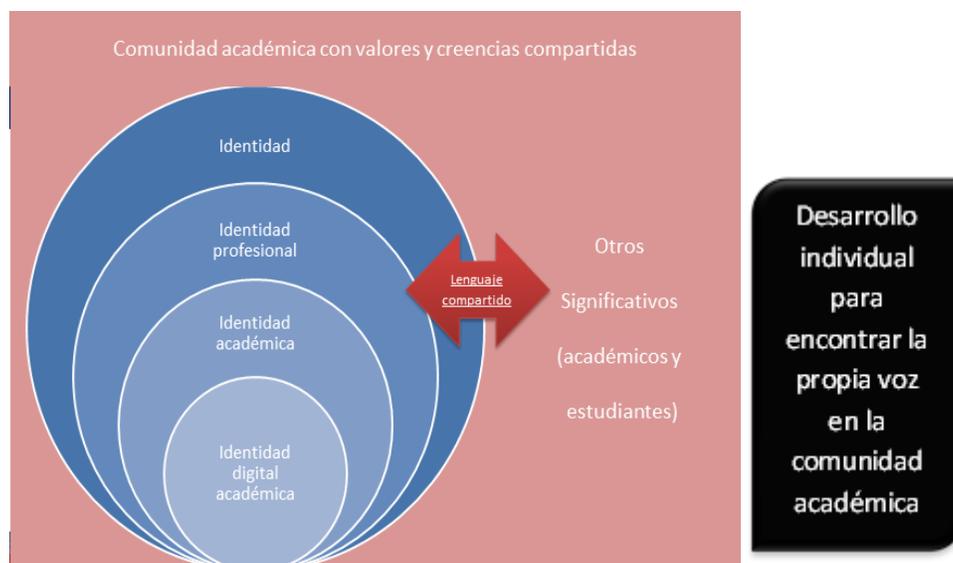


Figura 1. Dinámica de la identidad. Adaptado de Schulze (2014).

Contar con una formación doctoral facilitaría el desarrollo de la identidad académica (Schulze, 2014), dado que para lograr avanzar en la carrera como investigador, el contar con un título de doctor es condición necesaria. No obstante, también es interesante sumar el aporte de Cobo y Naval (2013), quienes explican que para lograr resultados, el investigador, además de contar con su título, también debe poseer un alto nivel de productividad científica. El ámbito en el cual es posible gestionar la identidad digital, ya sea a nivel personal o profesional, son las redes sociales. Las redes sociales digitales existen por varias razones: esparcen ideas, conocimiento e influencia (Papacharissi, 2010). Siguiendo esta línea, Castañeda y Camacho (2012) señalan que, en la actualidad, hablar de la Educación Superior y de la formación de profesionales es hablar de redes sociales para aprender.

Es importante lo postulado por Nava Muñoz (2007) acerca de que el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) hace que las relaciones sociales se amplíen y adquieran nuevas características, solo propias de ese espacio. También, es fundamental agregar que el sujeto es activo en la construcción de sentido, y en las redes sociales digitales el significado nace del trabajo simbólico que cada individuo desarrolla para ese espacio (Caro Castaño, 2012). Por su parte, Serrano-Puche (2013) enfatiza que la tecnología digital contribuye a que la sociabilidad se amplíe, de manera que las relaciones se darían en el ámbito tanto *offline* como *online*.

La red se ha convertido en una instancia clave para la construcción y gestión de la identidad digital (personal y profesional), y también permite el cruzamiento de variables: intereses, relaciones, actividades, participación y qué dicen otros (Roca, 2012).

En la Tabla 1 se presentan las principales visiones sobre redes sociales digitales aportadas por diferentes investigaciones, tal como las presenta Caro Castaño (2012).

Tabla 1. Principales aportes sobre las redes sociales digitales. Adaptado de Caro Castaño (2012).

Autor y fecha	Conceptos centrales
Turkle (2011)	Las redes sociales invitan a actitudes narcisistas. Desarrollo del concepto <i>alone together</i> , que implica una forma híbrida entre la soledad y la compañía, en forma de presión de los iguales en la representación del yo.
Buffardi y Campbell (2008)	Los narcisistas tienen mayor actividad social. Comparten más contenidos de autopromoción de cualquier ámbito de su vida.
Mendelson y Papacharissi (2010)	Narcisismo y negociación por parte de los usuarios de los márgenes entre lo público, lo privado y lo íntimo.
Sibilia (2008)	Plataformas web 2.0 invitan a una exposición incesante que diluye las fronteras entre lo público y lo privado, y entre lo relevante y lo irrelevante, modificando la intimidad (extimidad).
Walther (1996, 2006)	Las impresiones de las redes sociales serán necesariamente conscientes. Lo que en las relaciones personales es el lenguaje no verbal, en las redes sociales es suplido por signos conscientemente generados. Existe una cierta estilización del yo y una comunicación hiperpersonal. La imagen se ve

	transversalmente afectada por contenidos generados por otros.
Caro Castaño (2012)	Toma el concepto de identidad mosaico de Moles, el sujeto es activo en la construcción de sentido, se elige cómo expresar la identidad. La representación de la identidad exige un esfuerzo de mantenimiento.

Más allá de considerar las redes como un espacio de interacción, el enfoque de este trabajo apunta a la oportunidad que ofrecen las redes sociales académicas de proveer, tal como mencionan Castañeda y Camacho (2012), mayores posibilidades para el aprendizaje y el fortalecimiento de la identidad, las cuales surgen cuando la sociedad, la cultura y las tecnologías digitales interactúan. Algunas investigaciones han identificado a las redes sociales como un mecanismo de desindividuación, aunque pueden ser vistas como soporte para la consistencia y continuidad del sí mismo (Corredor, Pinzón Óscar y Guerrero, 2011).

Tena, García Holgado, Merlo y García Peñalvo (2017) señalan cuatro causas por las cuales los académicos no gestionan su identidad digital con éxito: desconocimiento, falta de formación, desvinculación de las prácticas académicas, falta de reconocimiento institucional (Tabla 2).

Tabla 2. Motivos de la falta de gestión de la identidad digital académica. Adaptado de Tena, García Holgado, Merlo y García Peñalvo (2017).

Motivo de no gestión de la identidad digital académica
Desconocimiento, desinterés y aislamiento del movimiento académico y científico.
Carencia de programas institucionales de formación y actualización académica y profesional.
Obsolescencia y desvinculación de las prácticas académicas y de comunicación científica.
Falta de reconocimientos e incentivos institucionales.

Sin dudas, el fenómeno de las redes sociales sea en el ámbito social o en el académico, cuenta con grandes detractores y fervientes seguidores.

Saura y Bolívar (2019) expresan una fuerte crítica con respecto a que la visibilidad externa, tanto en *Google Scholar* como en las redes sociales académicas, puede ocasionar una serie

efectos incontrolados de somatización del neoliberalismo: estrés, insomnio, ansiedad, sinsentido académico, ambivalencia profesional, individualismo y competición desmedida. Orduna-Malea, Martín-Martín y Delgado López-Cózar (2017) esbozan una fuerte crítica sobre las redes sociales académicas, comparándolas con una droga o un videojuego, cuyo objetivo apunta a la satisfacción de necesidades narcisistas, conectadas con el circuito de recompensa rápida, como en cualquier adicción. Resaltan que ese estado de dependencia podría afectar la creatividad y productividad, llegando incluso a causar estados de depresión y angustia académica, ante la falta de citas o descargas. Por su parte, Nicholas et al. (2018) ven en las redes sociales académicas la oportunidad de facilitar la colaboración y el intercambio de información.

Todo lo que los individuos no pueden encontrar de estable en la sociedad posmoderna, especialmente la volatilidad de su identidad podría ser subsanado con una representación estable de la identidad. La interacción en las redes sociales puede definirse sobre la base de cuatro aspectos: persistencia, simultaneidad, *link-abilidad* y exteriorización narrativa interior (Corredor, Pinzón Óscar y Guerrero, 2011).

Las redes sociales académicas contribuyen de forma significativa a promocionar y mantener una identidad digital académica, ofreciendo una plataforma para que los investigadores se presenten a sí mismos y a sus investigaciones, dando acceso a documentos científicos (Salinas, 2019).

“Cada plataforma podría ser considerada un espejo académico” (Orduna-Malea et al., 2017, p. 2).

Para estos mismos autores, las redes sociales académicas representan los canales a través de los cuales los autores pueden mostrar sus publicaciones.

Las redes sociales académicas se utilizan a nivel personal buscando conectar, compartir y establecer comunicación con colegas, ya sea entre diferentes países, instituciones o disciplinas (González-Pérez, Ramírez-Montoya y García-Peñalvo, 2017). Lo primero que tiene que suceder es la idea conceptual de la red, como se establece en la declaración del CRES de 2018: “Es mediante la constitución de redes que las instituciones de Educación Superior de la región pueden unir y compartir el potencial científico y cultural que poseen para el análisis y propuesta de solución a problemas estratégicos” (2018, p. 39).

Estos sitios permiten que los académicos suban artículos académicos y resúmenes, se conecten con artículos publicados, realicen el seguimiento de la demanda de esas publicaciones y se relacionen profesionalmente. Se basan en la publicación de artículos aceptados en revistas (Meishar-Tal y Pieterse, 2017).

Considerar las redes sociales como lugares visitados por los estudiantes, donde interactúan entre ellos, es una posibilidad; la otra implica utilizar esas herramientas para compatibilizarlas con los valores y la cultura académica (Veletsianos y Navarrete, 2012).

Para hacer visible su rendimiento, los académicos cuentan con espacios digitales como *Google Scholar*, *Orcid*, *Twitter*, *Academia.edu* y *ResearchGate*, entre otros. Estas plataformas permiten procesos de subjetivación neoliberal, donde se busca producir una marca propia como forma de automonitorizarse y autopromocionarse hacia el exterior (Saura y Bolívar, 2019).

Mejores prácticas

Para lograr mejor visibilidad profesional, García Peñalvo (2018) propone un protocolo de creación de la identidad digital académica, tal como se detalla en la Figura 2.



Figura 2. Protocolo de creación de la identidad digital académica. Adaptado de García Peñalvo (2018).

Conclusiones

Sobre la base del análisis de la investigación realizada, el comportamiento en las redes sociales puede ofrecer un espacio para comprender la implicancia en la tecnología ubicua. La falta de conciencia sobre ese tópico podría ser perjudicial, por lo que es preciso recordar que las TIC son uno de los principales escenarios de la socialización de un sujeto del siglo XXI. En esta misma línea de pensamiento, desconocer el peso de lo que otros pueden generar, en cuanto a contenido personal, resulta crucial

Otra cuestión importante para contemplar es que la forma de aprender a utilizar las herramientas es siendo autodidactas. Esto es un llamado de atención para que las universidades asuman mayor compromiso en ello, mediante la implementación de cursos formales o abiertos a la comunidad.

Quedan aún muchos interrogantes sin responder que podrían ser considerados en futuras investigaciones; por ejemplo, profundizar en los comportamientos específicos de cada red social,

tanto las generalistas como las profesionales y las científicas. Se debe tener en cuenta, sobre todo, la creación de contenido, más allá de la simple apertura de perfiles. El tener acceso a la información no es suficiente; las personas necesitan asumir un rol activo frente a su aprendizaje, dejar de ser espectadores. La idea central es que, en la sociedad del conocimiento, la habilidad más destacada es la de aprender a aprender. La generación de contenidos, las interacciones y las redes son espacios propicios para la producción de conocimiento. Así, es imperativo considerar que la identidad digital académica implica una amalgama de vínculos sociales, tanto del ámbito digital como del analógico.

Bibliografía

Aced, C., Arqués, N., Benítez, M., Llodrà, B., Sanagustín, E. (2009). *Visibilidad. Cómo gestionar la reputación en internet*. España: Gestión 2000.

Aleixandre-Benavent, R., Ferrer-Sapena, A. (2010). ¿Qué nos aportan las redes sociales? *Anuario ThinkEPI 4*, 217-223.

Area, M. (2011). TIC, identidad digital y educación. Cuatro reflexiones. *Reencuentro 62*, 97-99.

Bauman, Z. (2006). *Modernidad Líquida*. Recuperado de https://books.google.com.ar/books/about/Modernidad_líquida.html?id=yE9kCgAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Bolívar, A., Bolívar-Ruano, R. (2014). Las escuelas como comunidades de aprendizaje docente. En L. Razeto (Ed.). *La educación necesaria: extendiendo la mirada* (pp. 131-184). Santiago de Chile, Chile: Ediciones Universitatis Nueva Civilización.

Brunner, J.J., Vargas, J.R.L., Ganga, F., Rodríguez-Ponce, E. (2019). Idea moderna de Universidad: de la torre de marfil al capitalismo académico. *Educación XXI*, 22(2), 119-140.

Caro Castaño, L. (2012). Identidad mosaico. La encarnación del yo en las redes sociales digitales. *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 91, 59-68.

Caro Castaño, L. (2017). Las redes sociales y la cultura de la autopromoción. Apuntes para una teoría de la identidad mosaico. *Doxa Comunicación 24*(1), 13-36

Castañeda, L., Camacho, M. (2012). Desvelando nuestra identidad digital. *El profesional de la información*, 21(4), 354-360.

Castañeda, L., Camacho, M. (2012). Desvelando nuestra identidad digital. *El profesional de la información 2*(4), 354-360.

Cerezo, J., Alonso, J., Polo, F., Martínez, D., Llaneza, P., Del Fresno, M., Congosto, M. (2011). Identidad digital y reputación online. *Cuadernos de comunicación Evoca 5*, 3-50.

Cobo Romaní, C., Pardo Kuklinski, H. (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Barcelona / México DF: Flacso México.

Cobo, C., Naval, C. (2013). Digital scholarship: exploration of strategies and skills for knowledge creation and dissemination. En *International Conference on Internet Science Conference Proceedings* (pp. 52-59). Bruselas, Bélgica. Recuperado de <https://ssrn.com/abstract=2249794>

Corredor, J.A., Pinzón Óscar, H., Guerrero, R.M. (2011). Mundo sin centro: Cultura, construcción de la identidad y cognición en la era digital. *Revista de Estudios Sociales*, 40, 44-56.

Costa, C. (2015). The habitus of digital scholars. *Research in Learning Technology*, 21, 21274. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.3402/rlt.v21.21274>

CRES. (2018). Korsunsky, L., Del Valle, D., Miranda, E., Suasnabar, C. (Coord.). *Las redes académicas: Entre los discursos y las políticas para la internacionalización con integración regional*. Recuperado de www.cres2018.org/.../Cuaderno%203%20-%20Internacionalización%20y%20produc.

Fardoum, H., González, C., Collazos, C., Youssef, M. (2020). Exploratory study in Iberoamerica on the teaching-learning process and assessment proposal in the pandemic times. *Education in the Knowledge Society*, 21, 17. Recuperado de <https://doi.org/10.14201/eks.23437>

García-Peñalvo, F.J. (2018). Ecosistemas Tecnológicos Universitarios. En Gómez, J. (Ed.), *UNIVERSITIC 2017. Análisis de las TIC en las Universidades Españolas* (pp. 164-170). Madrid, España: Crue Universidades Españolas.

Giones Valls, A., Serrat-Brustenga, M. (2010). La gestión de la identidad digital: una nueva habilidad informacional y digital. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació* 24. doi: 10.1344/105.000001545. / Recuperado de <http://bid.ub.edu/24/giones2.htm>

Glăveanu, V.P. (2010). Paradigms in the study of creativity: Introducing the perspective of cultural psychology. *New Ideas in Psychology* 28(1), 79-93.

Goldman, S., Booker, A., McDermott, M. (2008). Mixing the Digital, Social, and Cultural: Learning, Identity, and Agency in Youth Participation. En Buckingham D. (Ed.). *Youth, Identity, and Digital Media* (pp 185-206). Cambridge, EE. UU.: The MIT Press.

González-Pérez, L.I., Ramírez-Montoya, M.S., García-Peñalvo, F.J. (2017). Identidad digital 2.0: Posibilidades de la gestión y visibilidad científica a través de repositorios institucionales de acceso abierto. *Congreso Internacional de ecosistemas del conocimiento abierto (ECA 2017)*. Universidad de Salamanca, España.

- Gorospe, J.M.C., Olaskoaga, L.F., Barragán, A.G.C., Iglesias, D.L., Aguirre, B.O.A. (2015). Formación del profesorado, tecnología educativa e identidad docente digital. *RELATEC: Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 14(1), 45-56.
- Litwin, E. (2005). La tecnología educativa en el debate didáctico contemporáneo. Págs 13-34) En *Tecnologías educativas en tiempos de Internet* (pp. 13-34). Buenos Aires: Amorrortu.
- Mayer-Schönberger, V. (2007). *Useful Void: The Art of Forgetting in the Age of Ubiquitous Computing*. Faculty Research Working Papers Series, Harvard University, John F. Kennedy School of Government pp 1-26.
- Meishar-Tal, H., Pieterse, E. (2017). Why do academics use academic social networking sites? *International Review of Research in Open and Distributed Learning* 18(1), 1-22.
- Moravec, J.W. (2013). Knowmad society: the “new” work and education. *On the Horizon* 21(2), 79-83.
- Nava Muñoz, R. (2007). Socialización del conocimiento académico con el uso de tecnologías de información y comunicación (TIC). *Enlace* 4(3), 41-56.
- Nicholas, D., Herman, E., Xu, J., Boukacem-Zeghmouri, C., Abdullah, A., Watkinson, A., ... Rodríguez-Bravo, B. (2018). Early career researchers' quest for reputation in the digital age. *Journal of Scholarly Publishing*, 49(4), 375-396.
- Orduna-Malea, E., Martín-Martín, A., Delgado López-Cózar, E. (2017). Métricas en perfiles académicos: ¿un nuevo juego adictivo para los investigadores? *Revista Española de Salud Pública*, 90, e20006.
- Papacharissi, Z. (Ed.). (2010). *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. Routledge.
- Rebollo Catalán, M.Á., Hornillo Gómez, I. (2010). Perspectiva emocional en la construcción de la identidad en contextos educativos: discursos y conflictos emocionales. *Revista de Educación*, 353, 235-263.
- Roca, G. (2012). Redes sociales e identidad digital: ¿Qué dice la Red de ti? *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 91, 96-98.
- Salinas, J. (2019). Investigación en tecnología educativa y avance del conocimiento abierto. *Revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa* 6. Recuperado de <https://doi.org/10.6018/riite.386251>
- Saura, G., Bolívar, A. (2019). Sujeto académico neoliberal: Cuantificado, digitalizado y bibliometrificado. *REICE* 17(4). Recuperado de <https://doi.org/10.15366/reice2019.17.4.001>
- Schulze, S. (2014). Finding the academic self: Identity development of academics as doctoral students. *Koers – Bulletin for Christian Scholarship* 79(1), 8.

Serrano-Puche, J. (2013). Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad. *Historia y Comunicación Social*, 18, Nº Esp., 353-364

Swan, M. (2013). The quantified self: fundamental disruption in big data science and biological discovery. *Big Data* 1(2), 85-99.

Tena, M.A., García Holgado, A., Merlo, J.A., García Peñalvo, F.J. (2017). Diseño de un plan de visibilidad científica e identidad digital para los investigadores de la Universidad de Guadalajara (México). *Ibersid* 11(1), 83-92.

Veletsianos, G., Navarrete, C. (2012). Online social networks as formal learning environments: Learner experiences and activities. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning* 13(1), 144-166.