

Identidad Digital, Indicador De Competencias Semiótico- Digitales

Digital Identity, Semiotic-Digital Competence Indicator

Yuleivy García-Bermúdez*

<https://orcid.org/0000-0002-6558-5148>

Aida María Torres-Alfonso

<https://orcid.org/0000-0002-8842-9199>

Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, Santa Clara, Cuba

*Autor para correspondencia. Correo electrónico: yuleivysg@uclv.edu.cu

Resumen

En el presente artículo se exponen los principales resultados alcanzados durante el desarrollo de una investigación doctoral situada en el área de las Ciencias de la Educación, centrada en el diseño e implementación de un Modelo de Formación de Competencias Semiótico- Digitales para Actores Estratégicos Universitarios. Para la conformación de este resultado científico, resultó medular la conceptualización de esta nueva competencia, la semiótico- digital, la cual se asienta sobre la gestión de la identidad digital como indicador clave. Se configuró una investigación de carácter interdisciplinar, que integró categorías e instrumentos provenientes de distintas áreas del conocimiento, fundamentalmente las ciencias de la educación, la edusemiótica y la educomunicación. Se asumió como directriz metodológica el método dialéctico materialista, que permitió la conjugación armoniosa de lo cualitativo y lo cuantitativo. Se emplearon métodos y técnicas como la observación, la encuesta, el análisis de contenido, la triangulación de datos y la modelación.

Palabras clave: identidad digital, competencias, semiótica, universidad.

Abstract

This article presents the main results achieved during the development of a doctoral research located in the area of Educational Sciences, focused on the design and implementation of a Semiotic-Digital Competence Training Model for University Strategic Actors. For the formation of this scientific result, the conceptualization of this new competence, semiotic-digital, was central, which is based on the management of digital identity as a key indicator. An interdisciplinary investigation was

configured, which integrated categories and instruments from different areas of knowledge, fundamentally the educational sciences, edusemiotics and educommunication. The materialist dialectical method was assumed as a methodological guideline, which allowed the harmonious conjugation of the qualitative and quantitative. Methods and techniques such as observation, survey, content analysis, data triangulation and modeling were used.

Keywords: digital identity, competencies, semiotic, university.

Introducción

La transformación digital, concepto clave en el progreso de las sociedades contemporáneas, contemplado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030, cuenta con una política para su avance paulatino en el país, que ha definido las áreas de desarrollo para alcanzar la Sociedad Digital Cuba 2030. Como parte de su implementación, se halla la formación y desarrollo de competencias digitales en la ciudadanía, indispensables para lograr el éxito de las acciones de transformación (Rodríguez, 2023). Aunque se reconoce el rol cardinal que la universidad cubana juega en la obtención de este propósito (Laurencio *et al.*, 2022), no se cuenta con directrices explícitas para su consecución.

La proyección estratégica de la educación superior cubana ha integrado los ODS, tanto en el Programa de Educación Superior, como en su Proyecto Estratégico (PE), de lo que ha resultado la definición de ocho objetivos estratégicos, entre los que se sitúa la transformación digital de las universidades y entidades de Ciencia, Tecnología e Innovación (Alonso *et al.*, 2021). Al respecto, el objetivo quinto del PE establece: “Garantizar la cultura digital y el desarrollo de la informatización pertinente y novedosos en correspondencia con el perfeccionamiento de la educación superior y la informatización de la sociedad cubana” (MES, 2019).

Este objetivo articula con la propuesta de desarrollo de competencias innovadoras como parte del perfeccionamiento de los planes de estudio, cuya directriz también se halla contenida en esta documentación rectora. Sin embargo, en los indicadores y metas de los objetivos estratégicos de las instituciones de educación superior cubanas, estos solo se enfocan en el desarrollo de competencias informacionales e info-tecnológicas, como vía de elevación de la cultura informacional y digital de profesores, investigadores y estudiantes. Ello incide en que la

dimensión semántica no esté contemplada dentro de la enseñanza de lo digital. Justamente esta dimensión podría contribuir al reforzamiento del carácter humanista de los aprendizajes asociados al digitalismo.

La investigación realizada ha pretendido contribuir a esta problemática desde la aportación teórica de una nueva competencialidad, la semiótico-digital, que garantizaría la articulación entre la alfabetización info-tecnológica (dimensión sintáctica), la producción de significados (dimensión semántica) y la gestión de contenidos digitales (dimensión pragmática). Esta nueva competencia, conceptualizada en base a los precedentes de competencia semiótica y competencia digital sin constituir una yuxtaposición de estas, parte de la interrelación dialéctica entre lo semiótico y lo digital. Definida en el marco de la investigación como la correlación de aptitudes, conocimientos, habilidades y actitudes para el intercambio de sentidos en ecosistemas digitales (García, 2023), asume como basamento conceptual e indicador clave la gestión de la identidad digital.

La gestión de la identidad digital, entendida como constructo semiótico dinámico y heteróclito, eje de la producción de sentidos culturales autorreferenciales que los sujetos despliegan en los ecosistemas digitales, se instituye en la propuesta teórica como indicador clave para la formación de competencias semiótico-digitales en actores estratégicos universitarios.

La relevancia de la gestión de la identidad digital como objeto de investigación ha sido patentada por estudiosos de distintas partes del mundo, jerarquizada como competencia indispensable del siglo que transcurre. Giones y Serrat (2010) establecen que, entre las nuevas competencias que el ciudadano del siglo XXI debe adquirir, está la de gestionar eficazmente su propia identidad digital. Para estos autores, la construcción de una identidad en la red implica un aprendizaje participativo en la cultura digital. La autogestión de la presencia en línea resulta, por tanto, un escalón importante dentro de los multi-alfabetismos, y significa un paso fundamental para el ciudadano que vive y se desarrolla en la sociedad en red.

El acercamiento a la literatura científica sobre el tema reveló que, aunque ha sido consensuada la relevancia de la gestión de la identidad digital como objeto de investigación, los basamentos epistemológicos de cada propuesta contrastan entre sí. En la mayoría de los casos, ha sido definida como conjunto de saberes y habilidades, enseñables y transmisibles, cuyo éxito de aprendizaje se valorará en relación con su maque-

tación socio-profesional (Cruz, 2020). En otro punto de miras se halla su reconocimiento como proyección digital del mosaico de identidades de cada individuo (Moreno, 2019). Esta perspectiva demanda la subversión del paradigma tecno-informacional que ha predominado en los abordajes teóricos de la gestión de la identidad digital como categoría de análisis.

En la exploración del estado del conocimiento, destacaron como precedentes estudios que analizaban modelos de competencias digitales para entornos educativos (Collantes y Jerkovic, 2022; Medrano *et al.*, 2022), los que contenían la gestión de la identidad digital entre sus indicadores o parámetros. En la mayoría de estos modelos, la gestión de la identidad digital engarzaba con la ciudadanía digital, entendida esta última como otro indicador clave de la competencialidad digital. Esta interrelación resultó medular para la propuesta del Modelo de Competencias Semiótico-Digitales para Actores Estratégicos Universitarios. Sin embargo, en un acercamiento a los descriptores de competencia digital utilizados en estos casos, se pudo percibir que la gestión de la identidad digital era asumida como desenvolvimiento tecno-informacional, sin detenimiento en su dimensión significativa o cultural.

Asimismo, se evidenciaba el riesgo de parametrizar este indicador competencial, al establecer estándares prefijados para cualificar su gestión. Ello podría incidir en su maquetación y estandarización a nivel personal y ciudadano y, por tanto, atentar contra los niveles de individuación y expresión diversa de las identidades digitales.

Constituyeron también referentes de importancia otros estudiosos del tema que situaban la gestión de la identidad digital como una competencia específica en sí misma, y no como indicador de una competencia mayor (Barroso *et al.*, 2020; Huerta *et al.*, 2021). En estos casos se apreció que, el hecho de considerarla como competencia en sí y delimitar sus componentes y descriptores internos, no implicaba una perspectiva conceptual diferente a la anterior, pues también quedaba identificada como un modo de actuación predeterminado, que no tenía en cuenta los niveles de heterogeneidad significativa. Las repercusiones de la identidad digital para el desempeño estudiantil, docente, científico, o la empleabilidad, ocupaban el centro de miras de estos trabajos, sin considerar el estatuto semántico ni la producción de significados asociados.

Resultaron de gran aportación para la fundamentación teórica de la investigación, un grupo de estudios que conceptualizaban la identidad

digital desde perspectivas semióticas (Calvo, 2019; Moreno, 2019; Sibilia, 2016). En estos, se concedía mayor énfasis a la esencia significativa y cultural en la gestión de la identidad cultural. El hecho de que estos estudios se situaran en zonas más reflexivas y ensayísticas que propiamente académicas, unido a que no abordaban el tema desde lo educacional ni desde lo relativo al desarrollo competencial, permitieron corroborar el vacío teórico respecto a la gestión identidad digital como indicador clave en la formación de competencias semiótico- digitales.

Entraron en consideración además acercamientos cubanos al tema, donde resaltaron abordajes centrados en la gestión de la identidad digital con vistas a la reputación científica (Cruz, 2020); propuestas comunicativas de desarrollo competencial para la productividad científica (Ruíz, 2019), y acercamientos a la competencialidad digital en el país (Galcerán *et al*, 2022; López *et al.*, 2022; Reytor, 2021). Los estudios coincidieron en la necesidad de potenciar el desarrollo de habilidades en contextos universitarios para el saber- hacer que demandan los nuevos escenarios digitales, entre los que se incluyen la protección de datos personales y la autogestión de la imagen en plataformas digitales. Estos estudios permitieron calibrar el tratamiento del tema en el campo académico cubano; sin embargo, ninguno de los consultados empleó la gestión de la identidad digital desde la perspectiva seleccionada en la investigación.

De particular relevancia se consideró el artículo de la investigadora cubana Pérez (2015), quien se detiene en la necesidad de desarrollar competencias y habilidades individuales y/o colectivas para la construcción de identidad en plataformas digitales. Para la autora, el proceso de construcción identitaria en los espacios digitales se articula con nociones socio-psicológicas y culturales de la identidad, lo que resulta afín a la propuesta que se realiza. El trabajo consultado tampoco poseía fines educacionales, por lo que constituyó otra reafirmación del vacío teórico antes enunciado.

De manera general, el estado del conocimiento indicó una propensión a la consideración teórica de la gestión de la identidad digital como indicador indispensable de la competencialidad digital, pero desde una perspectiva info- tecnológica, sin atender su dimensión semántica. La perspectiva más cercana al propósito de la investigación resultó la pro vista por autores que la definían como constructo semiótico; sin embargo, estos no poseían fines educacionales ni abordaban el tema de desarrollo competencial, lo que permitió confirmar tanto la existencia

de un vacío teórico sobre el tema elegido, como la pertinencia del estudio realizado.

En el presente artículo se compendia el resultado teórico de una investigación doctoral que ha tenido como propósito central proponer un Modelo de Formación de Competencias Semiótico- Digitales para Actores Estratégicos Universitarios. El diseño e implementación de este modelo educativo se ha asentado en la gestión de la identidad digital como indicador clave de su marco epistemológico y su instrumentación.

Métodos

Se configuró una investigación de carácter interdisciplinar que, bajo la perspectiva rectora de la metodología de la investigación educacional, imbricó presupuestos conceptuales y metodológicos de otras áreas del conocimiento como la edusemiótica y la educomunicación. Se asumió el método dialéctico materialista como directriz metodológica, lo que permitió la conjugación armoniosa de métodos y técnicas cualitativos y cuantitativos para la determinación del problema y su propuesta de solución, como fueron la observación, la encuesta, el análisis de contenido, la triangulación de datos y la modelación.

Se estableció como escenario de investigación la Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas, institución educacional de prestigio nacional e internacional, con un importante rol en el proceso de transformación digital de la educación superior cubana. Su proceso de información, comunicación e informatización se identifica como uno de los más sólidos del país, no solo por su robusta infraestructura, sino por la actividad investigativa e innovadora asociada al proceso. Este aspecto del escenario de investigación resultó medular para comprender las potencialidades del centro para la formación y desarrollo de competencias semiótico- digitales en sus actores estratégicos.

Como unidades de estudio se seleccionó el criterio de actores estratégicos, entendidos como actores de la gestión universitaria que intervienen en la implementación de los objetivos estratégicos de la institución a través de acciones multinivel (Universidad- Facultad- Dirección) desde distintas funciones, responsabilidades y perspectivas (Sevila *et al.*, 2019).

Como decisión de muestreo, se instauró una muestra homogénea dirigida, basada en el criterio de representatividad o tipo, cuya homogeneidad se basó en el rol (actores estratégicos), sin inclusión de otros discernimientos de variabilidad (etarios, territoriales, de género, de for-

mación, etc.). Esta predominancia permitió además determinar la composición y tamaño de la muestra, en relación con el proceso inductivo de investigación. De ello, resultó una unidad de estudio integrada por un 12 % de directivos de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, que incluyeron miembros del consejo de dirección universitario y vicedecanos de información y comunicación; un 24 % de docentes de las doce facultades que componen la institución; un 20 % de agentes de la comunicación universitaria, constituido por miembros de la Dirección de Comunicación Institucional, y un 44 % de líderes juveniles, integrantes del Consejo de la Federación Estudiantil Universitaria y del Comité de la Unión de Jóvenes Comunistas del centro.

Se diseñó y aplicó como instrumento diagnóstico un Cuestionario de necesidades de formación de competencias semiótico- digitales para actores estratégicos universitarios, asentado en la gestión de la identidad digital como indicador clave. El cuestionario integró 15 preguntas que abarcaban tres dimensiones (sintáctica, semántica, pragmática) y cuatro indicadores (gestión de la identidad digital, ciudadanía digital, proyección identitario- cultural y generación de narrativas digitales) para cualificar la competencialidad semiótico- digital.

Las interrogantes del cuestionario referidas al indicador clave gestión de la identidad digital abarcaron cuestiones relativas a: 1) componentes del constructo identitario de cada actor estratégico; 2) convergencia entre la identidad personal y pública; 3) autorreconocimiento de las convergencias entre identidad digital pública e identidades personales, profesionales, laborales, cívicas, sociales, políticas, nacionales y culturales; 4) relación con la expresión de la ciudadanía digital.

Se estableció un escalado y cualificación por cada actor estratégico encuestado, de acuerdo a cuatro niveles de competencia (Competencia no desarrollada, Básico, Medio y Avanzado), y una cualificación gradada por preguntas (Alto, Medio y Bajo).

Como segundo instrumento diagnóstico se confeccionó una guía de observación semiótico- digital centrada en la proyección identitaria de los actores estratégicos en un ecosistema digital (la red social Facebook). Diseñada acorde a los fundamentos conceptuales de la investigación, la guía se adecuó a los ítems del cuestionario y se contextualizó a la caracterización de las unidades de estudio. Esencialmente, atendió la observación de tres recursos convencionalizados para gestionar la identidad digital en el ecosistema digital seleccionado: Portada, Perfil y Biografía.

Los recursos se desagregaron en cinco aspectos de la composición identitario digital y su incidencia significacional: 1) Empleo de fotos personales (perfil, portada, elementos destacados y/o publicaciones); 2) Datos personales expuestos (fecha de nacimiento, sexo, localidad natal, situación sentimental); 3) Datos de geolocalización (lugar de residencia, lugar de trabajo, lugares que visita); 4) Información de contacto situada (teléfono, correo electrónico, dirección particular, dirección del centro laboral); 5) relación de la identidad digital pública con aspectos personales, profesionales, laborales, cívicas, sociales, políticas, nacionales y culturales.

A los efectos de la investigación, se crearon siete patrones de interpretación de estos recursos, partiendo de referentes teóricos consultados (Moreno, 2019; Sibilia, 2016), pero sin coincidir con ninguna propuesta previa del estado del conocimiento. Estos fueron: 1) Dimensiones identitarias prevalecientes (personal, familiar, profesional, laboral, cívica, social, política, nacional, cultural); 2) Códigos metatextuales, prácticas sociodigitales regentes y tendencias en las plataformas; 3) Registros contextuales (contexto real y contexto digital); 4) Recursos identitario culturales (proyección de identidades culturales); 5) Convencionalización y selectividad creativa (valores, convenciones y códigos institucionalizados); 6) Estilización e intensificación (intencionalidad de efectos retóricos, simbólicos y estéticos); 7) Intertextos (reciclaje de textos e imágenes).

La investigación se desarrolló en los años comprendidos entre 2021 y 2024, organizando el proceso investigativo en las siguientes fases:

1. **Conceptualización:** Se determinó la búsqueda de referentes teóricos y metodológicos sobre el objeto de estudio. Se procedió a la creación del constructo teórico formación de competencias semiótico-digitales y de sus indicadores, identificando la gestión de la identidad digital como indicador clave.

2. **Diagnóstico:** Se procedió a determinar el estado del problema en el escenario de investigación mediante la utilización de instrumentos exploratorios sobre el estado de la gestión de la identidad digital en actores estratégicos universitarios. Se alcanzaron resultados diagnósticos que permitieron determinar la propuesta de solución para la transformación del objeto.

3. **Modelación:** Se modeló como propuesta de solución el Modelo de Formación de Competencias Semiótico-Digitales para Actores Estratégicos Universitarios, basado en la identidad digital como su indicador clave.

4. Implementación parcial del modelo: Se confeccionó un procedimiento para la implementación del modelo, que estableció las pautas teórico- metodológicas rectoras para la planificación, concepción, ejecución y evaluación de las acciones desarrolladas.

5. Validación: Se procedió a la aplicación de instrumentos de validación del Modelo de Formación de Competencias Semiótico- Digitales para Actores Estratégicos Universitarios, que incluyó las técnicas de criterio de usuarios y criterio de expertos.

Resultados y discusión

Gestión de la identidad digital, constructo semiótico

Los fundamentos teórico- metodológicos que sustentan la gestión de la identidad digital como componente medular de la formación de competencias semiótico- digitales en actores estratégicos universitarios, requirió de la conformación de un constructo teórico que supliera el vacío constatado en la literatura científica sobre el tema. El concepto elaborado a los efectos de la investigación, se posiciona ante las complejidades de los referentes, fundamentalmente en lo relacionado con el entendimiento de la gestión de la identidad digital como un proceder de índole semiótica, que determina la expresión de la ciudadanía digital, la proyección identitario- cultural y la generación de narrativas en ecosistemas digitales.

Al asumir la gestión de la identidad digital como categoría de análisis, resulta indispensable reconocer los riesgos asociados a su consideración teórica, la cual predispone la preeminencia tecnológica por sobre las cuestiones culturales y humanistas. A los efectos de la investigación, la gestión de la identidad digital ha sido entendida como un constructo semiótico complejo, de naturaleza autorreferencial, situado en el ámbito de la semiosis connotativa, y no como una dimensión paralela a la identidad del mundo físico o real. La investigación se desmarca de las consideraciones referenciales, en tanto se afilia con la noción semiótica de construcción estilizada, que dialoga de manera dialéctica y mediada con las identidades reales.

Al considerarla como un constructo o artefacto de naturaleza semiótica, la intencionalidad significativa le es consustancial. Por tanto, la posición asumida se distancia de los criterios de autores como Barroso *et al.* (2020), que la identifican con la reunión de trazas conscientes e inconscientes del usuario registrado en la red.

Entender la gestión de la identidad digital como caleidoscopio de apropiaciones o hipertexto dinámico, presupone no poder aprehender todos sus afluentes. Su carácter dialógico e intertextual conjuga referentes culturales y experiencias significativas diversas -históricas, personales, grupales-, no siempre rastreables o cotejables. Este mosaico encontrará disímiles formas de expresión, determinadas por narrativas que fungen como referentes culturales o marcos dramatizados característicos de cada ecosistema digital. Se asume que la gestión de la identidad digital podría emularse al proceder de las prácticas semióticas de modelización secundaria (culturales o específicamente artísticas), lo que implica tener en cuenta los grados de selectividad y estilización que intervienen en su configuración resultante.

El desdoblamiento es también un factor decisivo para la comprensión del concepto. Más que considerarlo como la escisión tricotómica (autor-narrador-personaje) que proponen algunos autores como Sibilia (2008), se asume como una dinámica relacional, de acuerdo a las características de cada ecosistema digital. La identidad digital podrá desdoblarse en tantas identidades como demanden los contextos de uso (étnica, de género, territorial, clasista, profesional). Ello no supone una fragmentación identitaria, sino una manifestación de la netiqueta, entendida como las elecciones de expresión sociodigital según los contextos.

Tampoco se considera prudente su colocación en los enmarques de las competencias emocionales o afectivas, por lo que la posición de la investigación se decanta de la propuesta de Área y Pessoa (2012), que la sitúa en terrenos más cercanos a la sicopedagogía que a la perspectiva educacional y edusemiótica. Tampoco se concilia con la idea de Barroso *et al.* (2020) de considerar la gestión de la identidad digital como una competencia específica en sí misma. Se estima como un indicador clave de una competencia mayor, la semiótico-digital, que aúna otros parámetros indispensables para el desenvolvimiento en ecosistemas digitales.

La posición semiótico-digital elegida en la investigación, posibilita la interrelación de la identidad digital con la expresión de la ciudadanía digital, la proyección identitario-cultural en los ecosistemas digitales, y la generación de narrativas. Esta interrelación cuenta con escasos precedentes teórico-metodológicos, entre los cuales sobresale el estudio de Parra Murillo (2020), que constituye uno de los principales antecedentes del modelo de competencia semiótico-digital que se propone en el estudio.

Se concilia con las propuestas de Barroso *et al.* (2020) y Sanabria y Cepeda (2016) en lo relativo a la idea de que la significatividad de la identidad digital es expresiva de valores, por lo que resultan pertinentes los planes de acción formativa destinados a su uso educativo. Se concuerda además con que la interrelación entre la construcción de la identidad digital y el aprendizaje de la ciudadanía digital, pudiera considerarse como una dimensión priorizada de cualquier acción de formación al respecto.

Como resultado de la sistematización teórica realizada, la investigación se afilia al criterio de considerar la identidad digital como un artificio semiótico complejo, cuya conformación se sitúa en la semiosis connotativa y puede determinar los desenvolvimientos sociodigitales en distintos ecosistemas digitales. Este posicionamiento conceptual sustenta la propuesta de situar la gestión de la identidad digital como indicador clave para el desarrollo de la competencialidad semiótico-digital.

Gestión de la identidad digital en actores estratégicos universitarios

La exploración de la gestión de la identidad digital como indicador clave de la competencialidad semiótico-digital en los actores estratégicos de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, reveló la necesidad de efectuar acciones educativas dirigidas a la formación de aptitudes, conocimientos, habilidades y actitudes para gestionar eficazmente la identidad digital desde la conciencia significante.

La exploración del estado del problema en el escenario de investigación se realizó mediante la aplicación de dos instrumentos diagnósticos: el Cuestionario de necesidades de formación semiótico-digital en actores estratégicos universitarios, y la Guía para la observación de la proyección identitario cultural de los actores estratégicos en ecosistemas digitales.

La aplicación del cuestionario a actores estratégicos reveló como regularidad que los actores estratégicos poseían una adecuada noción de la ciudadanía digital (pregunta 3). Sin embargo, se ubicaban en un nivel bajo de competencialidad en relación a la gestión de la identidad digital pública (pregunta 1), con preeminencia en la exposición de datos personales privados y asentimiento de la necesidad de adquirir aprendizajes al respecto. Se confirmó además ausencia de autopercepciones de las convergencias con otras dimensiones identitarias, sobre todo la nacional y cultural (pregunta 2).

Los datos obtenidos tras la observación de la proyección identitario cultural de los actores estratégicos como parte de la gestión de la identidad digital, reveló recurrencias similares al cuestionario, consistentes en altos niveles de competencialidad en la expresión de la ciudadanía digital, y niveles medios o bajos en la gestión de la identidad digital. De los ítems relacionados con las tipologías identitarias (ítem 1), prevaleció la dimensión personal, familiar y laboral en la constitución de las identidades. Ocasionalmente, se observó la dimensión profesional y la política, y casi inexistente la expresión social, cívica, nacional y cultural. Se apreció una tendencia a la correlación (ítem 2) con registros del contexto sociocultural (comunidad académica cubana) y escaso uso de referentes metatextuales (tendencias de la red).

Se corroboró escaso empleo de recursos identitario- culturales (ítem 3) y predominio de intertextos (ítem 6) trasegados en la red, sin referentes culturales precisos. Se apreció mayor tendencia a la convencionalización (ítem 4) propia de comunidades digitales universitarias (fotografías en escenarios académicos), que a la intensificación (ítem 5); aunque se advirtió una conciencia de estilización en la preferencia por vestuarios y espacios protocolares.

La triangulación de datos permitió inferir la necesidad de formación de conocimientos, habilidades y actitudes vinculadas a la gestión de la identidad digital en los actores estratégicos de la institución. Se confirmó que la gestión de la identidad digital requería ser situada como un indicador clave de la competencialidad semiótico- digital.

Gestión de la identidad digital, indicador clave de la formación de competencias semiótico- digitales

La competencia semiótico- digital posee escasos precedentes en las áreas disciplinares en las que se inserta la investigación: las ciencias de la educación, la edusemiótica y la educomunicación. ninguno coincide con el posicionamiento teórico y el objetivo de la investigación. Ante este vacío teórico, se requirió la conformación de un constructo teórico, el cual parte, en primer término, de la comprensión de lo semiótico- digital como una relación dialéctica indivisible.

Esta relación está determinada por la naturaleza semiótica de lo digital, la cual se constata tanto en su esencia comunicacional, como en su arquitectura signica y en su sintaxis -primordialmente indicial, icónica y simbólica-. Por ende, toda competencia digital requiere del dominio de los semiótico, al tiempo que toda competencia semiótica a desarrollar

en la actualidad demanda el conocimiento mínimo de lo digital, ya que los intercambios humanos de sentido se han desplazado y acaecen en la semiosfera digital, *locus* cultural ineludible del sujeto contemporáneo (Hartley *et al.*, 2021).

La competencia semiótico- digital es concebida como una competencia para interpretar y generar sentidos digitales –no sentidos en lo digital–. Se define como una metacompetencia, atendiendo a su carácter multidimensional y metacognitivo (López, 2021). En su multidimensionalidad integra elementos de la competencialidad semiótica en su dimensión semántica (hermenéutica y producción de sentidos), utiliza componentes de la competencialidad digital en su dimensión sintáctica (alfabetización en sintaxis y algoritmos de las plataformas), y comparte rasgos de competencias comunicacionales en su dimensión pragmática. En su condición de metacompetencia, posee la capacidad de viabilizar la adquisición de competencias afines (la hipermedia, la transmedial, la informacional, la mediática) y de reforzar otras (la comunicativa, la lingüística, la informacional y la intercultural).

La investigación propone un concepto de competencia semiótico-digital como la correlación de aptitudes, conocimientos, habilidades y actitudes que se requieren para el intercambio de sentidos en los ecosistemas digitales. Como elemento primordial para alcanzar esa correlación, se requiere la gestión de la identidad digital, indicador sin el cual no sería posible la accesibilidad a un ecosistema digital determinado (dimensión sintáctica), la producción de significados (dimensión semántica) ni el intercambio de sentidos (dimensión pragmática).

La formación de competencias semiótico- digitales se concibió con carácter genérico, integral, multidimensional, procesal, sistémico, contextual, dinámico y ético. Como una de las formas plausibles de concreción, se diseñó el Modelo de Formación de Competencias Semiótico-Digitales para Actores Estratégicos Universitarios.

Gestión de la identidad digital, eje del Modelo de Formación de Competencias Semiótico- Digitales para Actores Estratégicos Universitarios

Se diseñó un Modelo de Formación de Competencias Semiótico- Digitales para Actores Estratégicos Universitarios, centrado en la gestión de la identidad digital como indicador clave de competencialidad. Definido como un modelo teórico de carácter educativo, integró un marco epistemológico y un marco explicativo-metodológico, acorde a la tipología

propuesta por Marimón Carrazana y Guelmes Valdés (2011). El marco epistemológico incluyó los fundamentos conceptuales del modelo, sus referentes teórico- metodológicos, su fundamentación y objetivo. El marco explicativo-metodológico abarcó el contexto social del modelo, su representación gráfica y explicación, las formas de instrumentación y la propuesta de evaluación.

El modelo está integrado por dos áreas: las unidades de formación y las fases de formación. Las unidades de formación integran nueve acciones graduales, que siguen la lógica del proceso de la formación continua universitaria:

1- Identificación de niveles de competencia semiótico- digital de actores estratégicos y de las necesidades de formación competencial.

2- Planificación de escenarios educativos y experiencias de aprendizaje.

3- Concepción y diseño de experiencias de aprendizaje mixtas para actores estratégicos.

4- Orientación y guía para la autogestión del conocimiento semiótico- digital en actores estratégicos.

5- Evaluación de experiencias de aprendizaje.

6- Aplicación de experiencias educativas y de aprendizaje en la resolución de problemas prácticos.

7- Inserción de las experiencias de aprendizaje en la planeación estratégica de procesos universitarios.

8- Articulación de las experiencias de aprendizaje con procesos de ciencia e innovación.

9- Innovación educacional en formación de competencias semiótico- digitales y en experiencias de aprendizaje semiótico- digital.

Las fases de formación, a su vez, integraron once acciones graduales, acorde al cronograma de los procesos de formación continua en la educación superior cubana:

1- Caracterización de los actores estratégicos.

2- Diagnóstico de niveles de competencia semiótico- digital de actores estratégicos.

3- Identificación de necesidades de formación de competencia semiótico- digital.

4- Identificación de tipologías de experiencias educativas y de aprendizaje requeridas.

5- Concepción y diseño de acciones de formación.

6- Acciones de formación de competencia semiótico- digital.

7- Evaluación de acciones de formación de competencia semiótico- digital.

8- Aplicación de las acciones de formación en la resolución de problemas prácticos.

9- Concepción y diseño de acciones de reforzamiento competencial y aprendizaje continuo.

10- Acciones de reforzamiento competencial.

11- Retroalimentación y mejora de acciones de formación y experiencias de aprendizaje de competencia semiótico- digital.

El centro del modelo está ocupado por la matriz de competencias semiótico- digitales, zona del constructo teórico que articula la formación paulatina de la competencia. La matriz se encuentra organizada en seis niveles de competencia: Competencia no desarrollada (N0), Nivel básico (N1), Nivel medio (N2), Nivel avanzado (N3), Nivel especializado (N4), Líder (N5). Estos niveles permiten cualificar el desenvolvimiento semiótico- digital en tres áreas de competencia: Sintáctica, Semántica y Pragmática.

La dimensión sintáctica abarca la alfabetización sintáctico- digital. Transita desde el discernimiento de ecosistemas digitales, el acceso e inscripción, el dominio de sus funcionalidades y algoritmos, la gestión de cuentas y la netiqueta, hasta la percepción de los componentes de los signos característicos de cada ecosistema y plataforma.

La dimensión semántica contiene las hermenéuticas digitales y la generación semántica. Incluye las inferencias y lecturas de los signos digitales, el abanico de sentido de los textos, paratextos y metatextos en su interacción signica, y su uso para la interpretación y gestación de semánticas.

La dimensión pragmática incluye la comunicación semiótico- digital y la generación de narrativas. Se desagrega en la elaboración de los contenidos, la previsión de sentidos, la efectividad para comunicar y comunicarse en los ecosistemas digitales, y la fabricación de narrativas digitales.

Cada dimensión parte de la gestión de la identidad digital como indicador clave, sin el cual no es posible alcanzar las gradaciones competenciales, concebidas como ítems. Cada área posee seis ítems, que se gradan según los niveles de competencia, y se articulan alrededor de cuatro parámetros competenciales: aptitudes, conocimientos, habilidades y actitudes ante lo digital y lo sígnico.

A partir de la distinción de aptitudes hermenéuticas y/o digitales, los parámetros alinean las gradaciones de los conocimientos semiótico-digitales requeridos para la producción de sentidos: Acceder/ Residir, Ser/Hacer, Leer/Interpretar, Decir/Significar, Guiar/Enseñar.

Estos se alinean con la escaleta de once habilidades requeridas para la producción de sentidos en ecosistemas digitales: Acceso/ Convivencia, Interacción/ Participación, Asimilación/ Comprensión/ Interpretación, Creación/ Innovación, Guía/ Transmisión de conocimientos.

Los conocimientos y habilidades establecen correspondencias con las actitudes requeridas para los desenvolvimientos en ecosistemas digitales: Ética sociodigital, Netiqueta, Socialización, Inclusividad, Resiliencia, Proactividad y Valores.

Se determinaron cuatro indicadores de competencia: Gestión de la identidad digital, Ciudadanía digital, Proyección identitario cultural y Narrativas digitales.

La gestión de la identidad digital se asume como el indicador clave para alcanzar la competencialidad semiótico-digital, al determinar, como extensiones de sí, el resto de los indicadores que la integran: la expresión de la ciudadanía digital, la proyección identitario cultural en ecosistemas digitales y la generación de narrativas digitales. Por tanto, resulta el componente primordial del modelo propuesto.

El indicador ciudadanía digital se desmarca de los conceptos extendidos, que lo definen como práctica de ciudadanía en contextos digitales (Perilla y Vergara, 2019), proyección de valores y principios éticos que orientan las acciones de los sujetos en los entornos digitales (Sanabria Mesa y Cepeda Romero, 2016). Tampoco se asume solo como forma de interacción humana, socialización y producción simbólica por medio de plataformas, en correlación con las normas y regulaciones inherentes a estos espacios (Vayas Enderle, 2018), ya que este criterio supone lo digital como espacio otro, posición divergente a la asumida en la investigación. En el enmarque de la investigación ha sido entendida como la extensión social y ciudadana de la gestión de la identidad digital.

El indicador proyección identitario cultural en ecosistemas digitales tiene como precedentes las formulaciones de las ciberidentidades culturales (Moya y Brito, 2003; Mendoza y Fernández, 2017), de las cuales se demarca tras el deslinde entre lo virtual y lo digital que predomina en los abordajes más actuales del tema. Comparte elementos de la socio- dinámica de las identidades en la red (Turpo Gebera, 2010), pero se delimita conceptualmente de estas. No se consideran solo como las representaciones identitario-culturales en entornos digitales, pues supondría asumir estos espacios como alternidad a lo real, posición divergente a las bases teóricas de la investigación. En coherencia con los conceptos precedentes de identidad y ciudadanía digitales, se asume como la dimensión identitario-cultural del constructo semiótico gestión de la identidad digital. Esta dimensión constituye un caleidoscopio de referentes culturales diversos y en diálogo constante.

El indicador relativo a la generación de narrativas digitales no se identifica con la definición extendida de arte de contar historias con una variedad de multimedios digitales (Hug, 2015), sino que se halla más cerca de la noción de narrativa transmedia de Scolari (2014), como relato que se cuenta multimedialmente y se expande de un extremo a otro de la ecología digital través de múltiples medios y plataformas, con la participación activa de usuarios múltiples. En interrelación con las categorías precedentes, se entiende como el relato iterativo e itinerante que arraiga, y en ocasiones predomina, en uno o varios ecosistemas digitales, en cuya generación, construcción, expansión y transformación participan múltiples sujetos. Es resultado de la interrelación de los indicadores previamente abordados: la gestión de la identidad digital, la expresión de la ciudadanía digital y las proyecciones identitario culturales en ecosistemas digitales.

Para la implementación del modelo se confeccionó un procedimiento que estableció las pautas teórico- metodológicas rectoras para la planificación, concepción, ejecución y evaluación de las acciones desarrolladas. Estas acciones se organizaron en dos tipologías: 1) formación de competencias semiótico- digitales para actores estratégicos universitarios en escenarios educativos curriculares, ejecutada mediante la impartición de la asignatura electiva Análisis semiótico de contenidos digitales; 2) formación de competencias semiótico- digitales para actores estratégicos universitarios en escenarios educativos extracurriculares, ejecutada mediante la realización de talleres.

Se procedió a la aplicación de instrumentos de validación del Modelo de Formación de Competencias Semiótico- Digitales para Actores Estratégicos Universitarios, que incluyó las técnicas de criterio de usuarios y criterio de expertos. En el primer caso, se aplicó un cuestionario semi-cerrado simple para obtener la valoración de las acciones de formación desde sus propios participantes, beneficiarios principales del modelo. Para la obtención de la opinión de los expertos, se conformó el Aula Virtual *Formación de Competencias Semiótico- Digitales*, donde fueron colocados los materiales propuestos para la valoración y se dispuso de un cuestionario con 18 interrogantes, que permitiera cualificar los componentes del modelo en base a los parámetros de evaluación: Comprensibilidad, Pertinencia, Factibilidad y Aplicabilidad.

Los resultados de la aplicación del instrumento criterio de usuarios a los beneficiarios de la implementación parcial del modelo, indicaron la pertinencia y factibilidad de las acciones educativas de preparación semiótico- digital efectuadas, teniendo la gestión de la identidad digital como elemento base y primordial. Confirmaron además el reconocimiento de los participantes a la dimensión significacional. Los resultados de la aplicación del instrumento de evaluación del resultado científico, el criterio de expertos, indicaron la prevalencia de opiniones que reconocen el Modelo de Formación de Competencias Semiótico- Digitales para Actores Estratégicos Universitarios como comprensible, pertinente, factible y aplicable.

Conclusiones

La formación de competencias semiótico- digitales en actores estratégicos universitarios, resulta un tema pertinente en el contexto de la transformación digital de la sociedad y la educación cubanas. La fase de conceptualización del objeto de estudio, reveló la existencia de escasos estudios sobre el tema en el ámbito de las ciencias de la educación, dentro y fuera del país.

El diálogo crítico con los precedentes bibliográficos reveló el vacío teórico en relación a la formación de competencias semiótico- digitales y a la gestión de la identidad digital como indicador clave de esta competencialidad. Se requirió de la conformación de un constructo teórico, que conceptuó la competencia semiótico- digital como una meta-competencia para el intercambio de sentidos en ecosistemas digitales, mediante la correlación de aptitudes, conocimientos, habilidades y ac-

titudes que se requieren. El núcleo medular de esta competencialidad se asienta en la gestión de la identidad digital, entendida como una construcción semiótica compleja de naturaleza autorreferencial, que determina otros indicadores, como la expresión de la ciudadanía digital, la proyección identitario cultural en ecosistemas digitales y la generación de narrativas digitales.

El diagnóstico efectuado a los actores estratégicos de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, reveló como regularidades la necesidad de diseñar acciones educativas dirigidas a elevar los niveles de gestión de la identidad digital, como primer paso en la formación de competencias semiótico- digitales. Para dar solución a la problemática, se diseñó el Modelo de Formación de Competencias Semiótico- Digitales para Actores Estratégicos Universitarios, asentado en la gestión de la identidad digital como indicador clave. Para su implementación parcial, se concibió un procedimiento que permitió la organización y desarrollo de acciones de formación de competencia semiótico-digital en escenarios educativos curriculares y extracurriculares.

Para la evaluación del modelo, se aplicaron las técnicas criterio de usuario y criterio de expertos. Los resultados de la aplicación del criterio de usuarios a los beneficiarios de la implementación parcial del modelo, indicaron la pertinencia y factibilidad de las acciones educativas efectuadas. Los resultados de la aplicación del instrumento de evaluación del resultado científico, el criterio de expertos, indicaron la prevalencia de opiniones que lo reconocen como comprensible, pertinente y factible y aplicable.

El estudio realizado contribuye a la formación de una nueva competencia, asentada en la gestión de la identidad digital como indicador clave, que propicia un mejor desenvolvimiento de los actores estratégicos universitarios en ecosistemas digitales.

Referencias bibliográficas

- Alonso-Becerra, A.; Baños-Martínez, M.A.; Columbié-Santana, M. (2021). Los objetivos de desarrollo sostenible desde la proyección estratégica de la educación superior. *Ingeniería Industrial*, 42(1) 62-77. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362021000100062&Ing=es&tIng=es
- Area, M., y Pessoa, T. (2012). De lo sólido a lo líquido: las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0. *Comunicar. Revista*

Científica de Educomunicación, 19(38), 13-20. <https://www.revistacomunicar.com/pdf/preprint/38/01-PRE-12378.pdf>

- Barroso-Osuna, J., Llorente-Cejudo, C., y Palacios-Rodríguez, A. (2020). Competencia e identidad digital. Percepciones del profesorado en formación. *AULA, Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*, 66(2), 53-64. <https://revistas.unphu.edu.do/index.php/aula/article/view/139>
- Calvo, S. (2019). Cultura e identidades digitales: la socialización líquida y su influencia en la construcción del *self*. *Astrolabio. Revista internacional de filosofía*, (23), 241-250. <https://www.raco.cat/index.php/Astrolabio/article/view/359395>
- Collantes, R.D, y Jerkovic, M. (2022). Competencias digitales docentes en el nuevo milenio: retos por superar. *Llalliq, Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*, 2(2), 222–235. <https://revistas.una-sam.edu.pe/index.php/llalliq/article/view/961>
- Cuervo-Sánchez, S.L., Martínez-de-Moretín, J.I, y Medrano-Samaniego, C. (2022). Una intervención para mejorar la competencia mediática e informacional. *Educación XXI*, 25(1). <https://doi.org/10.5944/educxx1.30364>
- Cruz-Cruz, E.M. (2020). Identidad digital y producción científica. *Revista Electrónica Dr. Zoilo E. Marinello Vidaurreta*, 45(1), 1-4. <https://revzoi-lomarinello.sld.cu/index.php/zmv/article/view/2166>
- De Piero, J. L. (2019). Videoblogs, culturas juveniles e identidades digitales. *RILL, Revista del Instituto de Investigaciones Lingüísticas y Literarias Hispanoamericanas*, (23), 65-75. <https://www.aacademica.org/jose.luis.de.piero/10>
- Galcerán Álvarez, I.M.; López Presmanes, J.L.; Linares Álvaro, M.J.; Torricella Morales, R.G. (2022). Evaluación de las competencias digitales en un ambiente universitario. *Revista Sinapsis*, 1(22). <https://www.it-sup.edu.ec/sinapsis>
- García, Y; Torres, A. M. (2022). Presupuestos metodológicos para estudiar la identidad cultural cubana en narrativas digitales de jóvenes universitarios. (Ponencia). *13er Congreso Internacional de Educación Superior Universidad 2022. I Taller Internacional Las Ciencias Sociales y Humanísticas desde la Universidad*, La Habana, Cuba.
- García, Y. (2023). Competencias semiótico- digitales: maneras de leer narrativas identitario- culturales de jóvenes universitarios. En, E. Morales Chuco, *Identidades y diversidades de adolescentes y jóvenes. Revelaciones del contexto cubano actual*. Editorial del Instituto de Investigación Cultural “Juan Marinello”.
- Giones- Valls, A. y Serrat-Brustenga, M. (2010). La gestión de la identidad digital: una nueva habilidad informacional y digital. *BiD: Textos univer-*

- sitaris de biblioteconomía i documentación*, (24), <https://raco.cat/index.php/BiD/article/view/195964>
- Gortaire, J. F.; Huerta, J. C. (2014). *El yo, su identidad, intimidad y espectáculo: Facebook y Twitter desde una perspectiva contemporánea*. (Tesis de Licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Hartley, J., Ibrus, I.; Ojamaa, M. (2020). *On the Digital Semiosphere: Culture, Media and Science for the Anthropocene*. Bloomsbury Academic.
- Huerta, G. A., Torres, C. A., y Lagunes, A. (2021). Diseño y validación de una escala para medir la gestión de la identidad digital. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 11(22), e069. <https://www.scielo.org.mx/pdf/ride/v11n22/2007-7467-ride-11-22-e069.pdf>
- Laurencio, A., Velázquez, R. M., García, A. & Peña, Y. (2022). La virtualidad en la educación superior cubana: influjo del CEPES-UH en su desarrollo. *Revista Cubana de Educación Superior*, (41). <http://scielo.sld.cu/pdf/rces/v41s1/0257-4314-rces-41-s1-3.pdf>
- López, J. L., Galcerán, I. M., Linares, M. J. y Torricella, R. G. (2022). Evaluación de las competencias digitales en un ambiente universitario. *Revista Sinapsis*, 21(1). <https://revistas.itsup.edu.ec/index.php/sinapsis/article/view/657>
- López, X. (2021). Redefinición de metacompetencias y habilidades de los periodistas digitales. *Revista Anuario ThinkEPI*, 16(3). <http://doi.org/10.3145/thinkepi.2022.e16a03>
- Marimón Carrazana, J.A.; Guelmes Valdés, E. (2011). Aproximación al modelo como resultado científico. En, De Armas Ramírez, N. *Los resultados científicos como aportes de la investigación educativa*. (8-19). Universidad Pedagógica Félix Varela.
- Medrano-Vasquez, J.M.; Llamas-Rios, M.J.; Revollar-Cáceres, L.S., y Villarruel-Díaz, J. (2022). Competencias digitales y la sistematización de la experiencia pedagógica. *Santiago*, (159), 203- 218. <https://santiago.uo.edu.cu/index.php/stgo/article/view/5613>
- Ministerio de Educación Superior, MES. (2019). Proyecto estratégico del Ministerio de Educación Superior. Editorial Félix Varela.
- Moreno, S. (2019). La estilización del yo en redes sociales: la proyección online de la identidad personal como artificio semiótico. *deSignis*, (30), 77-89. <https://www.redalyc.org/journal/6060/606064170006/606064170006.pdf>
- Moya, N., y Brito, J. M. (2003). Las ciberidentidades: efecto de la globalización tecnológica. *Ciencia y Sociedad*, 28(1), 29-52. <https://www.redalyc.org/pdf/870/87012383003>

- Pérez Alonso, B. (2015). ¿Mi perfil soy yo?: Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de la identidad en los servicios de redes sociales en internet. *Alcance: Revista Cubana de Información y Comunicación*, 4(7), 111-139. <https://revistas.uh.cu/alcance/article/view/5753>
- Reytor Garriga, E.L. (2021). El desarrollo de la competencia semiótica-digital para el análisis de textos multimodales. *Revista Boletín REDIPE* 1 (6), 125-135.
- Rodríguez Cruz, Y. (2023). La transformación digital en la ruta 2030. Observatorio Cubano de Gobierno Digital, OCDG. (2022). <http://observatoriodigital.fcom.uh.cu>
- Ruíz-Díaz, A. (2019). La competencia en la comunicación de resultados científicos desde una visión de compartir. *Santiago*, (150), 701-715. <https://santiago.uo.edu.cu/index.php/stgo/article/view/5088/4554>
- Sanabria, A. L., y Cepeda, O. (2016). La educación para la competencia digital en los centros escolares: la ciudadanía digital. *RELATEC: Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 15(2). <https://relatec.unex.es/index.php/relatec/article/view/2612>
- Sevila, D., Velázquez, R., y Turro, A. (2022). Gestión por competencias en centros universitarios municipales, alineada a las demandas del municipio. *Ingeniería industrial*, 43(3), 109-118. <http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v43n3/1815-5936-rii-43-03-109.pdf>
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica.
- Sibilia, P. (2016). Uno es lo que Google dice que uno es. La vida editable, entre control y espectáculo. *Revista de Psicoanálisis*, 73(2), 237-252.

Conflicto de interés

No existe conflicto de interés

Contribución de los autores

Las autoras realizaron la investigación después del análisis profundo del tema