

# La(s) identidad(es) en el ciberespacio. Una reflexión sobre la construcción de las identidades en la red (“online Identity”)

Nicanor Ursua

Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea

**Abstract.** *The Identity (ies) in the cyberspace. A reflection on the construction of these Identities online*

---

The theme of Identity has always been a great philosophical issue, as it has always been of great interest to know who we are and why the necessity of an Identity. There is today a great concern of works referring to this Identity carried out from different perspectives, whether philosophical, psychological, social, cultural or political. We are dealing here on the construction of the personal and collective Identity online.

**Key words:** Internet, computer mediated communication, personal and collective Identity, telepresence, Identity theft.

## Sumario

---

El tema de la identidad siempre ha sido un gran tema filosófico, pues siempre ha interesado saber *quiénes somos* y *por qué necesitamos una identidad*. Hoy existe una gran explosión de trabajos referentes al tema de la identidad realizados desde diferentes perspectivas, ya sean filosóficas, psicológicas, sociales, culturales o políticas. Aquí se reflexiona sobre la construcción de la identidad personal online y sobre la identidad colectiva.

**Palabras clave:** Internet, comunicación mediada por ordenador, identidad personal, identidad colectiva, telepresencia, robo de identidad.

---

## Introducción

Una introducción a los procesos de identificación de las personas, de pertenencias grupales desde una perspectiva de interés fundamentalmente epistemológico y no ético o político, se puede consultar en A. M. Oiarzabal/P. J. Oiarzabal, 2005. El cap.I, pp.35-64, pues presenta una breve pero interesante revisión de las principales escuelas teóricas y de las propuestas

creadas en torno al significado del concepto de identidad, centrándose en los estudios realizados sobre la identidad vasca con una muy abundante y rica bibliografía sobre la temática de la identidad. Sobre el problema de la identidad a nivel transnacional, ver G. Toticagüena, 2004 y 2005.

Internet, esa red interconectada, capaz de integrar las redes tradicionales (dentro del marco de su digitalización) y las redes más modernas, llegando a constituirse en el elemento cuantitativa y cualitativamente más importante desde el punto de vista socio-político, socio-cultural y socio-económico, puede ser un vehículo muy apropiado para la transmisión de ideas sobre la identidad nacional, sobre todo, para personas que han dejado o perdido su país. Se puede consultar, a este respecto, la investigación de P. Bakker, 2000, 205-211, ver en Internet: <http://users.fmg.uva.nl/pbakker/roots.html>, (14.8.06), que ha examinado, con esta finalidad, 30 páginas Web de los curdos, armenios y macedonios. Estas comunidades, que participan de ideas o creencias comunes, utilizan Internet para organizarse a lo largo y ancho de este mundo, llegar a nuevos miembros y comunicarse con ellos más a menudo, reforzar lazos y fortalecer la comunicación, creando incluso una “nación virtual”. Cada página Web de las examinadas dedicadas a la “nación virtual” tiene los mismos elementos: completitud (se pretende cubrir todos los aspectos de la vida), símbolos, mapas, historia, noticias, política y actualidad. Estas páginas Web, en opinión de P. Bekker, 2000, 209, más que una “nación virtual”, tienen la finalidad de construir una “nación verdadera”. Según M. Castells/I.Tubella, /T.Sancho, / M. I. Díaz de Isla/ B. Wellman, en M. Castells, 2004, cap. 10, p. 244, el papel de Internet está estimulando actividades orientadas al proyecto de individuos o agentes sociales colectivos.

Internet, -el medio en el que en este momento, según <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (14.8.06) están conectados a este medio de conversación, de autorepresentación, de distribución y de entretenimiento en el mundo de su población que suma 6.499.697.060, 1.043.104.886 personas y en Europa 294.101.844-, juega un importante papel en la creación de toda clase de identidad, personal y colectiva. Las nuevas tecnologías más que debilitar el concepto de identidad nacional o cultural contribuyen, por lo tanto, a incrementar los lazos identitarios. Para las comunidades de la diáspora, la página Web puede constituir una “territorialización”, un lugar para reconstruir la identidad colectiva e incluso crear una “patria digital”. Ver, a este respecto, por ejemplo, D. Bell, 2001, 121 y el reciente estudio de A. M. Oiarzabal/P. J. Oiarzabal, 2005, 128, 131. (Para consultar, por ejemplo, páginas Web vascas, fuera de País Vasco, ver entre otras: NABO: “North American Basque Organizations”: <http://www.basqueclubs.com/Pages/sitemap.htm>; “International Basque Websites”, con una clasificación de las mismas: <http://www.bcbasque.com/HTMLfiles/WorldBasqueClubs.html>; la página de Buber que tiene más de 1000 páginas y es consultada por 16.000 personas al día tiene buenos links a otras páginas o clubs vascos: <http://www.buber.net/Basque/>; página Web de los vasco-americanos de América Latina: <http://www.basqueworld.net/latinoamerica/>; boletín de cultura y

diáspora vasca: <http://www.euskalkultura.com/>; <http://www.basqueheritage.com/>; “Centro Vasco Zaspirak Bat” de Argentina: <http://zaspirakbat.com/>; “Centro vasco de Valencia”, Venezuela: <http://valenciakoeuskoetxea.com/home/>; punto de encuentro de los vascos: <http://www.basqueworld.net/> (13.8.06) y si se quieren buscar más páginas Web, consultar el buscador <http://www.directhit.com>, que es un buen buscador y clasifica las páginas por popularidad). Se ha creado recientemente (septiembre de 2005) la página web: <http://www.euskosare.org> (14.8. 06) para ir configurando una comunidad vasca global con una plataforma internacional de servicios.

M. Castells e I. Tubella, (2003) en *La sociedad red en Catalunya*, (trabajo finalizado en 2002): <http://www.uoc.edu/in3/pic/cat/pic1.html>, (13.8.06) han investigado el tema de la construcción de la identidad en la sociedad red de Catalunya, pp. 373-412. Ver también M. Castells: 22004 y M. Castells/I.Tubella, /T.Sancho, / M. I. Díaz de Isla/ B. Wellman, en M. Castells, 2004, cap. 10, pp.233-248, han estudiado el uso de Internet en la vida diaria, la estructura social, la identidad cultural y la autonomía personal en el uso de Internet: la sociedad red en Cataluña. Sobre diferentes recursos en el tema de identidad, género y medios de comunicación, consultar la página Web de D. Gauntlett: <http://www.theory.org.uk/ctr-iden.htm>, (14.8.06), así como su libro D. Gauntlett/ R. Horsley, 22004, 14, 19. Para el tema de la identidad desde un punto de vista psicológico-social, se puede consultar la obra de B. Simon, 2004.

Acerca de la identidad desde el punto de vista filosófico, que es el punto en el que nos queremos centrar, aunque no exclusivamente, ver, además de los filósofos clásicos que han tratado sobre el tema, entre otros: H. Noonan, “Identity”, *The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Winter 2004 Edition)*, E. N. Zalta (ed.), <http://plato.stanford.edu/archives/win2004/entries/identity/>, (14.8.06), <http://www.answers.com/topic/identity?method=6>, (14.8.06); H. Noonan, 1993; D. S. Oderberg, 1993; M. K. Munitz (ed.), 1971; H. Hirsch, 1982; S. E. Boer/W. G. Lycan, 1986; B. A. Brody, 1980; C. J. F. Williams, 1992; H. L. Dreyfus, 2001; Z. Bauman, 2004; O. B. Smith, 2004.

Los filósofos se han preguntado qué quiere decir que algo, un objeto, por ejemplo, es igual a sí mismo. Si  $x$  e  $y$  son idénticos (son la misma cosa), ¿tienen que ser siempre idénticos; son necesariamente idénticos? ¿Qué significa que un objeto o una persona es igual a sí mismo/a, si cambia con el tiempo? Muchas personas se sienten seguras si tienen control sobre las cosas y si realmente se conocen en términos de una identidad precisa. Pero, ¿qué es el yo auténtico? ¿Qué es la identidad auténtica? (Ver también lo escrito en la Enciclopedia online, basada en la “sabiduría de muchos”, Wikipedia: <http://en.wikipedia.org/wiki/Identity>, (14.8.06). Como ejemplo del interés de los filósofos por el tema de la identidad, se cita a continuación un blog, elaborado por filósofos jóvenes (estudiantes) de Nueva Zelanda, titulado “Prior Knowledge”, puesto el 24 de marzo de 2005, que trata del tema de la identidad como un tema filosófico fundamental: <http://nzphilosophy.blogspot.com/2005/03/identity.html>, (14.8.06)). El repensar hoy la identidad del ser humano y de

la máquina no está teniendo lugar en la actualidad sólo entre filósofos, sino sobre la base, a través de la filosofía de cada día, que en gran medida está siendo tanto provocada como llevada a cabo por la presencia de los ordenadores en nuestras vidas. (S. Turkle, 1995, 26).

D. Bell, 2001, 113-136, trata de manera bastante exhaustiva y con mucha bibliografía el tema de las identidades en el ciberespacio y que aquí que tomaremos como una referencia muy útil. Un trabajo realmente importante, casi un clásico, para el estudio del concepto sobre la identidad en la era de Internet es el libro de S. Turkle, 1995. Este estudio describe cómo la “cultura de la simulación” está afectando a nuestras ideas acerca de la mente, del cuerpo, de la identidad y de la máquina. En el ciberespacio, que ya forma parte de nuestras vidas, pues cuando leemos un e-mail, hacemos una reserva de viajes desde el ordenador, estamos ya en el ciberespacio, podemos intercambiar ideas y asumir personalidades creadas por nosotros mismos. También tenemos la oportunidad de crear nuevas comunidades, comunidades virtuales en las que participamos con gente de todo el mundo y con las que podemos mantener relaciones íntimas, pero que quizá nunca hayamos visto. La construcción de la identidad en la “cultura de la simulación”, experimentada en Internet sólo se puede entender, como afirma S. Turkle, 1995, 10, como parte de un contexto cultural más amplio. En Internet se nos anima, según S. Turkle, 1995, 263-264, a pensar sobre nosotros mismos como “fluidos, emergentes, descentralizados, múltiples, flexibles y contantemente en proceso”. Ver también de esta autora su obra de 1997, donde examina las construcciones y reconstrucciones del yo en la realidad virtual (creación mediante redes computacionales). Se trata de un contexto que erosiona los límites entre lo real y lo virtual, lo animado e inanimado, el yo unitario y múltiple. Aquí desaparece la corporalidad de la comunicación cara a cara y se permite una comunicación pluridireccional y dialógica más influenciada por todos sus participantes con una cantidad de información ciertamente desbordante. (Ver: J. A. Zamora, 2004, 34-36 y J. Vidal-Beneyto, 2002).

Hoy, el tema de la identidad en la época digital (ver:[http://en.wikipedia.org/wiki/Digital\\_identity](http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_identity), 14.8.06) se centra en la identidad personal o identidades personales (también puede incluir las pertenencias grupales expresadas en la Web) y, sobre todo, en la identidad que se forma en la comunicación mediada por computación. La comunicación mediada por computación (CMC) no sólo designa lo que las personas hacen en el ciberespacio, sino que define un enfoque de estudio de cosas tales como el e-mail, “Bulletin Board Systems” (BBS) (un foro accesible en la red donde se pueden colocar mensajes, los usuarios pueden acceder para dejar mensajes o responder a los de los otros usuarios, puede ser un foro de discusión o una fuente de información), Multi-User Domains (MUD) (una forma sincrónica de comunicarse basada casi toda en textos que permite a los usuarios representar un papel autodefinido, originariamente usado para juegos de “role-playing”, que incluye la descripción de un entorno físico con el que los usuarios pueden interactuar y al que pueden añadir sus propias características. MUD lo pone a uno en el espacio virtual en el que se puede navegar, conversar y construir). CMC incluye tanto

comunicación sincrónica (comunicación en la que las partes necesitan para interactuar estar presentes simultáneamente; chatting, video conferencia, llamadas de teléfono, etc.) como asincrónica (e-mail, mensajes, fax, etc.), e interacciones de uno a uno, de uno a muchos, de muchos a uno y de muchos a muchos, comunicación basada en textos, vídeo y audio. CMC es la integración de la tecnología computacional en nuestra vida diaria. Se trata del estudio de cómo la conducta humana se mantiene o es alterada por el intercambio de información a través de la máquina que es diferente del encuentro personal que tiene lugar en el mismo tiempo y en el mismo lugar y que intercambian mensajes verbales y no verbales (coopresencia física). La comunicación mediada por computación libera a los participantes en la comunicación interpersonal de las restricciones de la coopresencia y facilita el contacto con personas que se encuentran espacialmente en diferentes lugares comunicándose e interactuando virtualmente, por ejemplo en el mundo de juegos de los MUDs. Ver S. Turkle, 1995, 11-14, 271-272; D. Bell, 2001, 213-14; A. F. Wood/M.J. Smith, 2001, 3-25, 35-44, 71, 75-91; C. Hine, 2000, 14-40, 157-162. Sobre CMC, ver: "Journal of Computer-Mediated Communication", fundada en 1995: <http://jcmc.indiana.edu/index.html>, (14.8.06). J. Lamerichs y H. F. M. Te Molder, 2003 han abordado recientemente la CMC pasando del modelo cognitivo, que intenta comprender los fenómenos en términos de objetos mentales y procesos, al modelo discursivo, es decir, ofrecen un enfoque discursivo-psicológico de la "interacción online" como la prefieren llamar. Aquí el texto y la palabra son tratados como prácticas sociales con su propio derecho. En su investigación, tomando como base el foro de discusión online sobre la depresión, demuestran, algo que puede ser relevante para nuestro estudio, que las identidades de los participantes no reflejan tanto sus mundos interiores, sino más bien prácticas discursivas, lo que quiere decir que estamos ante fenómenos activos, como un cuerpo fluctuante de recursos interactivos. Estamos, pues, ante puntos de vista más dinámicos de la identidad. Los autores destacan las prácticas discursivas de los participantes en entornos online a diferencia de los anteriores estudios de CMC que identificaban ésta como un medio pobre que no ofrecía posibilidades para la interacción social "real".

Los nuevos espacios online que han ido emergiendo desde 1991, como por ejemplo, los MUDs (dramáticos ejemplos de como CMC puede servir como lugar para la construcción y reconstrucción de la identidad, S. Turkle, 1995, 14, 180; Internet se ha convertido en un laboratorio social muy significativo para experimentar con la construcción y reconstrucción del yo que caracteriza la vida postmoderna); Internet, a su vez, se ha transformado en poco tiempo en un medio para la expresión de la identidad personal y colectiva, IRC ("Internet Relay Chat"): los "chat rooms" (espacios de "chat"), los "Bulletin Board Systems", los mensajes instantáneos, listas de correo, las páginas Web personales ("personal home pages") y los blogs o Weblogs (publicaciones de artículos basados en la Web: bitácoras personales, para otros "las paredes del water de Internet": <http://en.wikipedia.org/wiki/Blogs>; <http://blog.silversand.org/index.php/2004/12/23/>

typewriters-spivaks-and-cyborgs-identity-and-technologized-beings/ (14.8.06), videoblogs (ver la plataforma de videoclips autofilmados, fundada en 2005 con 6 millones de usuarios y 70 millones de clips a disposición de los usuarios: <http://www.youtube.com> 28.8.06), fotoblogs (diarios con imágenes, algo parecido a una “orgía de imágenes”, “álbumes de familia de la sociedad digital”; ver: <http://www.flickr.com> (28.8.06), plataforma fundada en 2004 con 4 millones de usuarios para almacenar e intercambiar fotos digitales), los “Podcast” (autoproducciones de radio o video que no se reciben por antena, sino que se bajan de Internet; ver: <http://www.podshow.com> (29.8.06), que tiene unas 10 millones de descargas al mes,) etc., están dando ocasión a muchas personas anónimas para que se expresen e interactúen en la red de manera diferente a como lo hacen en la “vida real”. Un yo puede estar teniendo lugar en un “chat room”, mientras otro tiene lugar en la vida real. En estos nuevos espacios se piensa que los usuarios encuentran una nueva libertad para exponer o expresar sus identidades como algo flexible e innovativo y a través de este complejo “juego de identidades” (construcción experimental de identidades) crear nuevas formas de relación en las nuevas formas de ser. (Ver: <http://blog.silversand.org/index.php/2004/12/23/typewriters-spivaks-and-cyborgs-identity-and-technologized-beings/>, (14.8.06); F. Hornig, 2006,60-74).

En pocas palabras, los contextos de la CMC, como ningún otro medio anterior, basado en la relación persona-persona, ofrece a los que así se comunican la habilidad para manipular sus identidades personales de tal manera que nos hemos de preguntar acerca de lo que es posible y lo que es apropiado en la presentación de uno mismo, cómo puede afectar Internet a la relación social en el tiempo y en el espacio y si es diferente de la manera en que se organiza la “vida real” y si es así cómo concilian los usuarios ambas, cuál es la implicación de Internet en la formación y experiencia de la identidad personal y social, así como en la formación de comunidades y “naciones virtuales” que interactúan o se comunican entre sí y cómo la podemos juzgar si hay diferencias entre la “experiencia virtual” y la “real”, entre la “online” y la “offline”. ¿Qué ocurre si el yo que tiene lugar en CMC no se extiende a la vida real? Otras preguntas que también se pueden hacer aquí y que pueden ser muy relevantes, aunque nos las podamos abordar todas, pero que nos indican por dónde hemos de seguir el camino de la investigación, son, entre otras: ¿cuáles son los efectos del desarrollo e introducción de las tecnologías CMC (Internet, WWW), las tecnologías digitales (foto digital, vídeos) y las utilizadas para la creación de realidades virtuales, en la comunicación, y en los procesos de interacción y percepción, en las prácticas culturales y la manera cómo nos vemos a nosotros mismos? ¿Cómo el uso de estos medios y tecnologías cambia o puede cambiar la relación entre la virtualidad y la realidad y nuestra comprensión normal, profesional, científico-tecnológica y filosófica de estos conceptos? ¿Cómo se pueden comprender los modelos cambiantes de la formación identitaria individual (anónima o pseudoanónima, presentación de uno mismo de caracteres cambiantes ya sean físicos, sexuales, personales, étnicos o sociales) a través de Internet (ciberidentidad) y sus

consecuencias para las relaciones interpersonales y sociales (delimitación o continuidad en la “vida real”; apertura de la comunicación o tendencias narcisísticas o autistas, etc.)? ¿Cómo comprender los modelos cambiantes de formación identitaria colectiva (ciudadanía digital) y la formación de nuevas comunidades (comunidades virtuales) a través del uso de Internet (centralización de intereses, componentes afectivos, el deshacerse de la ciudadanía espacio-temporal, normas de conducta, inclusión y exclusión), así como las consecuencias para la diferenciación social y la diversidad cultural en general (subculturas, identidades étnicas, regionales y nacionales, variedad en los idiomas, relaciones sexuales, etc.)? (A. F. Wood/M. J. Smith, 2001, 47-48; C. Hine, 2000, 8, 118; M. Castells/I.Tubella, /T.Sancho, / M. I. Díaz de Isla/ B. Wellman, en M. Castells, 2004, cap. 10, 233; <http://www.units.muohio.edu/englishtech/ENG49502/woodld/Furry.htm>, (14.8.06). Sobre la construcción de la identidad a través de imágenes online, ver G. E. Hawisher, en B. C. Bruce (Ed.), 2003, 128-140).

La identidad, a diferencia de la concepción esencialista procedente del sujeto cartesiano y que ha durado mucho tiempo en la concepción occidental, a saber, la idea de que hemos nacido tal como somos, de que existe un yo real, de que nuestras identidades están ya fijadas y son estables (D. Bell, 2001, 114), es entendida como un constructo personal, social y simbólico muy complejo que consiste, como afirman A. F. Wood/M. J. Smith, 2001, 47, en parte de lo que pensamos que somos, de cómo deseamos que los demás nos perciban y cómo ellos realmente nos perciben. La investigación CMC, en relación al concepto de la identidad individual y colectiva en el contexto del ciberespacio, se ha fijado sobre todo en cómo deseamos que los demás nos perciban. El proceso mediante el cual creamos una imagen para cómo los demás queremos que nos perciban se conoce como autorepresentación. Frente a la idea esencialista ha surgido a partir del postmodernismo lo que se conoce como el concepto de identidad “descentrado”, “descentramiento del yo”, la identidad “fragmentada y fracturada”, (D. Bell, 2001, 114-117,135; S. Turkle, 1995, 15; ver también en A. Giddens 1991, conceptos tales como globalización, incorporeidad, destradicionalismo que han desencadenado al sujeto: <http://www.theory.org.uk/giddens.htm>; <http://www.theorycards.org.uk/card01.htm>, (14.8.06)), que acentúa la localidad temporal y espacial y su estado procesual, y que vienen a señalar que la identidad es hecha, movible y múltiple. Lo que viene a indicar que la identidad es más construida que esencial a lo largo de las prácticas discursivas, a veces diferentes y hasta antagonísticas, que juegan un papel importante en su formación. Hay que tener en cuenta también que la identidad se construye por lo que no somos, es decir, las prácticas de la exclusión que definen a la identidad también se han de considerar.

A partir de los discursos y diferentes visiones que tenemos del mundo, producidos por los sistemas de representación simbólica, los sujetos llegan a posicionarse y construir así su identificación con determinados papeles, perfiles y significados. De este modo, los sujetos afirman o no su pertenencia: “eso somos y no lo otro”, forman parte de “esta cultura,

pueblo o comunidad y no de aquella otra”. (Ver: A. da Silva Moreira, 2004, 205-206 y Prólogo al libro, 7).

## La identidad en el ciberespacio

Como los “nuevos medios” –como un nuevo universo simbólico-, se han convertido en nuestra sociedad digital en los definidores y hasta en los creadores de la realidad, pues esta “realidad mediada” se llega a identificar con la “realidad natural”, generando y difundiendo símbolos y sentidos de identificación y de pertenencia, un primer análisis que se puede llevar a cabo para conocer la construcción de la identidad es mediante la observación de las páginas Web personales, ya sean producidas por un individuo, pareja, familia o colectividad. Estas páginas narran la historia de sus autores/as, nos ofrecen su biografía, sus fotos, sonidos, nos dan noticias, tienen enlaces, etc., y nos dan pistas para captar algo de su identidad, del yo que pretenden mostrarnos. La indicación que a veces leemos en las páginas Web “Under Construction” indica para ciertos investigadores que la identidad se está creando. Las páginas Web representan la presencia de las personas e instituciones, reflejando la manera que tienen de decir algo. Estas páginas expresan ideas, deseos, conocimientos, etc. de las personas y de los grupos. Detrás del gran hipertexto existe la multitud y sus relaciones. Ver sobre la construcción de la identidad y la autopresentación en las páginas Web personales, sobre todo, Ch. Cheung, 2004, 53-68. A. Mitra/E. Watts, 2002, 479-498; P. Lévy, 2001. D. Bell, 2001, 118, cita la página del turco Mahir Cagri “I kiss you!!!” <http://www.ikissyou.org/>, (14.8.06) que con un inglés muy “macarrónico” se presenta ante los demás y ha logrado hasta hacerse famoso. Si A. Warhol dijo que en un futuro cualquiera sería famoso durante quince minutos, hoy existe la posibilidad de darse a conocer mediante estas páginas Web personales. Hoy quizá en vez de quince minutos de gloria tenemos 15 megabytes de fama que pueden reflejar parte de la personalidad de su autor/a. (A. F. Wood/M. J. Smith, 2001, 48-49, 61).

Uno de los temas importantes, según A. F. Wood/M. J. Smith, 2001, 49-53, para poder establecer un sentido de identidad online tiene que ver con el grado con el que las personas son capaces de experimentar la conexión con los demás a través de la tecnología. Algunos pueden mirar a la pantalla del ordenador y decir “ ya! no es otra cosa que palabras”, mientras que otros creen percibir características personales y contenido relacional a través de los mensajes de texto.

En los contextos mediados por la computación se da el fenómeno de la telepresencia. Telepresencia es el término usado para describir un nuevo medio de comunicación que posibilita a la persona sentir como si estuviera realmente presente en un lugar diferente o tiempo. Realidad virtual es el nombre popular para esta tecnología; otros nombres son ciberespacio, teleexistencia. La forma más común de telepresencia incluye: un dispositivo montado en la cabeza que introduce al usuario en un entorno visual estereoscópico, audio



tridimensional que permite localizar los sonidos en el espacio virtual y guantes instrumentales y/o trajes que llevan a los usuarios cuando se mueven, hacen gestos y manipulan los objetos virtuales. Telepresencia permite a los usuarios sentir como si estuvieran presentes en dos clases de espacios: entornos virtuales que son mundos generados por computador y que los usuarios pueden entrar y actuar por medio de la tecnología telepresencial (por ejemplo, explorar una ciudad antigua) y presencia remota mediante cámaras de vídeo situadas en la cabeza y robots (por ejemplo, en una central nuclear); <http://www.telepresence.com/telepresence-research/background.html>, (14.8.06). Los grados de viveza (la cantidad de información sensorial que el medio ofrece a la persona, (comparar, por ejemplo, películas en 3-D y un libro) y la capacidad de interacción (grado de manipulación del entorno de un medio, compárese un libro con MUDs (Multi-user Domains, foros para grandes participaciones y que permite conversaciones y acciones en tiempo real), por parte del medio tecnológico indica el grado de realidad en que una persona puede percibir los estímulos que se le ofrecen. Véase, por ejemplo, la tecnología que sólo existe en la ficción de “holodeck” de la serie “Star Trek: The Next Generation” (1987-1994), que es un cuarto abordo del “Starship Enterprise” que crea entornos recreativos para la tripulación durante sus largas estancias en el espacio. Utilizando hologramas y campos de fuerza, holodeck simula cualquier cosa, por ejemplo, un club de jazz de New Orleans, un paisaje lunar etc. Holodeck nos provee con una alta vivacidad y con una gran interactividad; <http://www.exn.ca/mini/startrek/holodeck.cfm>, <http://www.startrek.com/startrek/view/library/technology/article/105222.html>, (14.8.06).

La realidad virtual puede favorecer, por su parte, lo que algunos han llamado “el encantamiento narcisista” y el exhibicionismo. La expresión y exteriorización de los afectos, deseos y emociones se canaliza a través de “e-mails”, foros de “chateo”, etc., desarrollando de este modo una “sociabilidad mediatizada por los aparatos electrónicos”. Aquí ya no tenemos que ver con la realidad, sino con su imagen, su relato o reduplicación tecnológica. La realidad cede a la simulación y se transforma en espectáculo que se “experimenta” y “vive” como realidad subjetiva mucho más intensa que la realidad objetiva. La experiencia se ha deslocalizado y desmaterializado. (Ver: A. da Silva Moreira, 2004, 208, 222-227; F. Hornig, 2006, 68).

Como ya se ha dicho un importante aspecto de la identidad es cómo nos presentamos ante los demás. En la relación cara a cara, las personas pueden inferir las cualidades de nuestra identidad a partir de rasgos basados en el género, la raza, los vestidos que llevamos, cómo nos presentamos, etc., y a partir de cualquier otro rasgo no verbal. Shakespeare hace decir a Jaques en *A vuestro gusto (As You Like It)*, Acto II, Escena.7: “El mundo entero es un teatro, y todos los hombres y mujeres simplemente comediantes. Tienen sus entradas y salidas, y un hombre en su tiempo representa muchos papeles”. En CMC tenemos la posibilidad de poder controlar más aspectos de nuestra identidad que queremos exponer ante los demás que lo podíamos hacer anteriormente. Como afirman, A. F. Wood/M. J.

Smith, 2001, 52-53, en la historia del ser humano siempre ha habido la posibilidad de crear, configurar y hasta manipular la identidad, algo que siempre ha preocupado al ser humano. Piénsese en el mito griego de Edipo, tal como lo escribió Sófocles en su tragedia, y el tema del terrible descubrimiento de su propia identidad; <http://roble.pntic.mec.es/~lorbanej/teatro/contenidoteatro.htm>, 14.8.06) o la película Shakespeare in Love donde Viola de Lesseps que quiere ser actor debe convertirse para ello en hombre.

Hoy, en la época del ciberespacio, hay autores que consideran que los foros como MUDs son auténticos “workshops de identidad”, pues permiten a los participantes exponer diferentes manifestaciones de sí mismos. (A. Bruckman: “Identity Workshop: Emergent Social and Psychological Phenomena in Text-Based Virtual Reality”: <http://www.cc.gatech.edu/~asb/papers/old-papers.html#IW>, (14.8.06). A. F. Wood/M. J. Smith, 2001, 54-55; S. Turkle, 1995, 14, 15, 17. S. Turkle, experta cibercultural, examina cómo las personas y los ordenadores están causando una reevaluación de nuestras identidades en la época de Internet. Aquí, a través de las conexiones e interacciones con la máquina, en los mundos mediados por computador, está apareciendo un nuevo sentido de identidad más “fluido”, “descentrado”, “múltiple” (sujeto a “multifrenia”) y construido y transformado por medio del lenguaje).

Si nos preguntamos por qué las personas se “enganchan” a Internet y en concreto a este “role-playing” identitario, a este “identity-play online”, al adoptar ejes de la identidad diferentes como cambios en el género, raza, edad, clase o sexualidad, -(ver: D. Bell, 2001, 113, ss; sobre raza, género, sexualidad y clase en el ciberespacio, pp.118-134), parece ser que las personas experimentan identidades que no pueden experimentar en la “vida real”, haciendo esto parece que las personas implicadas en el “juego identitario” pueden obtener otras perspectivas del mundo y de su propia posición en el mundo. Como afirman A. F. Wood/M. J. Smith, 2001, 54-55, 66, citando a S. Turkle, 1995, 218, la palabra *depaysement* describe la experiencia de ver lo familiar a través de los ojos no familiares o con ojos diferentes. Por otra parte, al crear identidades diferentes les da la impresión de no sólo poder crearlas, sino también de poder controlarlas a su gusto y de exponer a los demás lo que él/élla cree necesario para que los demás le conozcan como él/élla quiere que le conozcan. Parece como si los usuarios/as nos quisieran informar de su Yo, deshojar su alma y decirnos: “aquí estoy yo” con mi vida, mi cuerpo y mis contenidos generados por mí mismo. Si observamos el portal americano <http://myspace.com> (29.8.06), un portal de contacto y entretenimiento, fundado en 2003 para “Teens” y “Twens”, la cuarta Web más grande del mundo anglosajón con 93 millones de miembros, veremos, como afirmó su jefe de Marketing S. Gold, que sus miembros se quieren expresar por sí mismos, quieren contactar con amigos y quieren vivir su cultura pop, diría yo, su “cultura clip” o “cultura desechable”. (F. Hornig, 2006, 71).

Ya hemos comentado un poco más arriba que la identidad online se realiza, sobre todo, a través de textos en los que el lenguaje juega un papel fundamental. Es a través del

lenguaje, sobre todo, que una persona realiza su identidad en el ciberespacio y como la vida es breve los mensajes, sobre todo, los de los teléfonos celulares suelen ser también breves: “*vita brevis, lingua brevis*”. La función discursiva no sólo describe, sino que también sirve para definir las identidades de individuos particulares y de grupos. (D. Bell, 2001, 115).

Un término que es común entre los jugadores de juegos de fantasía y que está creciendo entre los usuarios de CMC es el avatar. (A. F. Wood/M. J. Smith, 2001, 55, 66). El avatar es la representación o encarnación de uno mismo en el entorno virtual, con otras palabras, un alter ego o persona. Son papeles imaginarios que se autoatribuyen los usuarios de determinados juegos y espacios de la red (chats gráficos). Es una palabra de origen sánscrito. (<http://www.definicion.org/avatar>, 14.8.06). La selección del avatar expresa la relación entre la identidad y el ciberespacio, ya que en el ciberespacio no se tiene un cuerpo, sino una representación de uno mismo que está construida a la elección del usuario. A través del avatar podemos captar también rasgos de su identidad. De la siguiente página Web se pueden obtener avatares para las conversaciones online: <http://www.avatarity.com/>, y la página avatar con la definición de avatar: <http://www.avatara.org/>, (14.8.06).

Un ejemplo de lo que a veces ocurre en Internet con relación al Yo es el cambio de género, es decir, cuando una persona de un determinado género se presenta en la red como otro género, por ejemplo, un hombre que hace de mujer. El ciberespacio puede crear un nuevo espacio para renovar la relación tecnológico-sexual, dando lugar a diferentes representaciones de género y experimentar con el género y el sexo. Sobre cambio de género en Internet, ver: <http://www.mith2.umd.edu/WomensStudies/Computing/Articles+ResearchPapers/gender-swapping>, A. Bruckman: <http://www.cc.gatech.edu/%7Easb/papers/gender-swapping.txt>, (14.8.06). Sobre los “medios, género e identidad”, ver: <http://www.theoryhead.com/gender> (14.8.06).

En el ciberespacio, por otra parte, parece existir todavía una gran masculinización y una falta de acceso de las mujeres hacia esta tecnología, reclamando ciertos autores/as que éstas sean agentes activos en la formación del ciberespacio para ocuparlo con políticas feministas enraizadas en la vida real. K. Ward, citada por D. Bell, 2001, 123, distingue entre el “feminismo online”, que se ocuparía del uso del CMC como una forma de política feminista y “ciberfeminismo online” que estaría más comprometido con la tecnología misma intentando conducirla hacia una nueva política ciberfeminista. Sobre páginas que caracterizan el feminismo online, ciberfeminismo o ciberpostfeminismo, ver, entre otras, [webgrrrls: http://www.cybergrl.com/](http://www.cybergrl.com/); <http://www.webgrrls.com/>; <http://www.grrrlzines.net/>; [http://barbara\\_duncan.tripod.com/tlpnew.html](http://barbara_duncan.tripod.com/tlpnew.html), que incluye enlaces a revistas académicas y artículos sobre cubercultura, feminismo, postfeminismo y ciberfeminismo, así como enlaces a [grrrl](http://www.grrrl.com/), (14.8.06). Ver, sobre todo, J. Armstrong, 2004, 92-102. Ver también a este respecto: A. F. Wood/M. J. Smith, 2001, 56; D. Bell, 2001, 122-126, que elaboran unas muy interesantes reflexiones al respecto a partir de comentarios sobre la bibliografía existente y muy útiles para nuestro estudio.

El MUD (Multi-user Domain), más conocido y más estudiado, lambdaMOO (MOO: MUD object oriented): <http://www.lambdamoo.info/>, <http://blog.silversand.org/index.php/2004/12/23/typewriters-spivaks-and-cyborgs-identity-and-technologized-beings/>, P. Curtis: “Mudding: Social Phenomena in Text-Based Virtual Realities”: <http://www.scara.com/~ole/literatur/mudding.html>, (14.8.06), (ver también S. Turkle, 1995, 271, nota 2; D. Bell, 2001, 124), ha atraído a muchos estudiosos interesados en el género en el ciberespacio, pues obliga a los usuarios a poner un “desc” (self-description que debe de incluir su género), ofreciendo a los participantes elegir entre diez géneros para sus relaciones online: masculino, femenino, spivak (indeterminado), neutro, splat (una cosa), egotístico, royal, 2nd, o, plural, pudiendo experimentar diferentes géneros, identidades raciales, transgredir las fronteras sexuales experimentando el sexo virtual, cibersexo o compu-sex como splat o como MOOers e inventar descriptores raciales (D. Bell, 2001, 120, 126-130; sobre sexualidad digital: <http://www.theory.org.uk/ctr-que6.htm>, adicción: <http://www.cybersexualaddiction.com/>, (14.8.06)), sobre todo, J. O’Brien/E. Shapiro, 2004, 114-126, aunque se pueden experimentar bastantes sorpresas y decepciones. Para muchas personas que buscan innovaciones identitarias en la vida real, la fluidez y flexividad de la identidad en la red es algo muy deseado y bienvenido. LambdaMOO, como afirma D. Bell, 2001, 126, ofrece a algunos participantes un lugar seguro para experimentar con el género, el sexo y la sexualidad.

MUD permite a los participantes explorar nuevas vías eróticas identitarias, por ejemplo, en los así llamados FurryMUDs o FurryMUCKs, donde los participantes asumen identidades animales antropomórficas, existiendo, como afirma D. Bell, 2001, 125, un “hipergénero” e “hiperrealización” que pueden amplificar los estereotipos de la vida real. Quizá, tanto en la vida real como online “todos los géneros no sean otra cosa que mascarada o representación”. (D. Bell, 2001, 125). Cuando una persona juega online el papel de la identidad no convencional, a menudo es ridiculizado o aconsejado de que no haga eso, tal como informa D. Bell, 2001, 125, a partir de A. Kaloski, que se presentó en el “sex room” de lambdaMOO como spivak, al poco tiempo Kaloski recibió un mensaje que decía “si quieres sexo cambia tu género a mujer”. Ver también: <http://blog.silversand.org/index.php/2004/12/23/typewriters-spivaks-and-cyborgs-identity-and-technologized-beings/>, (14.8.06). Sobre furryMUDs: [http://www.geocities.com/lyrit\\_twilight/WhatIsAFurry.html](http://www.geocities.com/lyrit_twilight/WhatIsAFurry.html); <http://www.tigerden.com/~infopage/furry/>, <http://www.units.muohio.edu/englishtech/ENG49502/woodld/Furry.htm>, (14.8.06). ¿Puede el mundo real aceptar y tratar con Furies, sin que se pueda extender o expandir, desde el postmodernismo, el concepto de realidad?

Un caso que ha llamado mucho la atención por quedar borrosa la distinción dicotómica entre fantasía y realidad y por la hiperrealización, pudiendo tomar forma de una promulgación de un guión de la vida real, y donde la realidad parece redefinirse como ilimitada en sus posibilidades, ha sido la ya famosa “violación virtual” en lambdaMOO, referida por J.

Dibbell, 1993 y citado por D. Bell, 2001, 125-126; y A. F. Wood/M. J. Smith, 2001, 61-62. Ver también: <http://blog.silversand.org/index.php/2004/12/23/typewriters-spivaks-and-cyborgs-identity-and-technologized-beings/>, (14.8.06). Mr. Bungles se introdujo en una conversación con afirmaciones vulgares y viles acciones tomando en la mano una “muñeca wudu” (se trata de un programa de computador utilizado en los foros de conversación sincrónica como MOOs que permite a su usuario entrar en las líneas de texto describiendo el diálogo o la actividad de otro participante) y obligó a uno de los ocupantes del cuarto a que le realizase servicios sexuales en una forma más o menos convencional, ignorando lo que le decían los otros participantes. Otro jugador con un programa superior logró bloquear el maleficio wudu. Aunque el acto tuvo lugar a un nivel simbólico, los usuarios de lambdaMOO consideraron el acto como una violación de la otra persona, pues se sintieron víctimas o lo percibieron como testigos. Mr. Bungles fue ejecutado en el mundo virtual por sus actos y en el mundo físico significó su abandono y prohibición para entrar en lambdaMOO. La “violación virtual” extiende pues lo que constituye violación al reino de los actos ilocucionarios, más allá de los actos en el mundo físico o pone la cuestión de si los “actos físicos” pueden tener lugar en el mundo de lambdaMOO online. La noción de “violación virtual” parece depender de cómo entendamos el concepto de violación no tecnológica. ¿No estaremos pasando, como dicen algunos/as, de la anatomía del cuerpo de la mujer a la construcción de las mentes individuales? ¿No estaremos asistiendo en el ciberespacio, incluso en los entornos más radicalmente descentrados del juego de la identidad de género a identidades y relaciones estereotipadas de la vida real? Al parecer una de las promesas del “juego de la identidad online” (“identity-play online”) consistía en que las reconfiguraciones radicales de raza, género, sexualidad, etc., que podrían tener lugar en la red, asistiría a configurar “identidades extrañas” en la vida real, pero como las personas encuentran que sus experiencias con el “juego de la identidad online” incide sobre el resto de sus vidas, esta incidencia, a menudo, tiene el efecto de reforzar las nociones de identidad convencionales, pues uno ha de ser creíble y esto significa la realización más convencional y estereotipada. (D. Bell, 2001, 125). Muchos actos transgresores del “juego de la identidad” parece que tienden más a apoyar que a socavar las normas de identidad de la vida real. (<http://blog.silversand.org/index.php/2004/12/23/typewriters-spivaks-and-cyborgs-identity-and-technologized-beings/>, (14.8.06)).

El juego del género parece producir nuevos cuerpos, identidades y comunidades. Es interesante el chiste del *The New Yorker* del 5 de Julio de 1993 (A. F. Wood/M. J. Smith, 2001, 57; (<http://blog.silversand.org/index.php/2004/12/23/typewriters-spivaks-and-cyborgs-identity-and-technologized-beings/>, (14.8.06)), donde dos perros reflexionando ante el ordenador sobre su identidad le dice uno al otro: “en Internet nadie sabe que tu eres un perro”, lo que viene a indicar lo fácil que puede ser manipular la identidad y la posibilidad de sospechar de lo que nos ofrece la pantalla del ordenador y por lo tanto la cautela y el sobreaviso, lo que puede conducir a situaciones rígidas y de poca liberación,

aunque la libertad y la autoaceptación parecen ser partes del dominio del ciberespacio.

S. Turkle, 1995, 224, escribe: “Algunas personas tienen sexo como caracteres no humanos, por ejemplo, como animales en FurryMUDs. Algunos disfrutan del sexo con una pareja. Algunos utilizan la realidad virtual como un lugar para experimentar en situaciones de grupo. En la vida real, tal conducta (si es posible) puede crear una gran confusión práctica y emocional. Las aventuras virtuales pueden ser más fáciles para acometerlas, pero pueden tener como resultado complicaciones muy significativas. Diferentes personas y diferentes parejas tratan con ello de maneras muy diferentes”.

Otro tema que está relacionado con la formación o construcción de la identidad online es el tema relacionado con el anonimato y el pseudoanonimato. Cuando las personas toman parte en un chat room, o contribuyen con algo en un Bulletin Board, participan en un MUD, etc., ejercen un control directo sobre los elementos de su autorepresentación. Al elegir nombres, descripciones personales, etc., están decidiendo conscientemente cómo quieren que los demás les perciban. Todo esto podría verse, como afirman A. F. Wood/M. J. Smith, 2001, 57-61, como un continuum de identificación que iría desde la identidad en la vida real al anonimato pasando por el pseudoanonimato.

El anonimato permite a los usuarios de la red asumir diferentes identidades, crear identidades y cruzar límites, fronteras varias y poderes. El anonimato en CMC es un estado de comunicación donde la identidad del comunicador no se hace aparente. Esto puede ser interesante en ciertas circunstancias, pues se puede ocultar, por ejemplo la raza, sexo, etc., pero en otras puede servir hasta para faltar a la ley. Según G. B. Lee: <http://jcmc.indiana.edu/vol2/issue1/anon.html>, (14.8.06), (citado en A. F. Wood/M. J. Smith, 2001, 58-59; ver también; [http://en.wikipedia.org/wiki/Anonymity#Anonymity\\_and\\_the\\_Internet](http://en.wikipedia.org/wiki/Anonymity#Anonymity_and_the_Internet); sobre ¿el final del anonimato? Huellas de datos en las redes modernas: <http://www.bsi.bund.de/literat/anonym/index.htm>, 14.8.06). El debate se centra en tres puntos: 1) El primer tema tiene que ver con los aspectos informativos de la identidad. El conocer la reputación de la persona que emite un juicio tiene dos consecuencias. Por una parte, conociendo a la persona que dice algo, se obtiene la credibilidad de la misma sobre el tema. Por otra parte, si se conocen las características de la persona, como sexo, edad, raza, etc., puede llevarnos a prejuicios que nos impidan escuchar a la persona. 2) El segundo tema del anonimato tiene que ver con las presiones de grupo y el 3) tema está relacionado con el cumplimiento de las restricciones legales sobre la libertad de expresión. Sin saber quién ha emitido tal o cuál afirmación es imposible que los agentes que han de hacer cumplir la ley puedan perseguir a los que cometen difamación, obscenidades o no respetan el copyright. Igual que el anonimato, el pseudoanonimato (<http://en.wikipedia.org/wiki/Pseudonymity>, 14.8.06) ofrece a su usuario cierto grado de protección, pero a diferencia del anonimato, el pseudoanonimato le permite a su usuario formarse la imagen de sí mismo. Muchos autores han firmado con pseudónimo. Entre los participantes de IRC (Internet Relay Chat) se utilizan “nicks” y estos “nicknames”, que sus usuarios pretenden que sean

únicos e individuales, sin que nadie más tenga ese “nick”, se conocen entre los IRCs que sirven para presentarse en una sólo línea del texto, por ejemplo “handsome”, “pentium”, “froggy”, “mdoctor”, “sexpot”, etc., pudiendo reflejar profesión, nombre de animales o plantas, nombres relacionados con el medio, etc. Muchos eligen cualidades de su identidad que los demás desean que perciban de sí mismo, valorando la consistencia de su identidad. El pseudónimo puede ayudar a exponer cosas, raza, genero, etc., que de otra manera no saldría a la palestra, sobre todo, entre estudiantes. (A. F. Wood/M. J. Smith, 2001, 59-61; ver Haya Bechar-Israeli: <http://jcmc.indiana.edu/vol1/issue2/bechar.html>, 14.8.06).

### La transformación de la identidad en el ciberespacio

Hoy, la formación de la identidad está muy unida a la cultura que se produce y se difunde por lo que se puede denominar el “sistema mediático-cultural”, convertido en esta sociedad digital en “el principal factor generador y difusor de símbolos y sentidos” que originan tanto “sentimientos de identificación y de pertenencia como de anomía y exclusión”. (Ver: A. da Silva Moreira, 2004, 198-223, 228-231). ¿Cómo contribuir, se pregunta en este contexto A. da Silva Moreira, 2004, 229-231, para que los procesos de formación de identidad y de subjetividad incluyan existencialmente valores como la libertad, la participación y la autonomía? No es nada fácil responder a esta pregunta. Hoy sabemos que la cultura mediática y las nuevas tecnologías, siempre según este autor, inciden en el proceso de formación de la identidad y no de manera positiva. Siguiendo a este autor señalaré algunas de las tendencias peligrosas ya identificadas y que pueden contribuir a la formación de identidades frágiles, imprevisibles, egocéntricas y sujetas al “marketing”:

- 1) El desvanecimiento de la percepción de los límites entre lo real y lo ficticio, a causa de la simulación virtual, puede contribuir a favorecer el desinterés por las realidades locales y concretas en beneficio de una fuga de la fantasía que se “hinche de realidad”.
- 2) La constante aceleración de las experiencias sensoriales en la interacción con los aparatos tecnológicos puede crear un estado de permanente excitación que puede dificultar la concentración y el buen hacer.
- 3) La sobreexposición a la imagen, que actúa más fuertemente de manera “afectivo-emocional”, puede facilitar, si no está bien trabajada, la pereza del pensamiento, la falta de interés por pensar, el desinterés por la lectura y la decadencia de la palabra, del lenguaje, que tiene efectos “cognitivo-conceptuales” y del pensamiento argumentativo, como ya está ocurriendo.
- 4) La sobreabundancia de publicidad puede fomentar el interés a la “marca comercial” (la nueva religión) y contribuir a la ausencia de sentido crítico.

- 5) El aumento de la expresión de intimidación a través de la mediación electrónica puede desestimular la sociabilidad y el diálogo directo cara acara.
- 6) La sobreexposición a las imágenes de violencia tiende a banalizar la vida y la propia muerte, cotribuyendo así a la desensibilización.
- 7) La inmersión acrítica en la cultura mediática puede alterar los cuadros de percepción de la realidad, influyendo de este modo en la formación de identidades.
- 8) El aumento del narcisismo, mediante la inmersión en el mundo virtual, con la creciente atomización de la experiencia, pueden influir en la formación de las identidades al no poder o hacer muy difícil el mantener narrativas biográficas coherentes.

### **¿Se pueden proteger las identidades en la era de la información y de la comunicación?**

En esta era de la información creciente dos amenazas están, sobre todo, presentes, a saber, el “fraude de identidad” (“identity fraud, identity theft”) (robo de identidad) y las “identidades oscuras” (“shadow identities”). El fraude o robo de identidad consiste cuando alguien obtiene información personal que le permite suplantar online o en la vida real a otra persona y hacer compras, por ejemplo, por Internet, o peor todavía, cometer crímenes en el nombre de la identidad robada. ¿Qué es el robo de identidad? Según el “Identity Theft Resource Center” de Estados Unidos de América: <http://www.idtheftcenter.org/index.shtml>, (con páginas en español) (14.8.06), el robo de identidad ocurre cuando un impostor toma los datos personales, el nombre, el número del seguro social (SSN), el número de la licencia de conductor, el domicilio y la fecha de nacimiento de otro para usarlos en su propio beneficio. Con estos datos, esta persona(s) puede(n) solicitar el servicio telefónico, las tarjetas de crédito o los préstamos, comprar mercancías, arrendar coches o apartamentos e incluso usar su identidad para obtener empleo, es decir, trabajar como si fuera Ud. Una página Web interesante para los temas de seguridad técnica en la sociedad de la información, además de la indicada, es la página alemana oficial Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI): <http://www.bsi.de>, (14.8.06), pues ofrece mucha información, datos y publicaciones muy ilustrativas que ayudan al usuario. En Estados Unidos de América existe la “Federal Trade Comision” (FTC) que indica qué hay que hacer si a uno le roban la identidad: “Identity Crisis... What to Do If Your Identity is Stolen”: <http://www.ftc.gov/bcp/online/pubs/credit/idcrisis.htm>, ver la información dada en la página en español: <http://www.ftc.gov/bcp/online/edcams/ojo/s-index.htm>; Todo sobre el robo de identidad: <http://www.ftc.gov/bcp/online/spanish/credit/s-idtheftmini.htm> . Se puede consultar en español: “Cómo evitar que lo ‘pesquen’ con una red de estafa electrónica” (“How Not to Get Hooked by a ‘Phishing’ Scam”): <http://www.ftc.gov/bcp/online/spanish/credit/s-idtheftmini.htm>



[www.ftc.gov/bcp/online/spanish/alerts/s-phishingalrt.htm](http://www.ftc.gov/bcp/online/spanish/alerts/s-phishingalrt.htm); en alemán: <http://www.bsi.bund.de/av/phishing/phishing.htm>, (14.8.06), artículos todos ellos de lectura obligatoria. Un estudio reciente de “America Online and the National Cyber Security Alliance” ha encontrado que el 74 % de los usuarios de Internet transmiten información sensible online, lo que deja a muchas personas al ataque de los “phishers”. (“Phishing” se refiere a e-mails que parecen proceder de bancos u otras entidades de confianza y que se utilizan para inducir a los que los reciben a verificar sus cuentas suministrando datos personales, tales como las tarjetas de crédito, cuentas corrientes, etc.). El estudio ha encontrado también que el 81 % de los Pc caseros no disponen de un software antivirus, de una protección antiespía o un cortafuegos. (“The Miami Herald”, 8.12.2005, 1B, 4B). Ver también sobre el “robo de identidad” y cómo proteger el nombre de uno, la tarjeta de crédito y la información vital y qué hacer cuando le sucede a uno algo de esto: Silver Lake Eds. (2004).

Las “identidades oscuras” son páginas Web que se elaboran para atacar la reputación de una persona, empresa o bien otra página Web. No se debería aceptar ningún mensaje que no esté abalado por un argumento crítico y realmente fundado. (Ver: A. F. Wood/M. J. Smith, 2001, 63-69).

El sociólogo Z. Bauman, 2004, 89-98, ante la pregunta de B. Vecchi sobre que uno de los instrumentos para jugar con la identidad es Internet y que en la WWW nos podemos comunicar creando falsas identidades y si Z. Bauman no cree que el tema de la identidad en el ciberespacio se desintegra hasta llegar a ser un pasatiempo, contesta que en este mundo de fluidez, comprometerse con una sola identidad para toda la vida o por un largo tiempo es algo muy complicado. Las identidades son para llevarlas (como si fueran ropa de poner y quitar) y mostralas, no para almacenarlas. Ahora bien, esta situación en la que nos encontramos no es para hechar la culpa a la red, es el resultado más bien de la situación en la que nos ha tocado vivir, pues aunque queramos identidades estables y “fijas”, los instrumentos electrónicos nos brindan la oportunidad de cambios y de configuraciones diferentes un poco a la moda. Esto es como el héroe de la obra de Henrik Ibsen Peer Gynt, publicada en 1867, comenta Z. Bauman, 2004, 90-95, obsesionado toda su vida por encontrar su “verdadera identidad”, resume su estrategia vital en: “Intento parar el tiempo bailando”. A lo que más temía este héroe era a conocer que no se podía liberar y que tenía que estar pegado a una identidad para el resto de la vida, pues quién sabe lo que hay a la vuelta de la esquina, lo que hoy parece de una manera mañana puede ser de otra forma. Gynt quería ser el “emperador de todas las experiencias humanas”, algo que hoy nos suena muy cercano, al ser hoy consumidores dentro de una sociedad de consumo que consume incluso identidades como consume otros bienes. Los seres humanos nos hemos reciclado en “consumibles”, pero los “consumibles” no se pueden transformar en personas, al menos, en el tipo de personas que buscan su identidad, sus raíces, sus relaciones humanas, la amistad y el amor, el ser humano con el que nos podamos identificar. En esta “modernidad tardía”, en esta vida “líquida” que vivimos, las relaciones humanas han

pasado a ser ambiguas y sólo “hasta nuevo aviso”. (Ver también Z. Bauman/K. Tester, 2002).

En esta situación de falta de los otros, experimentamos la soledad, el vacío, la exclusión y el abandono. Tememos que nos dejen solos y para que no suceda nos agarramos donde sea posible, en este caso, a lo que nos provee la red, en toda su extensión extraterritorial y virtual, que nos da el material suficiente para nuestra identificación o manipulación fuera de la realidad en la que creemos estamos eligiendo nosotros mismos. Nos vemos en este mundo digital globalizado como “vagabundos sin casa” (“homeless vagabonds”), sin dirección fija y sin identidad.

En estos días de la nada, comenta, Z. Bauman, 2004, 93, hablamos con gran solemnidad de “networks”, de “interconexiones”, de “relaciones”, pues las “relaciones firmes y seguras” se nos han ido, han desaparecido y no las podemos rehacer. Expuestos a los contactos “fáciles electrónicos” estamos perdiendo la habilidad de los contactos espontáneos con la “gente real” de carne y hueso. Da la impresión que a través de los medios digitales estamos escaneando los mensajes y las direcciones buscando la evidencia de que alguien en algún lugar está ahí dispuesto a conectarse con nosotros. (A. Hargreaves, 2003). El tema de la identidad es y seguirá siendo un tema con el que nos vemos constantemente confrontados a lo largo de nuestra vida y, a veces, nos ocurre que no tenemos un lugar para retirarnos de esta confrontación y tenemos que vivir con ella de manera abierta y no cerrada y aprendiendo a vivir con la diferencia.

## Bibliografía

(Además de las páginas Web indicadas en el texto):

- Amstrong, J. (2004): “Web grrrls, guerrilla tactics: young feminism on the web”, en Gauntlett, D./Horsley, R. (Eds.) (2004): *Web. Studies*. Arnold, London, pp. 91-102.
- Bakker, P. (2000): “New Media and National Identity”, en Cuilenberg, J. v. / der Wurff, R.v. (2000): *Media and Open Societies. Cultural, Economic and Policy Foundations for Media Openness and Diversity in East and West*. Het Spinhuis Pub., Amsterdam.
- Bauman, Z. (2004): *Identity. Conversations with Benedetto Vechi*. Polity, Cambridge.
- Bauman, Z./Tester, K. (2002): *La ambivalencia de la modernidad y otras conversaciones*. Paidós, Barcelona.
- Bell, D. (2001): *An Introduction to Cybercultures*. Routledge, London.
- Boer, S. E./Lycan, W. G.(1986): *Knowing Who*. A Bradford Book. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- Brody, B. A. (1980): *Identity and Essence*. Princeton University Press, Princeton.
- Castells, M. /Tubella, I. (2003): *La sociedad red en Catalunya*. <http://www.uoc.edu/in3/>

pic/esp/pic1.html , (14.8.06).

Castells, M. (2004): *The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. II: The Power of Identity*. Blackwell, Oxford.

Castells, M./Tubella, I./Sancho, T./Díaz de Isla, M. I./Wellman, B. (2004) : “Social structure, cultural identity, and personal autonomy in the practice of the Internet: the Network Society in Catalonia”, en Castells, M. (Ed.) (2004): *The Network Society. A Cross-cultural Perspective*. Edward Elgar, Cheltenham y Northampton pp. 233-248.

Cheung, C. (2004): “Identity construction and self-presentation on personal homepages: emancipatory potentials and reality constraints”, en Gauntlett, D./Horsley, R. (Eds.) (2004): *Web. Studies*. Arnold, London, pp.53-68.

Da Silva Moreira, A. (2004): “Cultura mediática y educación”, en J. A. Zamora (coord.): *Medios de comunicación. Información, espectáculo, manipulación*. EVD. Estella, 2004, pp.193-233.

Dreyfus, H. L. (2001): *On the Internet*. Routledge, London and New York.

Gauntlett, D. /Horsley, R. (Eds.) (2004): *Web. Studies*. Arnold, London.

Giddens, A. (1991): *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the late modern Age*. Stanford University Press, Stanford

Hargreaves, A. (2003): *Teaching in the Knowledge Society: Education in the Age of Insecurity*. Open University Press, London.

Hawisher, G. E. (2003): “Constructing Identities through online Images”, en Bruce, B. C. (Ed.) (2003): *Literacy in the information age. Inquiries into meaning making with new technologies*. International Reading Association, Newark, Delaware, pp.128-140.

Hine, C. (2000): *Virtual Ethnography*. Sage, London.

Hirsch, H. (1982): *The Concept of Identity*. Oxford University Press, Oxford.

Hornig, F. (2006): “Du bist das Netz”, en *Der Spiegel*. Nr. 29/17.7.2006, pp.60-74.

Lamerichs, J./Te Molder, H. F. M. (2003): “Computer-mediated communication: from a cognitive to a discursive model”, en *New Media & Society*. Vol. 5, N. 4 (2003), pp. 451-473.

Lévy, P. (2001): *Cyberculture*. University of Minnesota Press, Minneapolis.

Mitra, A./Watts, E. (2001): “Theorizing cyberspace: The idea of voice applied to the Internet discourse”, en *New Media & Society*, vol. 4, Nr. 4 , 2002, 479-498.

Munitz, M. K. (Ed.) (1971): *Identity and Individuation*. New York University Press, New York.

Noonan, H. (1993): *Identity*. Dartmouth, Aldershot.

O’Brien, J./Shapiro, E. (2004): “‘Doing it’ on the Web: emerging discourses on Internet sex”, en Gauntlett, D./Horsley, R. (Eds.) (2004): *Web. Studies*. Arnold, London, pp. 114-126.

Oderberg, D. S. (1993): *Metaphysics of Identity over Time*. St. Martin’s Press, New York.

Oiarzabal, A. M. / Oiarzabal, P. J. (2005): *La identidad vasca en el mudo. Narrativas sobre*

identidad más allá de las fronteras. Erroteta, European Union.

Shakespeare, W. (1996): "A vuestro gusto", en *Obras Completas*. Aguilar, Madrid, p.1212.

Simon, B. (2004): *Identity in Modern Society. A Social Psychological Perspective*. Blackwell, Oxford.

Silver Lake Eds. (2004): *Identity Theft. How to Protect your Name, your Credit and your Vital Information, and What to Do When Someone Hijacks Any of These*. Silver Lake Publishing, Los Angeles/Aberdeen.

Smith, O. B. (2004): *Myths of Identity. Narrative Identity and Postmodern Metaphysics*. Lexington Books, Lenham.

Toticagüena, G. (2004): *Identity, Culture and Politics in the Diaspora*. University of Nevada. Reno, Las Vegas.

Toticagüena, G. (2005): *Basque Migration and Diaspora. Transnational Identity*. Center for Basque Studies, University of Nevada, Reno.

Turkle, S. (1995): *Life on the Screen. Identity in the Age of the Internet*. Simon & Schuster, New York.

Turkle, S. (1997); "Constructions and Reconstructions of Self in Virtual Reality: Playing in the MUDs" en Kiesler, S. (ed.): *The Culture of the Internet*, Lawrence Erlbaum, Mahwah, New Jersey, pp.143-156.

Vidal-Beneyto, J. (Dir.) (2002): *La ventana global. Ciberespacio, esfera pública mundial y universo mediático*. Taurus, Madrid.

Williams, C. J. F. (1992): *What is Identity?* Clarendon Press. Oxford.

Wood, A. F./Smith, M. J. (2001): *Online Communication. Linking Technology, Identity, and Culture*. Lawrence Erlbaum, Mahwah, New Jersey.

Zamora, J. A. (2004): "Opinión pública y medios de comunicación en las sociedades democráticas", en J. A. Zamora (coord.): *Medios de comunicación. Información, espectáculo, manipulación*. EVD. Estella, 2004, pp.13-40.