

La configuración de la identidad digital

Ruth Gamero

Analista asociado
ENTER-IE

El uso de Internet en la vida diaria y el éxito de las herramientas web 2.0 han provocado que los internautas tengan cada vez más presencia en la Red (blogs, fotografías, perfiles en redes sociales, etc.), hasta tal punto que esto está contribuyendo a la configuración de las identidades digitales. Su gestión no es tarea fácil, y es que compartir información en la Red puede no ser compatible con tener el control y la propiedad sobre ella.

La identidad digital

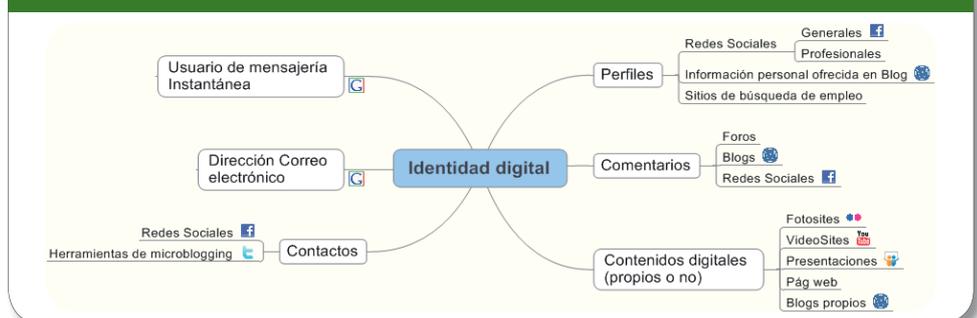
La identidad *'es el conjunto de rasgos que individualizan y nos permiten distinguir a una persona de otra confirmando que esta es realmente quien dice ser, ya sea en el ámbito legal, familiar o digital, etc.'*

La construcción de una identidad requiere esfuerzo y tiempo, y una especial sensibilidad para entender que nuestros actos tienen repercusión en los demás. No es sencillo crear una imagen reconocida por el otro con la que, además, estemos a gusto y que nos pueda acompañar muchos años, crecer con nosotros.

Hasta hace poco, configurar la identidad personal era, en general, algo tan complicado como lo ha sido siempre pero, al menos, sólo había que gestionar, en la mayor parte de los casos, una única realidad: nuestro entorno personal cercano.

Sin embargo, desde 2004 Internet se ha vuelto tan sencillo en su uso y tan popular, que un importante número de personas en todo el mundo ha dejado ya algún tipo de huella en la Red. Tal vez sin darse mucha cuenta y quizá sin valorarlo demasiado han comenzado ya a esbozar su identidad digital. Una participación en algún *blog*, *microblog* o foro, una conversación por *chat*, alguna publicación electrónica donde se cite el nombre, donde se comenten la profesión o los gustos personales, la manera en la que se escriben los correos electrónicos o, más sencillo, la relación de búsquedas en un buscador de Internet van conformando lo que poco a poco se convierte en la identidad en la Red.

Impactos en la red que conforman la identidad digital

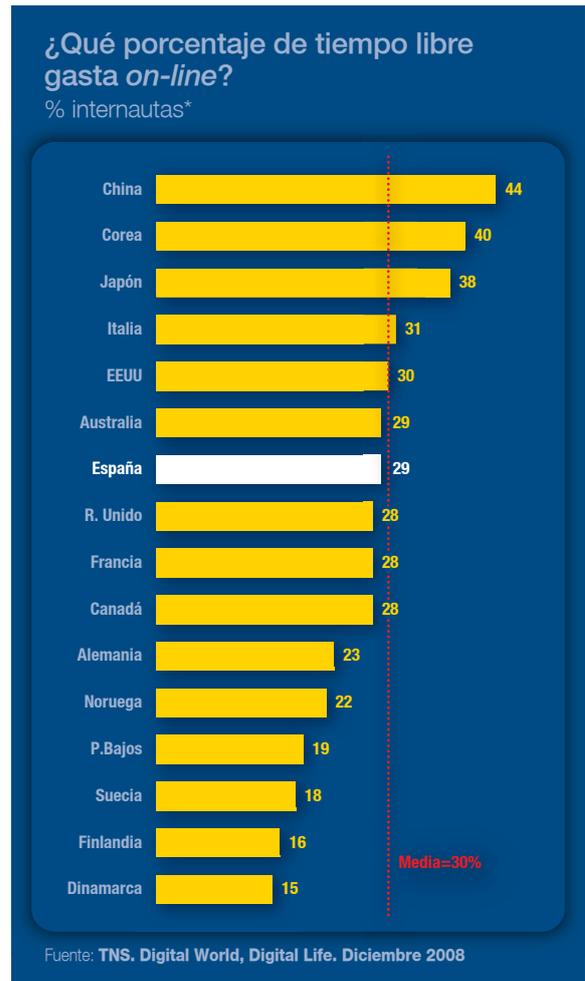


Internet ha venido para quedarse

Internet ya se ha colado en nuestras vidas. Según el estudio realizado a internautas de TNS, *Digital World, Digital Life*, casi una cuarta parte de los encuestados asignó una nota de 10 sobre 10 a la importancia que concede a Internet en su vida personal. El 56% de las personas lo evaluó como 8 o superior en importancia, siendo 7,5 el promedio alcanzado en la totalidad del estudio.

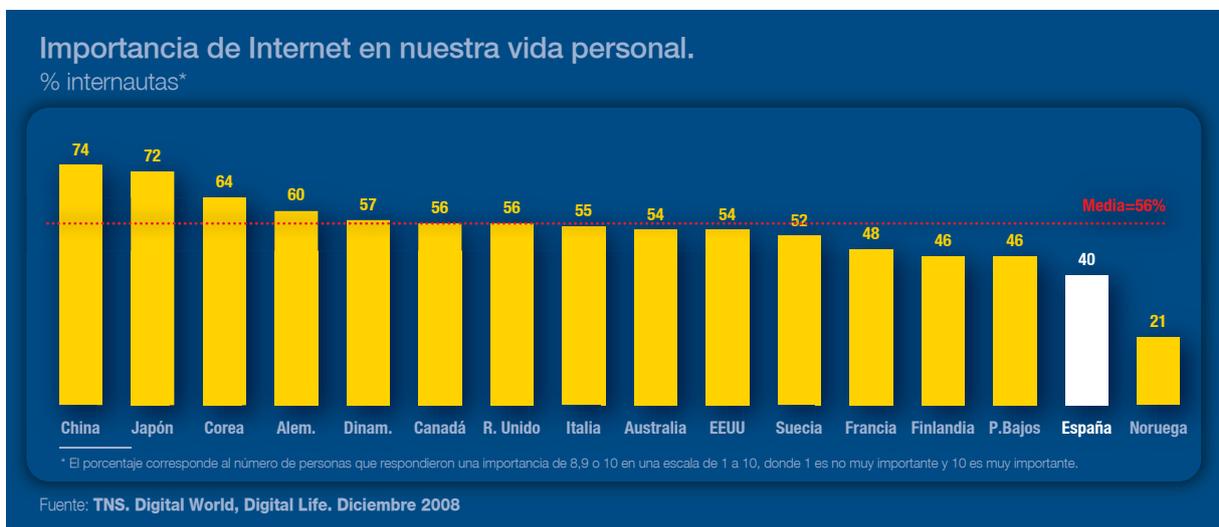
Además, el ocio cada vez gira más alrededor de Internet. Según la misma encuesta, los internautas españoles dedican un 29,1% de su tiempo de ocio a actividades *online*, al igual que en otros países como China (44%), Corea (40%), Japón (38%), Italia (31%) o Estados Unidos (30%).

Internet se ha convertido en algo cotidiano para un gran número de personas. Es una extensión y un complemento que ofrece recursos que permiten 'llegar a más'. Atrás quedaron los años en los que sólo se obtenía acceso a la información al utilizar Internet. Con la llegada de las herramientas web 2.0, la interacción de los usuarios con la Red se ha simplificado tanto que les ha permitido convertirse en creadores, artistas, filósofos, etc. Sus contribuciones han llenado los espacios virtuales -públicos o privados- de fotos, vídeos y opiniones, a



menudo personales, que se van añadiendo a su identidad digital.

Según el estudio *EIAA Mediascope Europe 2008* se aprecia, además, una intensificación en los últimos tiempos del uso de las herramientas más sociales de la web, precisamente, aquellas que más marcan



la identidad digital. En concreto, el estudio muestra cifras como que el 49% de los internautas europeos de entre 25 y 34 años se comunica usando redes sociales y que el 26% dispone de un perfil personal en Internet (lo que ha supuesto un crecimiento del 24% con respecto a 2007).

Y es que, casi sin darse cuenta, su paso por la Red está dejando un rastro fuerte que les identifica o define ante los demás, contribuyendo a definir su identidad digital.



Pero ¿qué valor se le da a la identidad digital?

Hace un tiempo, surgió la polémica por el cambio aparentemente abusivo de la política de uso de Facebook, la popular red social que cuenta con más de 200 millones de usuarios registrados en el mundo.

Los nuevos términos otorgaban a la compañía derechos totales sobre el contenido de sus usuarios, incluso el privilegio de la explotación comercial, aún si la persona eliminaba su cuenta. La noticia se difundió rápido por la Red y causó bastante malestar entre los usuarios, sobre todo, porque no se hizo mención a la propiedad de los contenidos cuando Facebook anunció pre-

viamente los cambios en sus políticas de uso el pasado 11 de febrero.

El resultado fue una verdadera 'revolución' de los usuarios, que se unieron usando la misma plataforma Facebook para recoger firmas y adhesiones contra las nuevas políticas de la compañía. Días después, Facebook daba marcha atrás y recuperaba su anterior política de uso, pero ¿cuál es realmente el problema?

Evidentemente, a los usuarios de Internet les gusta pensar que tienen o que deben tener el control absoluto sobre aquella información que define su identidad digital o que, simplemente, 'les pertenece'. Sin embargo, tener el control absoluto y la propiedad sobre su información personal para desactivarla en cualquier momento puede no ser compatible con la posibilidad o, mejor dicho, la funcionalidad de compartirla con otros.

En un mundo digital como el actual, las facilidades que otorga la Red también imponen unas condiciones que antes no existían: **todo lo que se dice en la Red es persistente potencialmente para siempre y no es sencillo trazar por dónde viajan los contenidos una vez que se han hecho públicos.** Cualquier persona del círculo más cercano puede acceder a las fotos, opiniones o contenidos de otra y copiar lo que quiera en su zona personal, que luego puede ser pública a otras personas. Con el tiempo, la cadena de amigos puede llevar estos contenidos muy lejos, y después de muchos años, pueden seguir circulando por Internet aunque haga tiempo que el autor original se dio de baja de su red social, borrando 'todos' sus contenidos. Esto en el mundo físico no pasaba.

Realmente no hay una salida clara para este problema de gestión de la identidad en un entorno compartido como es ahora Internet. Facebook ha propuesto como solución crear grupos de trabajo que ayuden a definir las políticas a aplicar entre todos y que, de esta manera, los propios usuarios se hagan conscientes y corresponsables de los 'problemas' asociados a la compartición de información personal en la Red.

En el proceso de creación de la identidad digital hay mucho de prueba y error. En la actualidad, no hay muchas referencias a las que se pueda acudir para ayudar a gestionar 'la marca personal en la Red'. Los límites han de ir siendo descubiertos por los propios internautas, decidiendo qué informa-



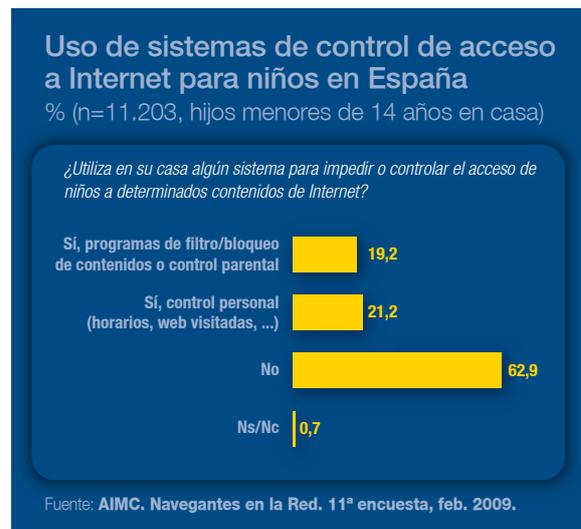
ción sobre ellos mismos dejan ver a toda la comunidad y eligiendo las herramientas a usar y cómo, para mostrar según qué atributo de identidad. Está claro que el sentido común impone que no hay que subir a Internet información que no se quiere difundir, ya sean fotos, números de teléfono, datos personales en general, etc. Y es que compartir información en la Red es muy fácil pero otra cosa distinta es intentar eliminarla una vez que ya se transmitió y socializó.

Y los menores... ¿están a salvo?

En general, los adultos son más conscientes de la necesidad de cuidar la imagen externa y, por lo tanto, suelen ser más cuidadosos también con la identidad digital. Sin embargo, con los menores esto no siempre es así. En el caso de los más pequeños, parece que hay más conciencia social: los padres suelen supervisar la navegación o utilizan herramientas de control parental; los educadores también se implican y la sociedad en general está más volcada en prote-

gerles (según datos de AIMC, el 19,2% de los hogares con menores usa herramientas de control parental y en el 21,2% de los casos se realiza una supervisión personal).

La propia Comisión Europea, sensibilizada con esta problemática, está coordinando a las redes sociales para que traten con más cuidado los perfiles de los usuarios que sean menores de edad mediante códigos de autorregulación. El último acuerdo propiciado en este entorno se realizó en fe-



brero pasado, reuniendo a 17 importantes redes sociales con el objetivo de mejorar la intimidad de los menores. En este acuerdo, las empresas reconocieron su responsabilidad de garantizar la seguridad infantil y se comprometieron a facilitar a los usuarios un planteamiento seguro de la intimidad y de la información personal.¹

Los adolescentes, sin embargo, están un poco más en 'tierra de nadie', pues disfrutan de un acceso a Internet mucho más libre y, en la mayoría de los casos, sin supervisión de un adulto. Esto no es perjudicial en sí mismo pero, en algunas ocasiones, puede provocar situaciones no deseadas o que tienen implicaciones no previstas inicialmente.

¹ Por otro lado, recientemente la UIT (Unión Internacional de Telecomunicaciones) ha puesto en marcha la iniciativa 'Child Online Protection' con el objetivo de proporcionar un uso seguro y responsable de las nuevas tecnologías por parte de los niños y adolescentes, identificando riesgos y desarrollando herramientas para minimizarlos. Entre los socios adheridos hasta la fecha se encuentran UNICEF, INTERPOL, Save the Children, ENISA, Telefónica, etc.

Diferentes ejemplos llegan a los periódicos o a los foros de Internet regularmente (no todos son ciertos, aunque sí educativos la mayoría). Entre ellos, cabe destacar el caso de una joven que convocó una fiesta a través de su Facebook a la que, horas más tarde, se presentaron más de 1000 personas. Ella pensaba que la invitación iba destinada sólo a sus amigos pero finalmente los datos eran accesibles a todo el mundo a través de su perfil. Otro ejemplo reciente es el caso de la joven británica de 16 años que fue despedida de su trabajo como administrativa después de que el dueño de la empresa viera en su perfil de Facebook algunos comentarios sobre lo aburrido que era su trabajo.

Quizá más grave, dado que aún no se sabe hasta dónde llegará, es la nueva moda entre los adolescentes estadounidenses denominada *sexting*, que consiste en fotografiarse desnudos con el móvil y enviar mensajes con las imágenes a los amigos más cercanos. Según una encuesta, un 20% de los jóvenes estadounidenses de entre 13 y 17 años ya ha enviado alguna imagen o vídeo suyo desnudo o semidesnudo a alguien. Lo normal es que no haya más motivación que el divertirse o ligar, pero en algunas ocasiones, sin el consentimiento de los afectados, las imágenes terminan en la Red. Este es el caso de una joven de Seattle de 16 años que, tras hacerse unas fotos con su mejor amiga en la ducha sin intención de difundirla, acabó siendo expulsada del equipo de animadoras por el director del centro educativo en el que estudiaba tras recibir este un sobre con unas copias después de que las fotos hubieran circulado por todo el colegio previamente.

En ocasiones, las acciones que se realizan en un momento determinado por provocación, por imitar a los amigos o por pura diversión, pueden quedar grabadas permanentemente en la Red y fuera de control.

En un primer momento, no hay por qué alarmarse ya que este tipo de cosas ha sucedido siempre. Sin embargo, su entrada en Internet les da una nueva dimensión a largo plazo. Realmente, la huella que se deja en

Internet puede condicionar las relaciones futuras para bien o para mal, y hay que ser muy conscientes de ello, para poder gestionarlo con coherencia.

Conclusión

Cada vez tiene más peso la identidad digital a la hora de configurar la identidad personal, tal y como muestra esquemáticamente la figura. Se comienza a configurar desde el primer rastro que se deja en Internet, que no tiene por qué haber sido dejado por la propia persona. Y es que, aunque no se quiera, puede que la identidad digital se esté gestando en la Red sin control o sin conocimiento, por lo que parece que tiene sentido que se ponga algo de cuidado en estas cosas, o que al menos, se les preste atención.

En estos momentos, uno de los grupos más vulnerables en la gestión de la identidad digital son los jóvenes, precisamente por el importante uso que hacen de las nuevas tecnologías y las pruebas constantes de nuevas formas de comunicarse e identificarse.

Sin duda, la mejor manera de ayudarles es complementar su formación con un proceso de alfabetización mediática, que les ayude, no ya a usar las herramientas (en esto, en general, no tienen ningún problema), sino a saber hacer y a saber ser en la Red a través de ellas. En esta tarea, los padres



y los educadores juegan un papel esencial, ya que tienen que concienciar a sus hijos de la necesidad de ser responsables a la hora de usar las tecnologías ayudándoles a trabajar en sus competencias digitales.

Cada vez más, va a ser necesario guiarles y supervisarles hasta que tengan la madurez necesaria para viajar solos por Internet. Del mismo modo que esta supervisión es común en otros ámbitos de la vida de los adolescentes, la Red y el uso de las tec-

nologías tiene que ser otro campo que los educadores no pueden olvidar para educar y formar integralmente al individuo.

En la Red pueden quedar reflejados para siempre pensamientos, conversaciones, amistades, ideales, etc. Ahora más que nunca es aplicable la frase que pronuncia el protagonista de la película *Gladiator*, Máximo Décimo Meridio: 'lo que hacemos en esta vida, tiene su eco en la eternidad'.

ENTER