

MATERIA CULTURA DIGITAL I
INFORMACIÓN SOBRE CIUDADANÍA DIGITAL / LECTURA NO. 1

Definición y dimensiones de la ciudadanía digital

Con la aplicación de las TIC, parte de la interacción de la sociedad sucede en el ciberespacio (figura 1.8), sitio alternativo para trabajar, comerciar, aprender, comunicar, socializar, entretener, ejercer derechos civiles y políticos, por lo que ciudadanía se extiende al ámbito digital y da origen a la ciudadanía digital, que exige establecer normas que aseguren actuar con seguridad, responsabilidad y respeto en el mundo digital sin límites geográficos, donde convergen la multiculturalidad, la diversidad de género y de culto.

Entonces, ciudadanía digital se podría definir como el estatus o calidad que se logra al practicar un comportamiento responsable, apropiado, informado, de empatía para la mejora personal y de su comunidad con el uso de las TIC. Los ciudadanos digitales actúan siguiendo lineamientos que distinguen lo relacionado con el respeto a los datos personales y de otros; la propiedad intelectual; el resguardo de la información en ambientes digitales; el reconocimiento de oportunidades y riesgos que el uso o abuso pueden provocar a las personas y al medio ambiente. Lo hacen usando diversas plataformas o entornos digitales (figura 1.9).

La ciudadanía digital está dimensionada por varios aspectos estrechamente relacionados, es necesario conocerlos para comprender mejor el concepto. Éstos se muestran en la figura 1.10.

01 Dimensión de la información

Vivimos en la sociedad de la información y del conocimiento, requerimos:

- Acceso a la información y alfabetización digital
- Habilidades para buscar, seleccionar, evaluar y organizar la información
- Generar nuevos productos y contenidos en los diversos ambientes digitales

02 Dimensión de la comunicación y colaboración

Para generar ambientes de convivencia armónica en el ciberespacio es necesario:

- Colaborar y compartir información respetando la propiedad intelectual
- Generar contenidos o comunicar información en diversas plataformas o aplicaciones
- Navegar con seguridad

03 Dimensión de la convivencia digital

Para compartir en el ecosistema digital:

- Usar protocolos de convivencia: netiqueta
- Comprender el impacto social de las TIC
- Reconocer los derechos en el ambiente digital
- Evitar las agresiones o situaciones de abuso o violencia en las redes
- Respetar la intimidad de los usuarios
- Equilibrar el uso de la tecnología en beneficio de la salud y el bienestar personal

04 Dimensión de la tecnología

Saber qué elementos constituyen el ecosistema digital:

- Conocer el uso de herramientas digitales y aplicaciones
- Resolver problemas técnicos
- Reconocer los avances y masificación de las TIC

De acuerdo con estas dimensiones, básicamente, el ciudadano digital sabe que está inmerso en una sociedad globalizada, tiene acceso a servicios e información publicada en cualquier parte del mundo y sus publicaciones también pueden ser vistas por cualquier persona. También identifica los elementos del ecosistema digital (figura. 1.11), y los utiliza para realizar tareas, colaborar, comunicarse y utilizar diversos servicios.



12 La cultura digital fomenta la creatividad.

Cultura digital

La computadora, las TIC, Internet, la web y sus servicios, están en el panorama de la sociedad transformando sus usos, costumbres, actividades y comportamientos, modifican la forma de vivir; en consecuencia, su cultura, dando lugar al concepto de cultura digital.

Cultura digital (figura 1.12) es la integración de conocimientos relacionados con el buen uso de las herramientas tecnológicas, con el conjunto de buenas prácticas de comportamiento en medios digitales en Internet.

Para desarrollar una cultura digital es necesario precisar el aprendizaje en el uso de las herramientas tecnológicas, reflexionar en la utilidad de la información que se obtiene y se publica, colaborar manifestando siempre un comportamiento social ético. Saber aprovechar las oportunidades que estos recursos ofrecen, aceptar los desafíos y evaluar los riesgos presentes.

Las características imprescindibles en la cultura digital son: el uso masivo de la web y de las redes sociales contribuye a la generación de contenidos; la interacción social es constante, logrando mayor participación para resolver diversos problemas del individuo y de su comunidad; y por último, las tecnologías emergentes y la actualización propician la innovación y generación de nuevas tendencias.

Identidad y huella digital

Cuando accedes al ciberespacio vas dejando un rastro de tus búsquedas, consultas o interacciones; cuando publicas algo en las redes o te etiquetan, das un *like*, un *retweet*, *post*, compras algo en línea, las aplicaciones que usas van registrando tu comportamiento *online* y va quedando grabada. Cada vez que accedes a un sitio web, revelas información personal al dueño del sitio, como dirección IP, que puede incluir información geográfica o el navegador o sistema operativo que usas.

Con ello se va conformando la identidad digital, que es el conjunto de información publicada en Internet sobre lo que hacemos a través de las interacciones online.

La identidad digital es la representación digital o imagen virtual que identifica a un usuario, marca u organización en Internet. Está formada por tres elementos:

- **Datos** que ingresa el usuario de forma consciente en perfiles y aplicaciones: datos personales como nombre, dirección, correo electrónico, entre otros.
- La **huella digital**. Es el rastro que deja de forma inconsciente el usuario al visitar sitios en Internet y redes sociales, los contenidos leídos y los compartidos, las personas con las que se relaciona o sigue, los comentarios que publica, los videos vistos, música escuchada, compras realizadas, etcétera (figura 1.13).
- La **reputación digital** es lo que otros usuarios dicen en Internet y en redes con base en la percepción de la información publicada y las acciones en línea, manifestando el prestigio *online* (bueno o malo) de un usuario (figura 1.14).

Entre los responsables de obtener información y rastrear las actividades de los usuarios de Internet están las *cookies*. Son archivos de datos enviados a la computadora, celular o tableta por el sitio web o App que se visite, independientemente del navegador o aplicación que utilices, se instalan con dos propósitos básicos:

- Registrar accesos para recordar visitas previas identificando al usuario y la actividad que realizó en sesiones anteriores.
 - Registrar los hábitos de navegación y búsquedas para generar un perfil del usuario y de sus gustos o preferencia.
- Entre empresas venden o intercambian información con fines publicitarios (en el mejor de los casos) para mostrar anuncios o enviar información de interés.

Existe una gran cantidad de *cookies* con diferentes funciones y vigencia. Para proteger la privacidad se crean reglamentos para que los sitios web adviertan al usuario y pueda decidir qué *cookies* aceptar y cuáles rechazar.

Para un usuario de Internet es casi imposible borrar por completo su huella digital ya que, aunque se elimine el contenido compartido en red, siempre existe la posibilidad de que éste ya haya quedado respaldado.

La existencia de esta huella digital tiene riesgos insospechados. La información privada puede ser usada, generalmente con fines comerciales, para rastrearnos y personalizar la publicidad que nos llega sobre productos o servicios. Las organizaciones pueden analizar enormes cantidades de datos obtenidos a través de este rastro que vamos dejando y vincularlos a diferentes tipos de información y contextos.

Aprender a usar de forma adecuada las plataformas de Internet nos hace conscientes de que todo lo que se publica y hace por esta vía puede permanecer en la red indefinidamente, aunque se borre; por ello es fundamental proteger nuestros datos y privacidad.

En este sentido, cualquier información que publiques te puede ayudar o perjudicar en futuras oportunidades (admisión a la universidad, empleo, etc.).



FIGURA 1.13 La huella digital muestra información sobre nuestras preferencias personales y es rastreada por los publicistas.



FIGURA 1.14 En las ventas *online* es muy común la reputación.