



*Tag me.*

## Identidad: (re)creación y (re)presentación en las tecnologías digitales

María Gil Poisa

Universidade de Santiago de Compostela

---

[Localice en este documento](#)

**Resumen:** El presente artículo pretende ser una introducción a la presentación y aplicación del concepto de identidad en las tecnologías digitales, especialmente a las redes sociales. Entendemos la identidad no sólo como la imagen que el sujeto proyecta, sino como el conjunto de visiones que él tiene de sí mismo unida a la que el resto tiene de él. Esto queda reflejado en la manera en que utilizamos estas nuevas formas de comunicación, y en las distintas relaciones que se establecen entre los usuarios a través de las mismas.

**Palabras clave:** identidad, red social, tecnologías digitales

*¿Es una cosa tan terrible la insinceridad? Yo creo que no. Es simplemente un método con el cual podemos multiplicar nuestras personalidades. El retrato de Dorian Gray (Oscar Wilde)*

## 1. Introducción

Para hablar de identidad aplicada a la cibercultura debemos aclarar en primer lugar qué es lo que define la identidad y cuál es su importancia en relación a los estudios culturales. Mientras que hasta hace unas décadas se entendía identidad como una creación personal, el “yo” que diferenciaba a un individuo de los demás por sus propias características, en los últimos años se ha empezado a hablar de identidad como el producto de la interacción entre los demás individuos y su entorno en relación a un “yo” concreto. Entendemos la identidad no sólo como la imagen que el sujeto proyecta, sino como el conjunto de visiones que él tiene de sí mismo unida a la que el resto tiene de él. Reconocemos entonces la identidad como un elemento compuesto por diferentes visiones de un mismo sujeto (Edgar y Sedwick, 2007).

Consideramos además la identidad como un pilar básico de la interacción social; todos nos presentamos con una identidad que, como hemos dicho, será también construida con la imagen que los demás tienen de nosotros. En el sistema tradicional de interacción teníamos que contar con todos los elementos que esto supone, incluyendo características físicas, expresiones, lenguaje corporal... En definitiva; tenemos menos control sobre el proceso de comunicación. La interacción on-line elimina esos rasgos de identidad que cara a cara percibimos, por lo que somos nosotros, los usuarios, los que podemos (re)crearlos, siendo mucho más conscientes de los datos que ofrecemos y de los que omitimos (Smith y Pollock, 2003). Es en este punto en el que la comunicación a través de las nuevas tecnologías, fundamentalmente a través de plataformas en Internet, ha modificado la forma que tenemos de construir nuestras identidades. Los nuevos medios y plataformas digitales, como las redes sociales, están cambiando muchas cosas en los hábitos diarios de los usuarios de Internet.

Cuando una persona se decide a crear un personaje en cualquier plataforma en Internet es consciente de que se está representando de una forma u otra a sí misma, mucho más consciente que cuando se presenta en la vida off-line; el tiempo de reflexión que nos brinda la Red nos permite pararnos a pensar en qué es lo que estamos creando, siendo también conscientes de que es algo que quedará archivado, que no es efímero. Además contamos con una serie de recursos que nos permiten omitir o inventar aquellos rasgos de nosotros mismos, reales o no, que queremos transmitir.

Desde casi el inicio de Internet hemos contado con una serie de sistemas que nos permiten, nos solicitan, la creación de unos personajes que no tienen que representarnos forzosamente a nosotros, a los individuos off-line, sino a unas identidades creadas, como personajes de juegos de rol, un papel que interpretaremos. Estamos hablando de MUDs, chats, foros y otras modalidades.

Pero desde hace unos años han aparecido unas nuevas plataformas que, aunque nos solicitan igualmente la representación de una identidad, sí se han ideado como soporte para la representación de nuestras identidades físicas, nuestros yo “reales”: las redes sociales. Pero ¿son estas identidades una representación fiel de nosotros mismos? ¿Es eso posible? ¿Pueden ser una proyección de nuestra propia visión?

En esta sociedad orwelliana nos hemos acostumbrado a estar en contacto constante con los demás, a interactuar continuamente a costa de la vigilancia y el movimiento de información. La costumbre y nuestra actitud nos han llevado a que prácticamente necesitemos que todo el mundo conozca nuestras acciones, virtuales y reales; es un exhibicionismo ligado a la búsqueda de reconocimiento. En la vida off-line muchas veces buscamos lo mismo que en la on-line, aunque de forma más inconsciente, porque no queda constancia material, como en Internet, ni tenemos la oportunidad de reflexión que ésta nos brinda. La red ya no es efímera, eso es sólo una ilusión; desde que todo queda archivado, todo lo que introducimos puede ser recuperado. Esa permanencia, por la implicación con la construcción de la identidad y el trabajo que conlleva,

supone una ligazón y compromiso mayor con la identidad virtual. Es la llamada huella digital, y es una de las características básicas de la red que va a configurar la (re)creación de una identidad on-line (Carrillo, 2009).

Otro de los rasgos que ayudarán a constituir estas identidades es la relación con las interacciones sociales, que también se están viendo modificadas por estas nuevas plataformas. La llamada *soft communication* (Sáez, 2009) nos ha llevado a que tengamos acceso a una persona simplemente con un clic; la comunicación es mucho más cómoda pero no exige un esfuerzo, lo que habitualmente lleva a una frivolidad de las relaciones sociales. Si antes para mantener el contacto con un amigo necesitábamos una relación constante, un interés por ambas partes, en estas nuevas plataformas sólo necesitamos un clic o un mensaje general para etiquetar a alguien como “amigo”.

Todas estas prácticas son, como dice Cobo (24/11/2009) “formas solitarias de ser social”. Suplimos una necesidad con comodidades; es mucho más fácil hacer clic con nuestro ratón que mantener una relación real con una serie de personas que quizá no nos interesen lo suficiente como para hacernos levantar de la silla. Es otra forma de socialización; “muchas veces no quieres estar solo y punto, pero junto a otras personas” (Siegel, 2008:24).

Como último apunte a esta introducción, y unido al punto anterior, diremos que con la aparición de Internet en los hogares ha llegado una nueva generación conformada por los nacidos a partir de 1993, los *nativos digitales*, gente que considera el ordenador como una herramienta siempre a su alcance y que es casi ya una extensión de su cuerpo.

Esta generación digital carece de recursos para enfrentarse a problemas en el entorno virtual; no saben reaccionar o comportarse ante determinadas situaciones y optan por la solución que mejor les funciona en esa vida virtual: esconder la cabeza, lo conocido como el *efecto avestruz*. Esto puede extrapolarse, y muchas veces se hace, a la vida off-line, y trae severos problemas a la hora de la educación de esta generación, como el retraso de la madurez y la falta de consciencia y evasión de responsabilidades, un alargamiento de la adolescencia (Cobo, 21/10/2009). Manuel Castells (2001) sostiene además que son precisamente ellos, los adolescentes, la generación digital, los más propensos a este tipo de efectos y confusión entre su vida off-line y la on-line, dado que son ellos los que se encuentran en pleno proceso de experimentación y construcción de su identidad.

En definitiva, Internet es un nuevo medio creado por y para masas que está modificando nuestra concepción de lo que nos rodea y nuestra forma de relacionarnos con nuestro entorno y con nosotros mismos.

## 2. (Re)construcción de la identidad

### a. Percepciones

Como ya hemos dicho en la introducción, las identidades se crean a través de las percepciones y las acciones de los sujetos. Tenemos por un lado la percepción que el sujeto tiene de sí mismo, y por otro la que los demás tienen de él. El mismo individuo está, además, contribuyendo a la creación de las identidades ajenas a través de su percepción de las mismas. No somos sólo nuestras creaciones, somos el producto de las percepciones y acciones de todo lo que nos rodea: somos identidades múltiples.

La identidad no es un elemento básico; es algo complejo formado por diferentes rasgos y circunstancias. Esos rasgos a su vez podrían combinarse de otra forma, creando una identidad diferente a la existente (teniendo en cuenta además que esas identidades irán cambiando con el tiempo). Es fácil entender el concepto de estas identidades múltiples y relaciones entre ellas en la vida on-line a través de, por ejemplo, el rol. En prácticamente cualquier plataforma on-line se puede sostener más de una identidad al mismo tiempo. Así es posible tener varios personajes que reflejen distintos rasgos de nuestra personalidad, según las funciones que tengamos para ellos: el que quisiéramos ser, el que podríamos ser, el que nos da vergüenza ser en nuestra vida off-line...

Esta fragmentación de la propia identidad para la creación de otras muchas diferentes nos lleva a proyectar partes distintas de nuestro propio ser, a veces de forma consciente y a veces inconsciente, ya que tenemos la posibilidad de ser quien queramos ser. Mientras que antes la identidad múltiple estaba condenada, con este nuevo sistema está aceptada; es lo que Emily Martin llama el “yo flexible” (Turkle, 1997). En estos casos, Turkle habla de los juegos MUD (Multi-User Dungeons), diciendo que “proporcionan mucho para una interacción social anónima en la que podemos jugar un papel tan cercano o tan alejado de nuestro yo real según elijamos” (Turkle, 1997:223). Un usuario de estos juegos recoge perfectamente la idea diciendo “es fácil cambiar la forma en que la gente te percibe, porque todo lo que tienen es lo que tú les muestras” (Turkle, 1997:234).

Precisamente por eso, cuando creamos nuestra identidad la cuidamos mucho por el papel que ésta tiene en comunidad y en sociedad, y esto se aplica tanto a la vida off-line como a la on-line. Mediante esos rasgos de identidad que (re)creamos pretendemos tener un reconocimiento individual; nosotros mismos, como una identidad diferente al resto, queremos diferenciarnos de los demás formando parte del grupo. Por eso cuidamos nuestros personajes en red; tienen una función muy clara dentro de esa sociedad on-line, y su construcción y mantenimiento exigen un tiempo y un esfuerzo que no estamos dispuestos a perder creando algo que no nos gusta, o haciendo desaparecer el personaje.

Damos unos rasgos a nuestros personajes tratando que nos representen o representen una parte de nosotros: podemos ser lo que creemos que somos, lo que queremos ser, lo opuesto a cómo nos vemos... Pero también somos conscientes de que los demás harán lo mismo. Sabemos perfectamente que los rasgos de la identidad pueden falsearse on-line, creando y ocultando: la forma de escribir (jerga, gramática, expresiones, temas...), las firmas, los avatares, los sitios personales o las interacciones son medios que utilizaremos para construir esa identidad. Queremos diferenciarnos de los que nos rodean pero, sin embargo, necesitamos pertenecer a un grupo y sentirnos integrados, por lo que tratamos de desarrollar los rasgos de nuestra identidad que nos lo permitan. "Las personas se recrean a sí mismos como ideales estereotípicos [...] de ello se deduce que un mundo sin restricciones ha llevado a una mayor homogeneidad, más que a nuevas formas de identidad" (Smith y Pollock, 2003:32). De esta forma, y con la pertenencia al grupo, nos estamos preocupando de la percepción que otros tendrán de nosotros, y eso es algo que igualmente va a configurar nuestra identidad, tanto on-line como off-line.

Naturalmente, ese proceso de alimentación de identidades es bilateral; nosotros también influimos en los demás: desde nuestras acciones a nuestras percepciones y clasificaciones. Nuestra percepción de terceras personas es una combinación de lo que ellos quieren mostrarnos, lo que nos muestran involuntariamente y lo que nosotros interpretamos de lo que vemos; es decir, todos construimos la identidad de todos. "Nuestra percepción de los demás se lleva a cabo mediante el empleo de categorías sociales, y no basándonos en individuos particulares" (Smith y Pollock, 2003:78). Identificamos a los demás clasificándolos en unos grupos que previamente conocemos, porque asumimos que todo el mundo debe formar parte de un grupo; si alguien se sale de la norma y no conseguimos clasificarlo como algo conocido y aceptado, automáticamente lo rechazamos. Al mismo tiempo es precisamente eso lo que intentamos evitar con nuestra identidad; queremos ser diferentes pero no demasiado, ser individuos pero formar parte del grupo.

Esto queda muy claramente ejemplificado en plataformas como la red social Facebook, en las que un usuario creará su perfil proporcionando los datos (textos, imágenes...) que quiera, pero también formarán parte de esa identidad los contactos que tenga, los comentarios que estos le hagan, las fotos en las que esté etiquetado... De la misma forma en que colaborarán en la formación de esa identidad lo que no se comente, no se agregue o no se etiquete; las acciones y pensamientos de terceras personas.

#### **b. Desarraigo (nolanders)**

Internet no sólo nos permite configurar una identidad, también podemos desarrollar el entorno de ésta. Globalización, deslocalización, desarraigo... son conceptos que cada vez están más presentes en nuestra vida; Internet ha hecho desaparecer fronteras, y ahora cada usuario tiene la oportunidad de crear su propio mundo, articular su vida alrededor de sus intereses. La deslocalización que aportan los nuevos medios supone una oportunidad de que cada uno cree su propio espacio virtual, el no pertenecer a ningún lugar concreto, únicamente del que cada uno quiere formar parte. Ese desarraigo lleva a crear un mundo propio, el único en el que sentirse completamente seguro e integrado (Turkle, 1997:226). Esto, claro está, es otra forma de configurar la identidad. "What we are moving towards is a fundamentally delocalised world order articulated around a small number of concentrated centres for production of knowledge and storage of information as well as centres for emission of images and information [...] The consequence, Castell believes, is <" (Morley y Robins, 1996:29). Castells ve además la globalización y la cibernación (vida en el ciberespacio) como "the destruction of human experience, therefore of communication, and therefore of society" (Morley y Robins, 1996:38).

Se sugiere además, en relación a esto mismo, que el postmodernismo es "psychotic defence against the loss of referential identity" (Morley y Robins, 1996:39). Los usuarios tienen que crear su identidad sin referencias concretas, por la cantidad de oferta con la que identificarse con la que cuentan, multiplicidad de identidades mezcladas. Esto lleva a la creación de un sinfín de mundos propios, uno por identidad, y a muchas identidades relacionándose en ese espacio sin fronteras que es Internet, un mundo saturado de referencias, en el que éstas han acabado anulándose para ponerse al servicio de una construcción de espacios e identidades supuestamente libre e infinita.

### **3. Utilidad de identidades creadas**

#### **a. Ficción consciente**

Ya hemos comentado la existencia de plataformas pensadas para la creación de identidades por parte de los usuarios, la invención de personajes pensados para funciones determinadas. Cuando inventamos un personaje en Internet, sea para un juego de rol de texto, un MMORPG, chats o determinados foros, estamos creando una nueva identidad. Mediante nuestras acciones, nuestras omisiones, y los datos que proporcionamos, los demás se hacen una idea de cómo es el personaje, muchas veces tratando de extrapolarlo e imaginarse a la persona que hay detrás. Es una identidad on-line que tratamos de identificar con una off-line. En nuestros personajes podemos ocultar o variar datos conscientemente, intentando crear un personaje alejado del “yo” que consideramos real. Pero, queramos o no, en las identidades que (re)creamos también se refleja nuestra (no) realidad a través de lo que ocultamos o exageramos. Por ejemplo, Turkle (1997) utiliza una norma en su estudio de los MUDs, diciendo que si la descripción de la belleza del personaje es larga y exagerada, la realidad suele ser que la persona no es (o no se considera) especialmente agraciada. Si por el contrario no le dedica tanto esfuerzo a la construcción de esta parte de la identidad, significa que no tiene esa aspiración, dado que ya lo ha conseguido en su vida off-line, por lo que no va a dedicarle tiempo; no tiene esa carencia. “Para que la realidad virtual sea interesante tiene que emular lo real. Pero tienes que ser capaz de hacer algo en lo virtual que no puedas hacer en lo real” (Turkle, 1997:277).

Mimamos a esos personajes, los creamos con detalle y los cuidamos. Por un lado, por el trabajo que supone, la exigencia implícita de mantener el perfil creado actualizando y dedicándole un tiempo. Por otro, el ser conscientes de que estamos proyectándonos a nosotros mismos de diferentes maneras en esos personajes, de que una parte de nosotros está tomando forma encarnada en esos perfiles. “Cuando a través de la pantalla nos adentramos en las comunidades virtuales, reconstruimos nuestras identidades al otro lado del espejo” (Turkle, 1997:225).

Los perfiles “ficticios” nunca serán lo mismo que las identidades que nosotros pretendemos proyectar off-line, o en otras plataformas; por ello los usuarios creamos esas identidades creyendo en un anonimato, pensando en que “no existen consecuencias”, lo que nos lleva a una desinhibición y al desarrollo de partes de nuestro carácter que en otras circunstancias trataríamos de moderar u ocultar por miedo a las consecuencias directas de cara a los demás. “Existe una posibilidad muy pequeña de que una acción virtual tenga una respuesta real” (Smith y Pollock). Es precisamente esa sensación de intimidad y seguridad la que favorece los vínculos entre usuarios, que establecen relaciones más rápidas e intensas que en la vida real, pero que a su vez son más dadas a perderse rápidamente; la *soft communication*, las amistades del clic son tan fáciles de conseguir como de perder.

Plataformas como *Second Life* nos piden que creemos un personaje, pero no nos piden que nos representemos a nosotros mismos, y somos perfectamente conscientes de ello desde el momento en que nos registramos en estos universos “fccionales”. Cuando solicitas la creación de un personaje en la plataforma *Second Life*, lo primero que te piden es tu nombre real (un contacto con el mundo fuera de la pantalla), y algún dato como la dirección de correo electrónico. Una vez entramos a crear el personaje, nos piden un nombre de pila, aunque el apellido lo proponen ellos. La razón probablemente es evitar que se repitan; en este universo somos lo que queremos ser: únicos, diferentes, individuos independientes; no podemos compartir nombres (como en muchos casos suceder porque tenemos miedo a que nos confundan con otros). El nombre, el nick, el alias, es casi siempre en estos casos nuestra primera carta de presentación. Pero un nombre condiciona; está definiendo un origen, una tendencia, un sexo en muchos casos. Limitados ya por el nombre escogido, tenemos que pasar a elegir un género para nuestro personaje. Pero, atención, una nota nos advierte de que este género podremos cambiarlo cuando queramos. Eso nos devuelve a la realidad; estamos creando un personaje, aquí vale todo, podemos hacer y deshacer el sujeto a nuestro antojo, podemos manejar nuestro “yo” como la vida fuera de la pantalla no nos lo permite. A la hora de navegar en el universo *Second Life*, todo es distinto. A pesar de imitar la vida real, vemos y nos relacionamos con otros personajes, no con personas; igual que nosotros hemos creado una identidad para estar ahí, somos conscientes de que el resto de avatares que nos rodean son otras representaciones, otras proyecciones de otras identidades. Son personajes. Y son personajes a los que todavía no conocemos, que vagan por un mundo que imita el off-line, pero que en todo momento nos hace ser conscientes de que no lo es, es un universo on-line “ficcional”, porque parte de la ficción (aunque para nosotros, para nuestro personaje, sea muy real). En este universo podemos comprar con su moneda, crear nuestro propio entorno, tener el aspecto que deseemos, podemos volar. Porque aquí no somos nosotros, somos nuestras creaciones, y lo sabemos, con toda la libertad que eso conlleva, y los límites que nosotros mismos nos establecemos.

## **b. Ficción inconsciente**

Ya hemos hecho una diferencia entre plataformas que nos solicitan la creación de un personaje y plataformas que nos piden representarnos a nosotros mismos. Cuando creamos un personaje en un medio como *Second Life* sabemos perfectamente que creamos una identidad paralela, que no tiene que representarnos. Pero no ocurre lo mismo con la mayoría de las redes sociales, como Facebook, o incluso Twitter. ¿Somos conscientes de estar creando una nueva identidad en estos casos? ¿Están las redes sociales dentro de la simulación de Baudrillard? Si Disneyland es la forma de que seamos conscientes de nuestra realidad, ¿es Facebook la forma de que seamos conscientes de nuestra ficción?

Hace unos años la proyección de identidades virtuales en la red tenía una función evasiva y sólo determinadas personas le daban esta utilidad (cribados, para empezar, con el limitado acceso a Internet). Si

creabas una nueva identidad era en juegos de rol o chats, donde no tenías que representarte a ti mismo, por lo que estabas estableciendo una clara línea entre esa creación y tu vida off-line. Ahora mismo la creación de estas identidades ha pasado a ser una recreación; cada uno intenta proyectar una identidad que los represente haciéndola pasar por verdadera. Pero ¿es realmente esa identidad (re)presentada un reflejo fiel? ¿(Re)presentamos lo que somos o lo que queremos que los demás piensen que somos? ¿Por qué se ha ampliado este público que (re)crea identidades en Internet? ¿Es el mismo perfil el del usuario de los antiguos MUDs que el del usuario medio del Facebook?

En contraposición a *Second Life*, cuando pretendemos, como usuarios, abrir una cuenta de Facebook, nos encontramos con algo mucho más personal. Se dirigen directamente a nosotros, y nos piden nuestros datos: nombre, localización, edad... desde el principio estamos dando mucha más información sobre nosotros mismos que en el otro tipo de universo on-line. Obviamente cualquiera puede mentir, inventar un personaje, un alter ego más. Pero esto no tiene mucho sentido en este tipo de redes, dado que éstas están en un contacto directo y continuo con la realidad; hay un enlace que podemos romper, pero entonces las redes pierden su sentido. Y lo pierden porque lo primero que debemos hacer al tener nuestra cuenta es empezar buscar gente; agregar “amigos” con los que ya tenemos una relación off-line, gente a la que conocemos y que debe estar interesada en consultar nuestro perfil, gente a la que estaremos proporcionando toda la información que colguemos en esa plataforma. Y desde el mismo momento en que demos esa información estaremos confirmando en vínculo con la realidad, pero a la vez limitando esa identidad que estemos creando. Como ya hemos dicho, la identidad no se crea sólo con nuestras acciones y percepciones, también influyen las percepciones y las acciones de los que nos rodean, nuestros contactos, en este caso. Sabiéndolo, el usuario ofrecerá sólo la información que a él le interese, los datos que facilite configurarán su identidad en esa plataforma, por lo que la imagen que dé es muy importante. Si un usuario quiere que los demás lo admiren debe dar una imagen de fortaleza, de éxito, debe reflejar aquellas características que lleven a los demás a reconocer su superioridad. Si, por el contrario, desea que lo compadezcan, debe ofrecer rasgos en consecuencia. La manipulación es así mucho más fácil que en la vida real; nuestro control es mayor, tenemos tiempo de reflexión, y siempre se puede rectificar (al menos, aparentemente). Mientras que la imagen que transmitimos off-line depende de factores que nos resultan más difícil de controlar, por la cercanía y la inmediatez, las identidades on-line dan una sensación de seguridad, de “no tener consecuencias”, que se queda muchas veces en una impresión. Creemos representarnos a nosotros mismos porque los datos que proponemos enlazan ese perfil con nuestra vida off-line, pero realmente estamos creando otro personaje exactamente de la misma forma que lo hacíamos en los MUDs o el *Second Life*: omitimos datos, seleccionamos, ordenamos... construimos nuestra identidad on-line partiendo de rasgos que componen nuestras múltiples identidades off-line; hacemos “ficción” en un contexto de supuesta “realidad”.

### **c. Evasión/resolución**

Se ha escrito mucho sobre la función de crear estas nuevas identidades virtuales, pero dos de las más defendidas por los usuarios han sido la evasión y la resolución de problemas.

En muchos casos, la adopción de diferentes identidades adaptadas a diferentes “realidades” virtuales, especialmente en universos “ficionales”, funciona como una especie de catarsis para el usuario; “explorar partes desconocidas de ellos mismos” (Turkle, 1997:235). La utilización de estos personajes les da la oportunidad de comportarse de una forma diferente, y evadirse de una realidad que quizá no es la que les gustaría. Es la proyección también de deseos personales, una apertura de horizontes virtual. En muchos casos a los usuarios les gusta lo que consiguen, por lo que quisieran acercarlo a su vida real. Si un jugador en un universo “ficcional” consigue unos objetivos como puede ser un puesto de autoridad al que no tiene acceso en su vida off-line, entonces quizá quiera llevarlo más allá del universo virtual, y esto puede causar problemas y confusión.

La otra función es la resolución de problemas a través de la proyección de estos en los personajes. El usuario utiliza el personaje en un rol adecuado para traspasarle sus problemas y buscar así una solución desde la distancia. Aunque en algunos casos funciona para encontrar una solución, en otros sucede que crea más confusión, y empieza a funcionar como una vía de escape a esos problemas, bloqueando al individuo, que no podrá avanzar. El hecho de que estas identidades funcionen como método de evasión psicológica puede traer un problema, el *efecto avestruz*. Estas evasiones no aportan soluciones reales, y sólo llevan al individuo a esconder la cabeza y no reaccionar ante los problemas que se le presentan, simplemente porque en muchos casos no cuentan con recursos suficientes para ello. Este tipo de reacciones son cada vez más comunes en la llamada *generación digital*; es mucho más fácil apagar el ordenador, así que esa actitud vale para todo. Muchas veces, además, estas identidades son utilizadas como campos de experimentación: en la vida virtual se pueden probar cosas nuevas. Como dice Turkle (1997), si además esto se aplica a la resolución de problemas puede llevarnos a identificarnos con el yo virtual de forma positiva (superación) o a crear más problemas si no se supera (falta de aceptación).

## **4. Cultura de la simulación**

Una de las características a las que estamos recurriendo constantemente dentro de la Web 2.0 es la simulación. En muchas de estas plataformas el entorno simula la realidad, los personajes simulan ser personas, y esa llamada “ficción” simula cada vez más parecerse a la realidad. Como la pipa de Magritte, que no era una pipa por no poder fumarla, estos universos quieren parecerse tanto al real que a veces pueden parecer más reales que la vida fuera de la pantalla, pero que realmente no pueden sustituirla.

#### **a. “Engaños genuinos”**

Siegel se refiere con “engaños genuinos” en la red (2008:55) al hecho de que existen identidades que se crean en la red pretendiendo corresponderse con la realidad off-line, incluso cuando no pueden, pero estamos tan acostumbrados a que lo que parece real resulte no serlo que asumimos el engaño como algo lícito, y consideramos todas esas identidades como una ficción. No sólo sabemos que lo que estamos viendo no es real, aunque lo aparente, sino que además no nos importa. Los medios nos han rodeado de un mundo de “ficción” en el que la línea divisoria es tan fina que deja de ser importante; lo principal no es que sea cierto o no lo que vemos, sino que lo estamos viendo.

Si un contacto en nuestro Facebook, alguien al que conocemos sobradamente, cuelga información en su perfil con intención de configurar su identidad, la imagen de su “yo” en la red social, pero nosotros sabemos que esa información tiene poco o nada que ver con el sujeto, podremos simplemente ignorarlo. El hecho de que esa información falsa se cuelgue como verdadera no nos importa, porque nos hemos acostumbrado a ver la línea como algo tan fino que el traspasarla queda como una mera anécdota. Lo importante no es la veracidad o la falta de ella, sino ocupar ese espacio transmitiendo y consumiendo la información. Preferimos dar como cierto algo que no lo es a no tener nada, admitimos ese engaño genuino como parte de nuestra vida, de la que la “ficción” ya ha pasado a formar parte.

#### **b. Cultura del narcisismo**

En las últimas décadas, las nuevas generaciones en Occidente han sido agrupadas en lo que Twenge (2006) llama “generación yo”. En los años 70 en EEUU (algo más tarde en España, tras la dictadura) aparece una generación post-Baby Boom que se caracteriza por falta de respeto a las normas, carácter rebelde, egoísmo, narcisismo y falta de esfuerzo; una generación a la que le ha venido todo dado.

Con Internet, esto queda especialmente reflejado en las tendencias del culto al “yo”: blogs, fotologs, y redes sociales son un reflejo de la necesidad de esta generación de exhibirse ante el mundo, compartiendo su vida con todos los que tengan a bien interesarse. En muchos casos este interés no es ni siquiera una manifestación de aproximación al prójimo, sino una mera estrategia publicitaria del ego personal de “yo te visito si tú me visitas”.

En Siegel (2008) encontramos como “cultura del narcisismo” esa tendencia a reflejarse a sí mismo tan evidente en Internet; emisores que hablan de sus (supuestas) experiencias personales y receptores que las consumen, lo que Mayans i Planells llama “narrativas del ego” (2002:191). De esta forma se pasa a una “autoevaluación aislada”, se crea una autoconciencia relativa, se ven a sí mismos como personajes (tanto el emisor como el receptor), y ven sus vidas como una interpretación, como si fueran actores. “Discrepancy theorists, for example, argue that actors compare their perceived self (how they categorize themselves) with their idealized self (what category they want to belong to) [...] The general motive is one of self-efficacy, in which an actor seeks to approach his or her ideal.” (Macfarlad, 2005). Crean, efectivamente, una identidad que quieren exponer ante ese público que los sigue, solamente para verse reflejados. Ellos no creen estar exponiendo su intimidad, exponen su interpretación, su identidad creada, a la que han dedicado horas de trabajo, a la evaluación de los demás. “Los usos han llegado a un punto en que las personas no pueden absorber ninguna idea que no trate literalmente sobre ellas”. (Siegel, 2008:114).

Quizá el mejor ejemplo para esto sean, precisamente, las redes sociales. Si observamos cómo se comporta un usuario medio de Facebook con su perfil, podemos ver que la mayor parte de su actividad reside en visitar perfiles ajenos de sus contactos, dejar comentarios, etiquetar fotografías y, en definitiva, llamar la atención de los demás sobre su propio perfil. De esta forma se provoca una reacción, y los usuarios de los perfiles visitados, halagados, devolverán la visita de la misma manera, dando pie a continuar el círculo vicioso de egos.

#### **c. Pertenencia a un grupo**

En todo lo tratado juega un papel importante también la que fue llamada “cultura de la solidaridad”; el individuo contribuye a la red para sentirse parte de la comunidad. En estos casos podríamos cuestionar hasta qué punto se trata de solidaridad, y no de un deseo de reconocimiento y engorde del ego; usuarios que quieren crear una máscara ante los ojos de los otros para crear la identidad que les gustaría tener a partir de todas las referencias mezcladas con las que cuentan. Un ejemplo son los subtituladores voluntarios; gente que traduce y crea subtítulos para, por ejemplo, series de televisión, sólo por el hecho de poder ver su nombre en los créditos pirata que miles de usuarios se descargarán para poder consumir el capítulo de la semana. Al

mismo tiempo, muchos de esos usuarios agradecerán con el fin de sentirse parte de ese grupo, de esa sociedad organizada de creadores y consumidores de subtítulos. De ahí deducimos que esta “cultura de la solidaridad” poco tiene de altruista; no es más que un deseo de reconocimiento, un querer formar parte de un grupo a través del sentimiento de autoridad al que no se puede llegar en la vida off-line. “En la red somos lo que queremos ser. Cada uno proyecta un yo perfeccionable, a camino entre lo que somos y lo que anhelamos [...] En muchos casos nuestro yo virtual es más yo mismo, porque me atrevo a manifestar ideas, actos y fenómenos subyugados por los límites físicos, seriales e institucionales de la vida real” (Varela, 2006).

La misma pertenencia a comunidades como las redes sociales muchas veces va ligada a la presión social y la necesidad de formar parte de un grupo. Si el usuario se considera fuera de un grupo al que quiere pertenecer, intentará compartir rasgos con el resto del grupo. “La cultura en Internet gira en torno a la búsqueda de una pandilla o grupo y esforzarse en reproducir su estilo con un toque propio que sea adorable, amigable y superficial” (Siegel, 2008:107). Se trata de desarrollar una individualidad que a la vez permita clasificar al usuario dentro de un grupo; se sentirán arropados por los demás creyéndose un individuo independiente, pero a la hora de la verdad son modas: si una plataforma on-line se pone de moda, el usuario querrá formar parte de ella para no sentirse excluido de ese grupo al que aspira. En cuanto la plataforma pase de moda, sufrirá una migración de usuarios que cerrarán o abandonarán sus cuentas para cambiarla por la siguiente. (Sáez, 2009)

Turkle dice en su ya clásico Life on Screen que “Como seres sociales que somos, tratamos de retribalizarnos delante de la pantalla” (Turkle, 1997:226). Realmente la diferencia no es tan grande con la vida off-line; siempre tendremos interés en analizar y clasificar a los demás, y en mostrarnos a nosotros mismos tal y como nos gustaría. Pero, mientras antes lo teníamos que hacer en la vida off-line, cara a cara, y tenía unas consecuencias claras, ahora soportes como las redes sociales nos permiten hacerlo a través de la pantalla, indirectamente. No es lo mismo observar a nuestros conocidos, husmear en su vida privada directamente, que consultar su perfil de Facebook hasta conseguir la información suficiente para analizarlo, clasificarlo, compararlo con nosotros mismos y saciar nuestra curiosidad. La red, la vida on-line, no cambia nuestras acciones y actitudes; simplemente las hace más evidentes: “there is no simple sense in which computers are causing a shift in notions of identity” (Turkle, 1999).

## 5. Conclusiones

Para concluir, me gustaría resumir y aclarar los conceptos que se han tratado. En primer lugar, consideramos la identidad como el conjunto de visiones sobre un individuo formado por su propia percepción y las percepciones ajenas de él mismo. Cada individuo trata de proyectar una imagen, una identidad creada, tanto on-line como off-line; la diferencia es que las identidades virtuales, las que forman parte dentro de la vida en la pantalla, están aparentemente sujetas a un control mucho mayor por parte del sujeto, por lo que existirá la falsa sensación de que en plataformas como las redes sociales podemos recrear nuestra identidad off-line de una forma fiel. El usuario no es muchas veces consciente de estar creando una ficción, mientras que sí lo es en otras plataformas on-line como puede ser *Second Life*. Pero ¿cuál es realmente la diferencia?

Las redes sociales son elementos de (re)creación de identidad que crean “ficciones” que simulan realidades; “ficciones” que forman parte de un engaño consentido por parte de los usuarios. Son además plataformas pensadas y utilizadas para la reafirmación personal, para alimentar esa cultura del narcisismo que alimenta nuestra generación. Son, por fin, la última herramienta necesaria para la necesidad de integración grupal del usuario de Internet.

Pero la pregunta final, porque siempre debe haber una pregunta final, es ¿hasta qué punto es más “real” una identidad de Facebook de un personaje en *Second Life*?

## Notas

[1] Aunque no todas ellas, si gran parte.

[2] A pesar de que, en ocasiones, como en determinados juegos de rol, esto va contra las reglas.

## Bibliografía



CARRILLO, M.: El derecho al olvido en Internet. El País, [http://www.elpais.com/articulo/opinion/derecho/olvido/Internet/elpepuopi/20091023elpepiopi\\_5/Tes](http://www.elpais.com/articulo/opinion/derecho/olvido/Internet/elpepuopi/20091023elpepiopi_5/Tes), 23/10/2009, 23/10/2009.

CASTELLS, M. (2001) La galaxia Internet. Madrid: Plaza y Janés,.

COBO, C.: ¿Fin de las redes sociales? (leyendo entre líneas) <

COBO, C.: Nativos digitales y el fenómeno del avestruz. E-rgonomic, <http://ergonomic.wordpress.com/2009/11/24/nativosavestruz/>, 24/11/2009, 24/11/2009.

EDGAR, A. y SEDGWICK, P. (2007) *Cultural Theory. The Key Concepts*. Routledge, Oxfordshire.

HERNÁNDEZ LES, J. A. (2006) *Pudor e identidad*. Tórculo Edicions, Santiago de Compostela.

LANE, R. J. (2000) *Jean Baudrillard*. Routledge, London.

MAYANS I PLANELLS, J. (2002) *Género chat. O cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Gedisa, Barcelona.

MCFARLAND, D. y PALS, H. "Motives and Contexts of Identity Change: A Case for Network Effects" en *Social Psychology Quarterly* 2005, Vol. 68, No. 4, 289-315.

Molotov Alva. 2009. 21 de diciembre del 2009. <http://www.molotovalva.com/>

MORLEY, D. y ROBINS, K. (1996). *Spaces of identity*. Routledge, London.

RENNINGER, K. A. y SHUMAR, W. (Ed.) (2002) *Building Virtual Communities*. University Press, Cambridge.

SÁEZ, C. "Sobrevivir sin el Facebook". La Vanguardia. <http://www.lavanguardia.es/gente-y-tv/noticias/20091031/53814824395/sobrevivir-sin-el-facebook-periodismo-virginia-myspace-jarque-universidad-carlos-iii-universitat-obe.html>, 31/10/2009, 31/10/2009.

SIEGEL, L. (2008). *El mundo a través de la pantalla*. Urano, Barcelona.

SMITH, H. Y POLLOCK, P. (2003). *Comunidades en el ciberespacio*. UOC, Barcelona.

TURKLE, S. (1997). *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la Era de Internet*. Paidós, Barcelona.

TURKLE, S. "Looking Toward Cyberspace: Beyond Grounded Sociology Cyberspace and Identity" en *Contemporary Sociology*, Vol. 28, No. 6, Nov., 1999, 643-648.

TURKLE, S. "The Subjective Computer: A Study in the Psychology of Personal Computation" en *Social Studies of Science*, Vol. 12, No. 2, May, 1982, 173-205.

TWENGE, J. M. (2006). *Generation Me*. Free Press, New York.

VARELA, J. Identidad de dominio público. Presentación para Evento Blog. Noviembre, 2006. <http://www.slideshare.net/JuanVarela/identidad-de-dominio-pblico>, 8/03/2010.

© María Gil Poisa 2010

*Espéculo. Revista de estudios literarios*. Universidad Complutense de Madrid

El URL de este documento es <http://www.ucm.es/info/especulo/numero45/tagmeid.html>

---

2010 - Reservados todos los derechos

Permitido el uso sin fines comerciales

---

Súmesese como [voluntario](#) o [donante](#) , para promover el crecimiento y la difusión de la [Biblioteca Virtual Universal](#). [www.biblioteca.org.ar](http://www.biblioteca.org.ar)

Si se advierte algún tipo de error, o desea realizar alguna sugerencia le solicitamos visite el siguiente [enlace](#). [www.biblioteca.org.ar/comentario](http://www.biblioteca.org.ar/comentario)

