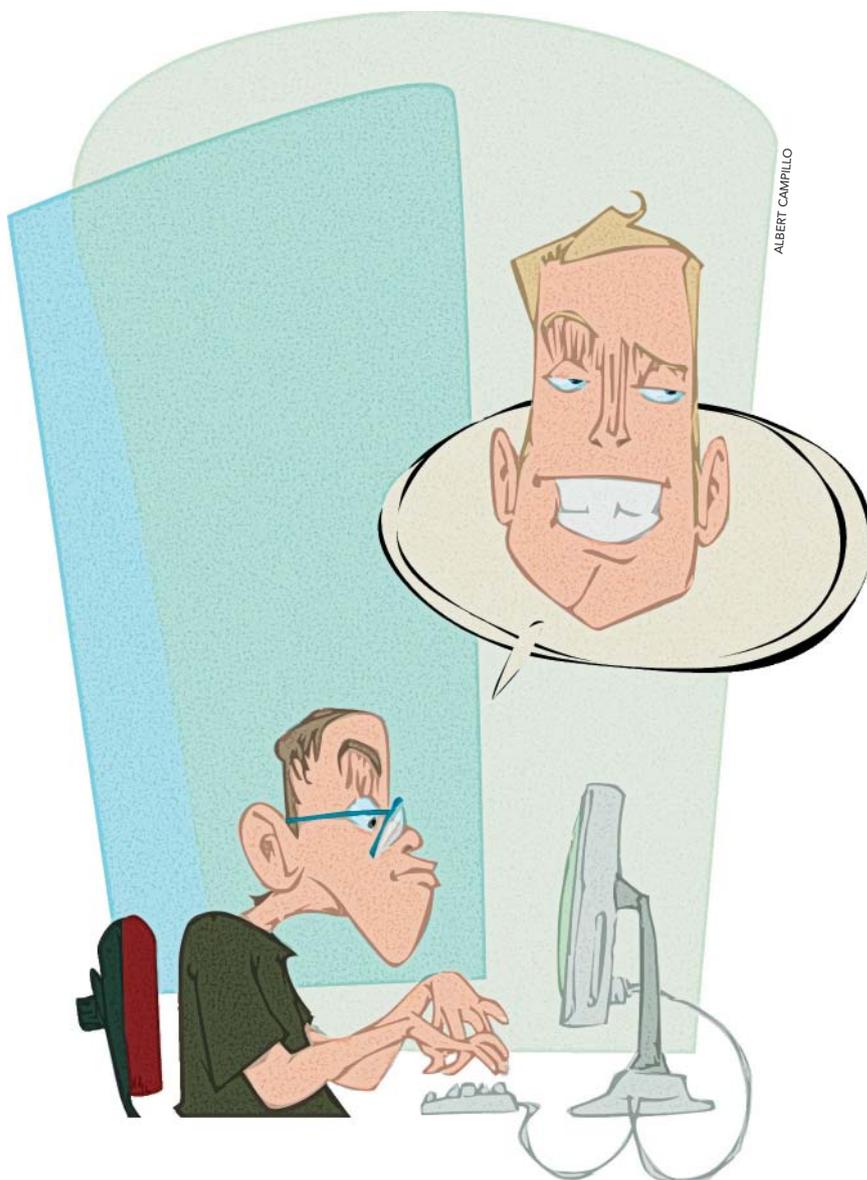


Identidades digitales: límites poco claros

La llegada de Internet ha hecho posible la reinención de uno mismo a través de la construcción de identidades ficticias. Pero hoy en día, en el estado actual de la web social, se ha dado paso a una identidad madura, transparente y aumentada, mucho más potente que antes del ejercicio de autoconocimiento, autoexpresión y autorrealización que supone una interacción bien aprovechada, en las redes sociales.



ALBERT CAMPILLO

DOLORS REIG HERNÁNDEZ

Editora del blog El Caparazón. Psicóloga social.

Docente y gestora de formación, ponente y consultora dedicada a innovación social,

Educación 2.0, entornos personales de aprendizaje, innovación educativa, entornos colaborativos, dinamización de comunidades, redes sociales, tendencias web, cibercultura, etc.

GABRIELA FRETES TORRUELLA

Psicóloga y psicopedagoga especializada en nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) y en innovación educativa. Colaboradora de El Caparazón.

Correo-e: dreig01@gmail.com
elcaparazon@gmail.com

“La construcción de identidad implica el triple desafío (y riesgo) de confiar en uno mismo, en otros y también en la sociedad”

(Zygmunt Bauman)

Compartimos mucho, cada vez más y cada vez en más redes sociales. Transmitimos en directo (*real time web, lifestreaming*) nuestras vidas, opiniones, relaciones, conexiones, pensamientos, conocimientos (Reig, 2010).

Para las generaciones que no han nacido en el marco de esta forma de expresión puede resultar inquietante la despreocupa-

ción de los jóvenes sobre lo que publicamos, así como la idea de que muchos de los entornos colaborativos en los que interactuamos nos sean proporcionados por empresas que explotan económicamente nuestros datos. Pero es indudable que vivimos un fenómeno para el que ya no hay vuelta atrás. Es, entre otras muchas cosas, la sociedad de la transparencia

(Reig, 2009), con connotaciones tan positivas como la apertura, la autenticidad, la tolerancia o la inclusión de lo diverso.

Escribía Gabriel García Márquez que todos tenemos tres vidas: la pública, la privada y la secreta. Y podríamos decir que cada vez son más difusos los límites entre ellas, que cada vez es más difícil encapsular una información que es fluida por naturaleza y fluye, aún más, en los ecosistemas de redes digitales.

La privacidad es, sin duda, la gran perjudicada, y si antes decidíamos qué aspectos de nuestra privacidad convertíamos en públicos, ahora, como veremos al final, debemos decidir qué preservar, para trabajar de forma activa para lograrlo.

Concepto de identidad digital

La llegada de Internet cambió las condiciones tradicionales de creación y representación de identidad. Especialmente en los inicios, en el entorno virtual, la presencia física se disocia de los encuentros sociales. Este aspecto, junto a la condición de permanecer en el anonimato, permitió la opción de no revelar información sobre el propio aspecto físico o sobre la biografía personal (S. Zhao, S. Grasmuck y J. Martin, 2008). De esta manera, como nunca antes en la historia, la red hizo posible la reinención de nosotros mismos, a través de la creación de nuevas identidades; las herramientas nos permitieron proyectar nuestra imagen de una forma más completa.

A partir de las propuestas de Sherry Turkle (1997), que fue una de las primeras en señalar la importancia de repensarnos a nosotros mismos y repensar nuestra identidad, en este contexto, sabemos que la identidad es (o era, como veremos al final) múltiple y descentralizada. Coincide con la teoría del *self*, que considera que la identidad no es el núcleo de los rasgos o aspectos relativamente estables y definidos, de manera más o menos innata, sino más bien un constructo complejo y multifacético, sujeto también a la construcción y reconstrucción continua. La identidad, de acuerdo con esta perspectiva, se compone de múltiples dinámicas, que están a nuestra disposición según los contextos culturales e instrumentos (tecnológicos) disponibles.

Más identidades y, como veremos, más potentes, desde un punto de vista cuali-

tativo: en la primera red, la proyección de la identidad supuso un proceso de empoderamiento. Las investigaciones han demostrado que la eliminación de características no deseables permitió, a ciertas personas desfavorecidas, evitar los obstáculos habituales que les impedían, en el cara a cara, la construcción de la identidad deseada.

Patti Valkenburg y Jochen Peter investigaron las consecuencias sobre la competencia social y el autoconcepto en niños y adolescentes (con una muestra holandesa de 1.158 sujetos de entre 10 y 17 años) después de que experimentaran con su identidad en línea. Los adolescentes que más a menudo experimentaron con su identidad en Internet se comunicaban con personas de las más diversas edades y orígenes culturales. Este tipo de comunicación tuvo un efecto positivo sobre su competencia social, pero no afectó a su autoconcepto. Específicamente, encontraron que los adolescentes solitarios utilizan Internet para experimentar con su identidad y, a la vez, mejorar sus habilidades sociales. Los vídeos caseros están ampliando los lenguajes en los que es posible proyectar la identidad a la red y permiten a gente poco diestra con el lenguaje escrito explorar lo que son y compartirlo con los demás. Lauren Fairweather realizó una investigación pionera sobre 28 *bloggers* con experiencia en *videoblogs*, de entre 18 y 35 años, a quienes se les preguntó si publicar vídeos en YouTube había afectado a su identidad. La mitad de ellos dijeron que había influido en la forma en que se autopresentaban, procurando parecer más cercanos o atractivos de lo que son normalmente, en especial en el caso de las mujeres. Más de la mitad afirmó que ahora se sentían más seguros. También revelaron que se sentían más extrovertidos, abiertos y motivados. Aunque estos resultados no son generalizables, parece que la actividad en YouTube repercute positivamente en el desarrollo de una identidad sana y de una autoestima adecuada.

Todo ello tendrá consecuencias también a nivel social, de forma que identifico el empoderamiento del ciudadano, de los jóvenes acostumbrados a interactuar y participar en la red, con los movimientos sociales protagonistas de nuestros tiempos. Escribía en la prehistoria del 2003 (Reig, 2003): "Cada *cyborg* será, una vez que se integre en la nueva sociedad, mejor.

¿Control social? ¿Reproducción de jerarquías y normas? No niego sus manifestaciones, como reproducción de las que se producen en la sociedad real y con tendencia a aumentar, conforme a la propia madurez de la red, pero lo que no puede negarse es que para entonces habremos tenido ocasión, gracias a ella, de ampliar nuestro sentido democrático, nuestro ejercicio del derecho a la libertad de expresión, de una forma a la que será difícil que podamos renunciar".

Diferencias entre entornos virtuales anónimos y no anónimos

Las primeras investigaciones sobre la identidad y la autopresentación en línea se centraron, principalmente, en los entornos virtuales en los que los usuarios permanecían en el anonimato como MUD (*Multi-User Dungeons*), salas de chat y tableros de anuncios (S. Zhao, S. Grasmuck y J. Martin, 2008). Estos estudios encontraron que los individuos tendían a experimentar con la propia identidad (a modo de *role playing*) y a realizar conductas fuera de la normativa. Estudios más recientes han examinado la identidad en entornos virtuales menos anónimos, como páginas de citas, y los resultados han sido diferentes (Ellison, Heino y Gibbs, 2006; Yurchisin, Watchravesringkan y McCabe, 2005).

Zhao, Grasmuck y Martin (2008) investigaron la construcción de la identidad en Facebook, un entorno en línea en el que se promueve que el usuario cree y mantenga su cuenta con sus datos personales y sus informaciones reales. Descubrieron que la identidad construida en Facebook difiere de la construida en entornos anónimos. Los usuarios de Facebook muestran su identidad de forma más implícita que explícita: "muestran más de lo que dicen".

En cambio, en un entorno en línea no anónimo, en el cual la desviación de las normas se castiga o ridiculiza, las máscaras que las personas utilizan en la vida cotidiana se convierten en sus "identidades conocidas o reales" (Goffman, 1959), y la verdadera personalidad a menudo se suprime o se oculta. Por el contrario, en un mundo virtual totalmente anónimo, las máscaras son frecuentemente descartadas y el "verdadero yo" emerge, junto a las identidades tabú.

Existe un tercer tipo de entorno, en el cual la gente tiende a expresar lo que se

ha llamado "posibles identidades" (Yurchisin, Watchravesringkan y McCabe, 2005), en previsión de posibles encuentros presenciales, como en las páginas de búsqueda de citas o pareja. En este caso, las discrepancias entre el yo real y el yo ideal virtual disminuyen (Ellison, Heino y Gibbs, 2006).

Por ejemplo, las personas muestran fotografías que ocultan las características indeseables de su cuerpo, y además, el modo de comunicación asíncrona ofrece a los usuarios suficiente tiempo para elaborar cuidadosamente la imagen de una persona atractiva. A pesar de todo esto, las identidades producidas en sitios web de citas resultaron ser muy "realistas y honestas", ya que los usuarios querían evitar sorpresas posteriores cuando tuviera lugar el encuentro cara a cara (Ellison, Heino y Gibbs, 2006).

La información sobre el físico es especialmente relevante en conversaciones sexuales y flirteos, actividades populares entre los adolescentes.

Otro tipo de identidad es la que se construye en las comunidades de aprendizaje. En estas, el proceso de construcción de significados está estrechamente relacionado con el de construcción de la identidad: el aprendizaje es parte del mismo proceso, que incluye convertirse en un miembro activo en la comunidad en cuestión y tomar un papel cada vez más central (Wenger, 1998). Y así como el proceso de construcción del conocimiento mutuo, en el contexto del *e-learning*, está mediado por la comunicación escrita, el de construcción de la identidad también se basa en este mismo canal de expresión.

En una comunidad de aprendizaje se activan las identidades individuales (personal, profesional, privada, etc.) que, a través de los procesos de negociación de la participación y pertenencia progresiva, conducen a la construcción de una identidad colectiva.

También existen peculiaridades en el caso de los adolescentes, que usan la tecnología para proyectar su identidad y su personalidad, utilizando el lenguaje visual por encima del escrito, en el proceso de autopresentación y socialización.

El proceso de maduración de la identidad digital

Se supone, muchas veces, que los perfiles en redes sociales crean y comunican una imagen idealizada de nosotros, es decir, que fingimos en Internet lo que no somos. De acuerdo con esta hipótesis sobre la identidad virtual idealizada, los propietarios de perfiles reflejan características idealizadas que no corresponden a sus personalidades reales.

La visión alternativa defiende que sí reflejamos nuestras verdaderas identidades en Internet, que las redes sociales constituyen, ya, parte de nuestro contexto social extendido y son un lugar en el que expresar características de personalidad reales, capaces de transmitir percepciones interpersonales, y que lo que menos queremos es que lleven a cualquier tipo de engaño.

De hecho, lo que se transmite en las redes sociales es una integración de varias fuentes de información personal, similares (o incluso más reveladoras) a las que com-

partimos en el mundo no virtual: pensamientos privados, imágenes de la cara, relatos de nuestro comportamiento social; cosas, todas ellas, que contienen información válida acerca de nuestra personalidad.

Esta sería la conclusión del estudio de Mitja Back y otros (2010), lógica y que concuerda con algunas intuiciones al respecto:

- Es difícil crear identidades idealizadas en el estado actual de la web social, sobre todo si recordamos que no somos los dueños exclusivos de esta.

- La propia relación que establecemos en Internet, donde no nos vemos las caras, donde la confianza, elemento esencial en el que basar nuestros juicios y decisiones, debe traducirse a lo virtual, provoca que exijamos responsabilidad, sobre sus perfiles, a nuestros contactos, quienes, además, pueden conversar e interactuar con nuestras autodefiniciones, para también ajustarlas a la realidad.

Como escribía hace un tiempo (Reig, 2003): "El carácter textual de la comunicación en red aporta sentimientos de seguridad, de palabras que no se lleva el viento. En este tipo de interacciones, dadas las posibilidades para registrar las conversaciones, se activan más expectativas y se eleva la autoexigencia en cuanto a la coherencia o la autenticidad de lo comunicado.

El hecho de comunicar por escrito nos confronta con cosas de nosotros mismos que no conocíamos, lo que obliga y facilita (sobre todo en la comunicación asíncrona) la introspección, y otra vez la coherencia, facilitando la resolución de distorsiones cognitivas (Meichenbaum y psicólogos cognitivos en general)".

El estudio de Back y otros, citado anteriormente, pone a prueba ambas hipótesis, y confirmando la de la extensión vital. Existe falseamiento de perfiles solamente en el caso de que se den elementos de neuroticismo, lo cual es consistente con investigaciones previas que muestran cómo el neuroticismo es difícil de detectar en todos los contextos.



ALBERT CAMPILLO

Por mi parte, quería aportar estos datos, pero también recordar que tal vez lo que estemos observando sea efecto de la madurez, tanto de la web social como de nuestra condición de internautas. Ya sabéis que me siento y os siento más grandes gracias a la web social.

Del oscurantismo a una identidad madura, transparente y aumentada

Es célebre la viñeta de Peter Steiner en *The New Yorker* en la que un perro le dice a otro: "En internet, nadie sabe que eres un perro". Consideramos que se trata de una visión anticuada, ya superada, de una Internet de finales de los años noventa, de un primer momento en el que percibíamos sus chats, sus mundos virtuales, como juego, como mundo paralelo, como teatro (diría Goffman) y, por tanto, lugar seguro en el que podíamos experimentar roles o identidades ficticias. No es así en la web social actual, definida incluso, como hemos visto, como sociedad de la transparencia.

Escribía al respecto de la evolución entre ambos momentos (Reig, 2003) que Internet se convierte en un entorno de potencial liberación, en una plataforma, sociedad o escenario (Goffman, 1959) que contiene, dentro de su complejidad, tan-

to deseos como satisfacciones idóneas para múltiples tipos de individuos. La red resulta un lugar de ensueño, de alucinación colectiva y no consensual, donde el yo auténtico o esencial tiene la ocasión de desarrollarse sin la amenaza de un superego, que en la red es débil y difuso (el anonimato era, sin metáfora psicoanalítica, una forma de escapar al control social).

El ego, o aquella fracción inconsciente y vencida por la sociedad en la que todos nos hemos socializado, se despereza y desmarca ahora, desde el espacio de los sueños, al que venía estando relegado, hacia el nuevo territorio que la tecnología le ofrece. Así, la interacción en red se relatará en muchas ocasiones como una experiencia de flujo (en el sentido de Csikszentmihalyi, 1996), de estado alterado de conciencia, de fase REM, de espacio lúdico-terapéutico en el que expresar y satisfacer tanto las viejas necesidades creadas durante la socialización primaria como las nuevas (teorías sobre economía del deseo, de Gerard Van der Leun), surgidas, en ocasiones, en la propia red.

Hoy el perro, podríamos decir para continuar con la metáfora, se dibujaría con ropajes humanos porque, después de poner a prueba comportamientos e identidades múltiples, se ha atrevido a ser quien quiere ser en el mundo real.

Y es que hay mucho, como hemos visto, de empoderamiento, de aprendizaje de la diversidad, de liberación favorable a la autoexpresión; de acercamiento entre lo que queremos ser y lo que somos en realidad, en el viaje que hacemos a través de la red hacia nosotros mismos, en el proceso de madurez en cuanto a identidad digital, que intento describir. Dicho en otras palabras, la identidad del individuo conectado aumenta, es mucho más potente que antes del ejercicio de autoconocimiento, autoexpresión y autorrealización que supone una interacción bien aprovechada, en las redes sociales.

Los datos que aporta el reciente informe de The Pew Research Center's Internet & American Life Project (Reig, 2011) indican que la confianza, la tolerancia, el apoyo social y la implicación social y comunitaria se ven aumentados también gracias a la hiperconectividad social que vivimos. No solo somos más reales, también nuestras identidades son mejores y más sociables en las redes sociales.

Es importante, por último, el papel de la educación en todo ello. Debemos, simplemente, entendiendo la gestión de la identidad como una nueva e importante competencia, aprender y enseñar a proyectarla y protegerla (Reig, 2010).

para saber más

- ▶ Back, Mitja D.; Stopfer, Juliane M.; Vazire, Simine; Gaddis, Sam; Schmukle, Stefan C.; Egloff, Boris y Gosling, Samuel D. (2010): "Facebook profiles reflect actual personality, not self-idealization". *Psychological Science*, 21 (3), pp. 372-374.
- ▶ Csikszentmihalyi, Mihaly (1996): *Fluir (flow). Una psicología de la felicidad*. Barcelona: Kairós.
- ▶ Ellison, Nicole; Heino, Rebecca y Gibbs, Jennifer (2006): "Managing impressions online: self-presentation processes in the online dating environment". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11 (2).
- ▶ Goffman, Erving (1959): *The presentation of self in everyday life*. Nueva York: Doubleday.
- ▶ Reig Hernández, Dolores (2003): "La matriz / Cyborgs en la Rambla: Internet, bases de un mundo nuevo". Disponible en: <http://www.bubok.es/libros/236/La-matriz--Cyborgs-en-la-Rambla-Internet-bases-de-un-mundo-nuevo>
- ▶ Reig Hernández, Dolores (2009): "Real time web y sociedad de la transparencia: *The Guardian* y la protesta sobre Trafigura", *El Caparazón*, 14 de octubre de 2009. Disponible en: <http://www.dreig.eu/caparazon/2009/10/14/real-time-web-socialnomics-trafigura-transparenci/>
- ▶ Reig Hernández, Dolores (2010): "Educar la privacidad en la sociedad de la transparencia", *El Caparazón*, 1 de enero de 2010. Disponible en: <http://www.dreig.eu/caparazon/2010/01/01/jardines-abiertos-educar-la-privacidad-en-la-sociedad-de-la-transparencia/>
- ▶ Reig Hernández, Dolores (2011): "Identidad aumentada y madurez como internautas: somos auténticos en las redes sociales", *El Caparazón*, 22 de julio de 2011. Disponible en: <http://www.dreig.eu/caparazon/2011/07/22/identidad-aumentada-autenticidad/>
- ▶ Turkle, Sherry (1997): *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Paidós.
- ▶ Wenger, Etienne (1998): *Communities of practice. Learning, meaning, and identity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- ▶ Yurchisin, Jennifer; Watchravesringkan, Kittichai y McCabe, Deborah (2005): "An exploration of identity re-creation in the context of Internet dating". *Social Behavior and Personality*, 33 (8), pp. 735-750.
- ▶ Zhao, Shanyang; Grasmuck, Sherri y Martin, Jason (2008): "Identity construction on Facebook: digital empowerment in anchored relationships". *ScienceDirect Computers in Human Behavior*, 24, pp. 1816-1836. Disponible en: <http://ross.mayfirst.org/files/zhao-identity-construction-facebook.pdf>