

Gestión de la Identidad Digital

Biblioteca/CRAI de la Universidad Pablo de Olavide
Formación en Competencia Digital

Este material se distribuye bajo una licencia [Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



Visita la guía online



Fecha de creación:18/11/2020
Versión:1.0

Tabla de contenido

Recuerda la metodología del curso	3
Introducción.....	4
¿En qué consiste la Identidad Digital?	5
La reputación online	7
La privacidad	9
Gestión de la identidad digital.....	12
¿Quieres saber que se dice de ti en la red?.....	15
Bibliografía.....	16
Actividades de práctica	18
Repasando lo aprendido: Gestión identidad digital	20

Recuerda la metodología del curso

- * Recuerda leer y repasar la **metodología** del curso y seguir los pasos que se explican en la **guía**.
- * El **Foro** "Competencia Digital: dudas y consultas" está para resolver tus dudas ¡Utilízalo!
- * La **Encuesta de satisfacción** nos ayuda a mejorar, rellénala y tendrás disponible la **Evaluación final**
- * Para la **Evaluación final** consulta la información disponible en la **guía del curso**.

Introducción

LinkedIn, Facebook, Twitter, WhatsApp, Google, Instagram, Youtube, y un largo etcétera y ahí, nosotros, subiendo fotos, likes, comentando, aportando información privada y haciéndola pública al mundo, y desde hace años, sin apenas darnos cuenta, creando nuestro perfil, nuestra **identidad digital**, nuestra: “**marca personal**”. Participamos en esta “rueda” creando **perfiles sociales** que compartimos con los demás y que muestran nuestros estados, pensamientos, deseos, emociones, intereses, vida laboral o personal.

¿Sabías que...?

Si has nacido a partir de los años 90 tienes que saber que perteneces a la que se ha denominado generación Google o de **nativos digitales**: personas que no han conocido el mundo sin Internet.



Es bien sabido que, en su proceso de selección, [cada vez más empresas tienen en cuenta el perfil de LinkedIn, Facebook o Twitter](#) para **contrastar** la **experiencia** que se incluye en nuestro **currículum vitae** cuando nos presentamos como aspirantes a un puesto de trabajo.



“Lo que hacemos en esta vida tiene su eco en la eternidad”

(Máximo Décimo Meridio: Gladiator)



Ten cuidado con lo que publicas en Facebook. Lo que hagas será destapado más tarde de nuevo en alguna parte de tu vida”

(Barack Obama: Ex –presidente de USA)

Es evidente que cada vez está más presente y extendida nuestra *identidad digital*, nuestro “**yo virtual**” en la red de redes. La cuestión es... **¿sabemos gestionarla de forma adecuada?**

Visualiza este vídeo de Pantomina Full sobre los datos y la privacidad



¿En qué consiste la Identidad Digital?

Conceptos sobre Identidad digital



El concepto de **identidad digital** surge a causa de la proliferación de dispositivos móviles, del cambio en la forma de comunicarnos y relacionarnos y de la aparición de nuevos lugares donde ahora existe conexión a Internet.

Toda actividad que se realiza en Internet, desde la selección de una **imagen, vínculo**, los **correos electrónicos**, y la expresión y participación en **foros y redes sociales**, va generando la necesidad de gestionar la identidad en línea.

Estas actividades van dando forma a esa identidad, que puede o no coincidir con la identidad “real” de la persona.

Definición

La identidad digital, por tanto, puede ser definida como el **conjunto de la información sobre un individuo o una organización expuesta en Internet** (datos personales, imágenes, registros, noticias, comentarios, etc.) **que conforma una descripción de dicha persona en el plano digital.**

La **visibilidad**, la **reputación** y la **privacidad** en Internet se convierten en aspectos clave para la gestión eficaz de la identidad digital. La habilidad de gestionar el modo en que otros nos perciben mediante nuestra representación en los medios digitales se va adquiriendo a lo largo de la vida a medida que el usuario va sumergiéndose en el mundo virtual y la red.

¿Qué es la "identidad distribuida o híbrida"?

La vida de muchas personas discurre dentro y fuera de la pantalla del ordenador a través de las **redes sociales**, los **campus o plataformas de formación**, los **foros**, el uso de software en línea. Podríamos decir que muchos de nosotros tenemos una “**identidad distribuida o híbrida**”.



Convergencia hacia la identidad híbrida

¡Toma nota...!

La identidad en línea permite explicarla a partir de la metáfora dramática de la construcción de un personaje. El actor es el usuario, su identidad en línea, una máscara, un personaje que puede adoptar distintos roles. (Goffman, 1978).

El manejo de nuestra identidad digital personal se define como la habilidad de gestionar con éxito la propia visibilidad, reputación y privacidad en la red.

Nuestra identidad digital se va forjando con **distintos tipos de información**:

- La que consta en nuestros **perfiles sociales** (Facebook, LinkedIn, Twitter...)
- La que proviene de los **comentarios** que hacemos, así como de aquellos en los que nos vemos involucrados (foros, comentarios en el blog...)
- La que componemos mediante contenidos digitales, como la **creación y la curación de contenidos** (saber filtrar la información que nos llega).

Todas estas acciones que conforman nuestra identidad digital estarán influyendo directamente en lo que se conoce como **reputación online**.



La reputación online

Recuerda que...

Una correcta gestión de nuestra reputación online implica actuar sobre tres elementos:

- El contenido generado por **nosotros mismos**
- El contenido sobre nosotros generados por **terceros**
- El contenido generado en el marco de las **relaciones con los demás**.

Debes saber que...

Ser **visible** es cada día más **esencial** y tu perfil es un reflejo de tu dedicación en una temática concreta, por lo que le añade valor a aquello en lo que trabajas o en lo que crees.

Sin embargo...

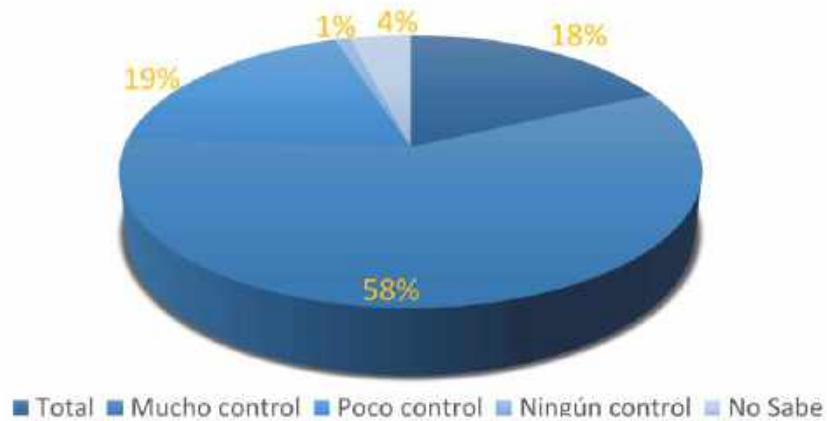
ser visible en el entorno digital no implica dejar de serlo en la vida más allá de las pantallas. No podemos quedarnos siempre al otro lado de la pantalla. Tenemos que interactuar y mostrar que el **interés** que mostramos en nuestro perfil digital se corresponde con nuestro **desempeño** en la vida real y la **consistencia** (o ausencia de contradicciones) de lo que se muestra en el **entorno digital**.

Es aquí donde entra en juego la **reputación online**: no cuidarla puede dar al traste con el trabajo que hemos realizado en la construcción de nuestra identidad digital. Es más, puede llevarse por delante todo el esfuerzo que hemos invertido en crear una marca personal "perfecta". Nuestra reputación online no está totalmente en nuestras manos pero, lo que sí está es la **gestión** de esta reputación y de las posibles crisis que se puedan presentar. De esta forma si lo hacemos bien y, sobre todo, a tiempo podamos **revertir situaciones negativas y tornarlas a nuestro favor** para salir fortalecidos de ellas.



(Candel, 2009)

Percepción de control que tiene el usuario de Internet español sobre su reputación online



(INTECO, 2012)

Factores determinantes

Pueden apuntarse al menos **3 factores** determinantes en la caracterización de la **reputación online** (INTECO, 2012):

1. Las acciones emprendidas por el propio sujeto.

Cualquier acción que emprendemos en la **red** deja un **rastro** que forma parte, inevitablemente, de cómo nos perciben los demás. De nosotros depende que el rastro sea positivo o negativo.

2. Información generada por otros y accesible a través de servicios disponibles en Internet.

Se trata de contenidos publicados por parte de terceras personas, por ejemplo, periódicos y otros medios de comunicación, artículos de opinión, boletines, etc., que, por su relevancia pública, han podido trascender.

Es importante ser conscientes de la posibilidad más real que potencial de que terceros generen registros biográficos de una persona (*lifelogs*) a partir de la información disponible en múltiples entornos de Internet y, en particular, en las aplicaciones de redes sociales.

3. Las acciones emprendidas en el ámbito relacional del sujeto.

El número de seguidores que tenemos, sus reacciones y comentarios a nuestras acciones son el tercer factor a tener en cuenta en la construcción de nuestra reputación online.



La 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, el tema de la privacidad es más relevante que nunca.

En cuanto a la protección de datos personales en estas redes, es necesario incidir en que es evidente que los usuarios exponen de forma voluntaria sus datos, pero no siempre son conscientes de la repercusión que este hecho puede tener, especialmente por el uso que un servicio 2.0 puede hacer de esta información brindándola a terceros. Además, los proveedores de los servicios de sitios de redes sociales pueden guardar información del número de IP o sobre el tráfico de datos durante la conexión y utilizarlas, quizás mostrándola a otros perfiles.

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.

También hay que tener en cuenta que en el momento de darse de alta en alguno de los servicios mencionados, el usuario cede todos los datos personales y los contenidos a la red social, en algún caso, incluso después de que el usuario se haya dado de baja del servicio, estos datos y contenidos se mantienen visibles para otros usuarios.



Recientemente ha entrado en vigor el [Reglamento General de Protección de Datos](#) que viene a armonizar la protección de los ciudadanos a este respecto en toda Europa.

LOS DERECHOS QUE TIENES PARA PROTEGER TUS DATOS PERSONALES

EL 25 DE MAYO DE 2018 SE APLICA EL REGLAMENTO EUROPEO DE PROTECCIÓN DE DATOS Y ES IMPORTANTE QUE CONOZCAS CUALES SON TUS DERECHOS

1

DERECHO A CONOCER

PARA QUE UTILIZAN TUS DATOS

- Quién los tiene
- Para qué los tienen
- A quién los pueden ceder
- Quiénes son sus destinatarios

EL PLAZO DE CONSERVACIÓN DE TUS DATOS o Hasta cuándo van a ser utilizados

QUE PUEDES PRESENTAR UNA RECLAMACIÓN ANTE LA AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS

LA EXISTENCIA DE DECISIONES AUTOMATIZADAS, LA ELABORACIÓN DE PERFILES Y SUS CONSECUENCIAS



2

DERECHO A SOLICITAR AL RESPONSABLE

LA SUSPENSIÓN DEL TRATAMIENTO DE TUS DATOS

- Si impugnamos la exactitud de los datos, mientras se verifica dicha exactitud por parte del responsable
- Si hemos ejercitado nuestro derecho de oposición al tratamiento de datos, mientras se verifica si los motivos legítimos del responsable prevalecen sobre tus derechos

LA CONSERVACIÓN DE TUS DATOS

- Si el tratamiento es ilícito y nos oponemos a la supresión de los datos solicitando la limitación de su uso
- Si los datos se necesitan para la formulación, ejercicio o defensa de reclamaciones

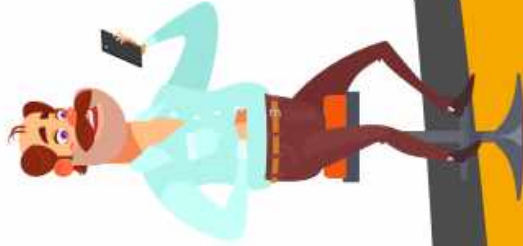
LA PORTABILIDAD DE TUS DATOS A OTROS PROVEEDORES DE SERVICIOS

- En un formato estructurado, de uso común y lectura mecánica, siempre que sea técnicamente posible para su portabilidad y cuando los hayan utilizado tratado con tu consentimiento o por existir un contrato

3

DERECHO A RECTIFICAR TUS DATOS

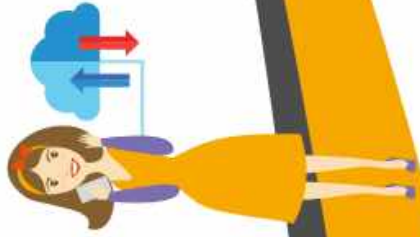
- CUANDO SEAN INEXACTOS
- CUANDO ESTÉN INCOMPLETOS



4

DERECHO A SUPRIMIR TUS DATOS

- POR TRATAMIENTO ILÍCITO DE DATOS
- POR LA DESAPARICIÓN DE LA FINALIDAD QUE MOTIVÓ EL TRATAMIENTO O, RECOGIDA
- CUANDO REVOCAS TU CONSENTIMIENTO
- CUANDO TE OPONES A QUE SE TRATEN



5

DERECHO DE OPOSICIÓN AL TRATAMIENTO DE TUS DATOS

- POR MOTIVOS PERSONALES SALVO QUE QUIEN TRATA TUS DATOS ACREDITE UN INTERÉS LEGÍTIMO
- CUANDO EL TRATAMIENTO TENGA POR OBJETO EL MARKETING DIRECTO



Actualmente hay leyes que regulan la protección de datos de carácter personal. 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 el pleno ejercicio de sus derechos**", así como la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.

"La mejor manera de proteger tu privacidad en la red es asumir que no la tienes y modificar tu comportamiento en línea de acuerdo con ello". (O'Reilly ,2007).

Amenazas a la privacidad

Aquí se incluyen todas aquellas situaciones que impiden al individuo controlar de forma efectiva los datos de carácter personal vinculados a sus perfiles online. A continuación describimos algunas de las principales situaciones que suponen una amenaza para la identidad digital desde el punto de vista de la privacidad.

Configuración insuficiente de la privacidad del sitio web

Luis tiene un perfil en *Facebook* donde comparte comentarios y fotos sobre sus gustos y aficiones, sin aplicar ninguna configuración de privacidad (es decir, permitiendo que todo el mundo pueda ver dicha información). Esto provoca que sus compañeros de trabajo conozcan detalles sobre su vida privada que en otras circunstancias Luis no les revelaría.

Alteración de la privacidad derivada de la sincronización entre plataformas

A Luis le gusta escuchar *Spotify* y ha dado permiso para que este servicio interactúe con *Facebook*. Además de las canciones que escucha, en su perfil de la red social se muestra información que afecta a su privacidad, como su ubicación geográfica, que si bien en principio no estaba habilitada en *Facebook*, ahora sí al sincronizarse ambas plataformas.

Riesgos del etiquetado en imágenes

Luis ha sido etiquetado junto a más gente en una foto de la fiesta de su facultad. La foto aparece en un post con el título "*Botellón en la facultad*". Luis acude a una entrevista de trabajo y el entrevistador le confiesa que ha visto esa foto al buscar más detalles sobre su formación académica, lo que le supone un gran bochorno y la pérdida de una oportunidad de trabajo. Luis quiere que lo des-etiqueten de la foto.

Sexting

Luis quiere sorprender a su pareja y le envía una foto "*sexy*". Ella envía la foto a sus mejores amigas de *facebook* y la comparte en *Instagram*, y aunque pide que no la enseñen a nadie, una de ellas lo reenvía. A los días siguientes, su foto se ha hecho viral en las redes sociales y es objeto de burlas y humillaciones.

Luis ha estado visitando varias páginas web de búsqueda de empleo. A continuación, recibe en su correo electrónico *Gmail* y en su perfil de red social *Google+* numerosas ofertas de trabajo. Luis no recuerda haberse inscrito en esas ofertas y sospecha que pueden ser falsas. Además, otros contactos reciben ofertas de trabajo de forma masiva.

Luis publica en su blog una entrada relatando la excursión que hizo con un grupo de amigos. En ella, ofrece detalles personales sobre la gente con la que ha ido, además de incluir fotos. Esto le ha supuesto un disgusto, puesto que uno de los participantes en dicha excursión no quería que esta actividad fuera conocida.

Mejora tu privacidad: consejos

La búsqueda bibliográfica es un proceso que habitualmente se divide en varias fases consecutivas y que tiene por objeto localizar los documentos que mejor responden a una necesidad de información.

Intenta seguir unas **pautas** de comportamiento digital para evitar que tu privacidad se vea expuesta a terceros:

1. **No tengas prisa**, lee atentamente las condiciones de uso y las políticas de privacidad de los sitios donde insertas tu perfil y/o publicas información (CV, texto, fotos, vídeos,...).
2. **No mezcles** tu perfil personal y laboral, intenta separarlos en la medida de lo posible.
3. **Configura adecuadamente** y a “conciencia” las opciones relacionadas con la privacidad y el acceso a la información que el sitio utilizará y mostrará a otros usuarios y servicios.
4. Siempre que puedas, por tu seguridad, **usa** el “**certificado digital**” o el **DNI electrónico**.
5. **No dejes registros de tus datos a terceros**: cierra tu sesión de correo, de redes sociales, de certificados, etc.

Ejemplo... ¿cómo gestionaríamos bien un perfil en Facebook?



Vigila y sé cuidadoso con la puerta a tu intimidad, ciérrala con llave al salir, del mismo modo que cierras la puerta de casa.

Gestión de la identidad digital

Debes saber que...

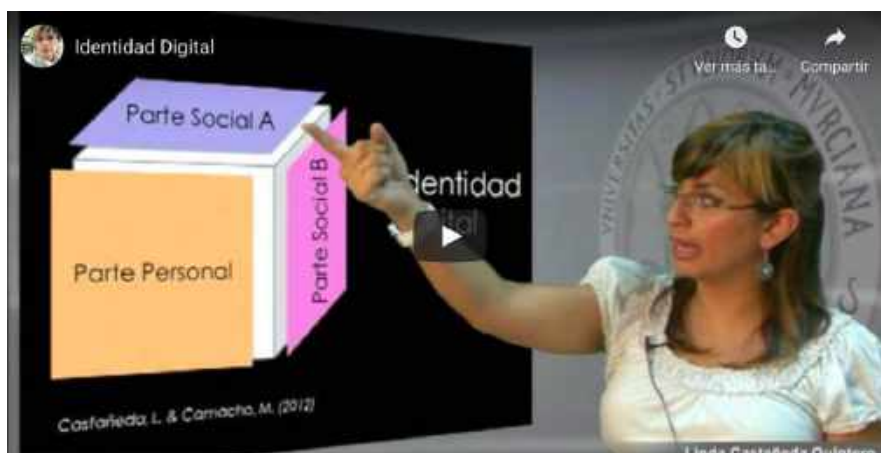


La gestión de la identidad digital implica que los usuarios **seamos conocedores del entorno web y que participemos éticamente**. Cuando somos conscientes de estas premisas y de las oportunidades y peligros de la red a la hora de gestionar la propia información personal se puede garantizar la gestión adecuada de la identidad personal y una mejor "calidad de vida" en la sociedad del conocimiento.

Hay que tener presente que este conocimiento no sólo implica la participación del usuario sino también la de las entidades y empresas que hay detrás de estos servicios, que día a día son más conscientes de los problemas de seguridad y privacidad de los datos en la red.

Crear una identidad digital significa entender la tecnología y participar de ella. Es una oportunidad para demostrar quiénes somos realmente y acercarnos a la gente con intereses o aficiones similares.

Para saber más sobre identidad digital



[Castañeda, Lidia. Identidad digital](#)

Recomendaciones para una gestión eficaz

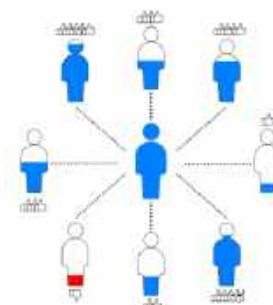


Honestidad y habilidades

Crear nuestra identidad digital de forma honesta pero potenciando y adecuando nuestras habilidades y nuestro comportamiento en función de las personas a las que dirijamos el mensaje.

Presencia e influencia

Expandir nuestra presencia en la red y buscar nuestro propio nido donde poder difundir información útil, interesante y que aporte valor a nuestro trabajo o intereses.





Adecuación

Reflexionar antes de escribir. Adecuar nuestro mensaje y compartirlo con las personas con las que realmente queremos compartirlo. Conviene no olvidar que los problemas es mejor tratarlos personalmente y “en vivo”.

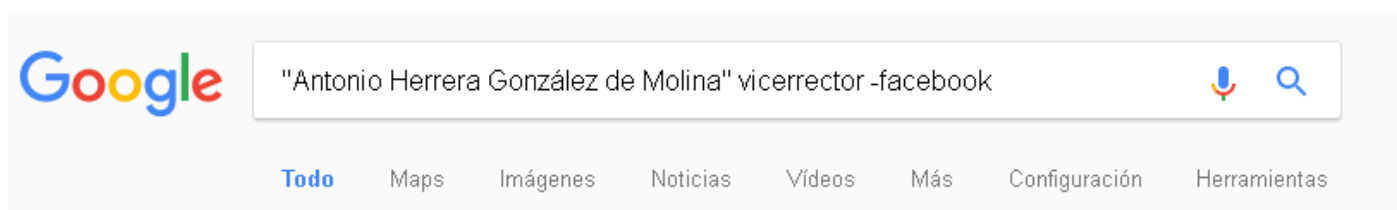
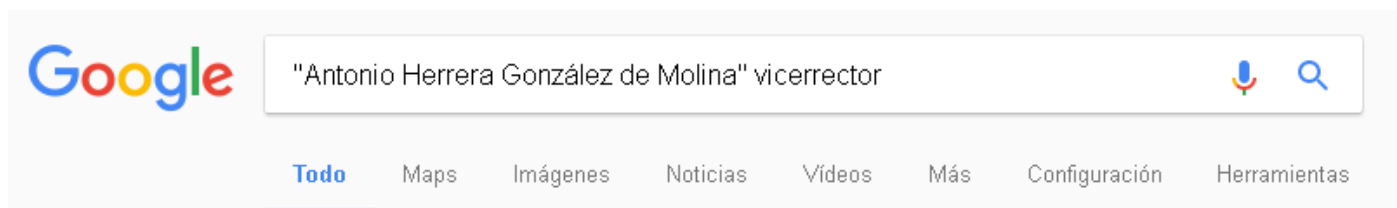
No olvides lo presencial

Cuidar lo digital y lo presencial: ambos son escenarios importantes donde poder nutrirnos, informarnos e interactuar. Gestionados de manera adecuada, potencian tu identidad para que el mensaje que den acerca de ti sea coherente.



¿Quieres saber que se dice de ti en la red?

Haz búsquedas que incluyan tu nombre o tu *nick* en buscadores generales y de redes sociales. Usa las comillas para refinar la búsqueda, usa el nombre de la red social que quieras mirar, o descártala si ya la revisaste (con el operador NOT), incluye alguna palabra relacionada con el contenido que quieres rastrear. De este modo sabrás cuál es tu proyección en la web, al menos en la visible.



Si además quieres monitorizar lo que ocurra a partir de este momento, crea alertas, para que sea el buscador el que te avise de que alguien está hablando de ti.

A screenshot of the Google Alerts creation interface. The title is 'Alertas' with the subtitle 'Supervisa la Web para encontrar nuevos contenidos interesantes'. The search bar contains 'radiolavide OR radio "pablo de olavide"'. Below the search bar, there are several dropdown menus for configuration: 'Frecuencia' (set to 'Como máximo, una vez al día'), 'Fuentes' (set to 'Blogs'), 'Idioma' (set to 'español'), 'Región' (set to 'Todas las regiones'), and 'Cantidad' (set to 'Solo los mejores resultados'). At the bottom, there is an email address field containing 'radiolavide@upo.es', a blue 'Crear alerta' button, and a link for 'Ocultar opciones'.

En los materiales sobre competencias digitales encontrarás más sobre cómo crear y gestionar estas alertas.

Bibliografía



[Redes e identidades: hacia una gestión óptima de la identidad digital](#) Por Cabezuelo Doblaré, A.
Fecha de publicación: 2015
En: Psicología y Mente [en línea]. Disponible en: <https://psicologiaymente.net/social/redes-identidades-gestion-optima-identidad-digital> [Consulta: 11 mayo 2020].



[Gestión de la identidad digital \(en línea\)](#) Por Candel, M.J.
Fecha de publicación: 2009
En: V Congreso Nacional Mujer Emprende. Disponible en: <https://es.slideshare.net/basecia/gestion-identidad-digital> [Consulta: 12 mayo 2020].



[Desvelando nuestra identidad digital](#) Por Castañeda, L. y Camacho, M.
Fecha de publicación: 2012
En: El profesional de la información, julio-agosto, v. 21, pp. 354-360.



[Gestión de la identidad digital](#), Por Colaboradores de Wikipedia
Fecha de publicación: 2015.
Wikipedia, la enciclopedia libre [en línea].
Disponible en: https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Gesti%C3%B3n_de_la_identidad_digital&oldid=85366180 [Consulta: 21 mayo 2020]



[La gestión de la identidad digital: una nueva habilidad informacional y digital](#) Por Giones-Valls, A. y Serrat-Brustenga, M.
Fecha de publicación: 2010
En: Textos universitaris de biblioteconomia i documentació [en línea], n. 24. Disponible en: <http://bid.ub.edu/24/giones2.htm> [Consulta: 12 mayo 2020].



[La presentación de la persona en la vida cotidiana](#) Por Goffman, Erving
ISBN: 9789505182008
Fecha de Publicación: 1959



[Guía para usuarios: identidad digital y reputación online](#) Por INTECO
Fecha de publicación: 2012
Disponible en: <https://repositorio.educainternet.es/officedocs/45?locale=es> [Consulta: 14 mayo 2020].



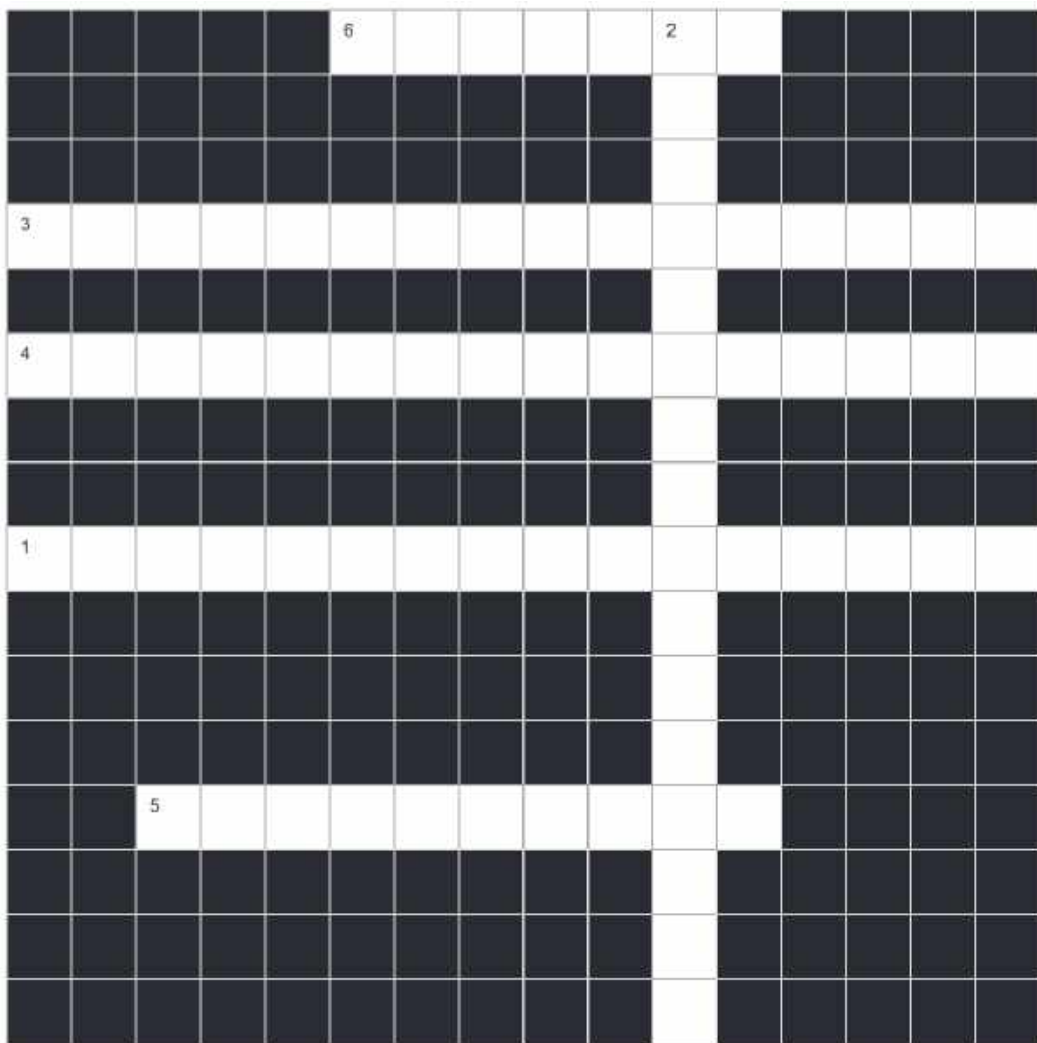
[Five ways to protect your privacy online](#) Por O'Reilly, D.
Fecha de publicación: 2007.
En: Cnet News. Disponible en: <https://www.cnet.com/news/five-ways-to-protect-your-privacy-online/> [Consulta: 14 mayo 2020].



[¿Qué es la identidad digital y cómo hemos de gestionarla? Twitter chat Por Rodríguez Ruiz, Alicia](#)
Fecha de publicación: 2016.
En: #SoMeChatES By Alicia [en línea]. Disponible en: <https://somechat.es/identidad-digital-que-es-como-gestionarla/> [Consulta: 14 mayo 2020].



Actividades de práctica



Horizontales

1. Conjunto de información sobre un individuo o institución expuesta en internet que conforma una descripción de dicha persona/institución en el plano digital.



3. Observa la imagen:



4. Es el reflejo del prestigio estima de una persona o marca de internet.



5. En la gestión de la identidad digital resulta imprescindible cuidar de nuestra...



6. Hace referencia al envío de mensajes sexuales, eróticos o pornográficos, principalmente por medio de teléfonos móviles.



Vertical

2. Todos aquellos nacidos a partir de los años 90, personas que no han conocido el mundo sin internet.



Repasando lo aprendido: Gestión identidad digital

La identidad digital es el rastro que deja un individuo en la red. La recopilación de ese rastro; de sus acciones, aportaciones y opiniones, conforman una descripción y una radiografía de su persona en el plano digital.

<input type="checkbox"/>	Verdadero
<input type="checkbox"/>	Falso

Marca la opción verdadera:

- No es necesario filtrar el contenido que vemos para quedarnos con lo significativo, eso conlleva una pérdida de tiempo innecesaria.
- La información que aportan terceros sobre nosotros o temas que nos involucren no influye en nuestra imagen digital, solo afecta la información que damos en primera persona.
- E - D - B - C- Ser una persona coherente, que sepa buscar y filtrar la información, que cuide sus comentarios y no sea incendiario ayudan a tener una buena identidad digital y por tanto una buena reputación online.

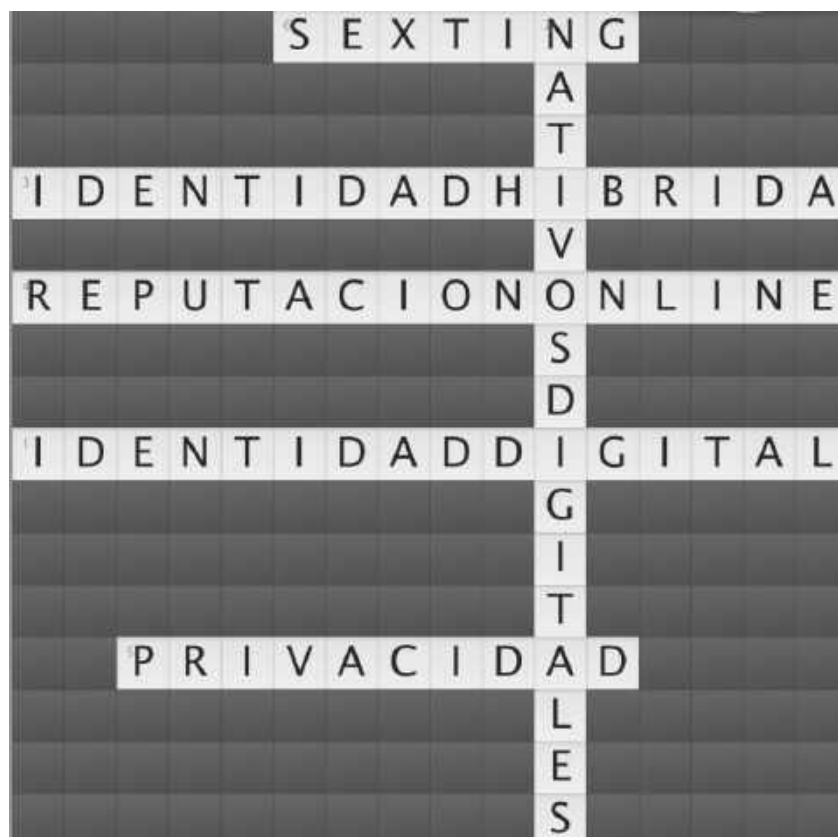
¿El Sexting es una amenaza a nuestra privacidad?

<input type="checkbox"/>	Verdadero
<input type="checkbox"/>	Falso

Como has leído, gestionar bien tu identidad digital para tener éxito y estar valorado positivamente no es tan fácil. Las recomendaciones que debes seguir para una óptima gestión son: (marca las correctas):

- La honestidad
- Reflexionar bien antes de actuar
- Evitar lo presencial
- No ser ambiciosos/as y evitar expandirte demasiado.
- Es mejor tratar los problemas en persona: la comunicación verbal ayuda a solucionar malentendidos.

Soluciones a 'Actividades de práctica'



Soluciones a 'Repasando lo aprendido'

La identidad digital es el rastro que deja un individuo en la red. La recopilación de ese rastro; de sus acciones, aportaciones y opiniones, conforman una descripción y una radiografía de su persona en el plano digital.

- Verdadero
 Falso

Marca la opción verdadera:

- No es necesario filtrar el contenido que vemos para quedarnos con lo significativo, eso conlleva una pérdida de tiempo innecesaria.
- La información que aportan terceros sobre nosotros o temas que nos involucren no influye en nuestra imagen digital, solo afecta la información que damos en primera persona.
- Ser una persona coherente, que sepa buscar y filtrar la información, que cuide sus comentarios y no sea incendiario ayudan a tener una buena identidad digital y por tanto una buena reputación online.

¿El Sexting es una amenaza a nuestra privacidad?

- Verdadero
 Falso

Como has leído, gestionar bien tu identidad digital para tener éxito y estar valorado positivamente no es tan fácil. Las recomendaciones que debes seguir para una óptima gestión son: (marca las correctas):

- La honestidad
 Reflexionar bien antes de actuar
 Evitar lo presencial
 No ser ambiciosos/as y evitar expandirte demasiado.
 Es mejor tratar los problemas en persona: la comunicación verbal ayuda a solucionar malentendidos.