



## Jornades de Foment de la Investigació

# **BOCETOS DE LA IDENTIDAD: YO SOY MI IMAGEN 2.0**

**Autor**

Zeynep ARDA.

Publicación presentado por: Zeynep Arda

Dirección: Dr. César Fernández Fernández

**Doctorado Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación**

Julio 2009, Castellón, España



Figura 1. Un documento nacional de identidad

*“En Second Life, puedes conseguir cualquier cosa, que desees en la vida real pero no has podido realizar...”*

Bahar Vega, empresaria en Second Life.

El hecho de que Google, la marca más grande de nuestros días es una empresa que se ha infiltrado en nuestras vidas como un motor de búsqueda debe decirnos algo acerca de la indispensable presencia de Internet en nuestra vida cotidiana. No suena un poco como McDonald's o Coca-Cola, las marcas más importantes que podríamos haber imaginado hasta hace dos décadas, ni Adidas o Nike que felizmente han dictaminado sobre su día hace una década. Si fuéramos a investigar la situación sobre la base de las necesidades humanas, unas hamburguesas y bebidas, e incluso algunas zapatillas para andar y hacer deportes serían muy bienvenidas, pero ¿es realmente el caso que hoy la cosa que hacemos más es buscar? Es tanto el caso que, si nos apetece tomar una bebida o un bocado lo que hacemos es *googlear* las opciones y si queremos algunas zapatillas lo que hacemos es *googlearlo* también!

Entre las razones de la gloriosa ascensión de Google se encuentran muy importantes cambios en la psicología humana, la percepción y la comunicación, porque esto no era exactamente lo que esperabamos del futuro de la World Wide Web. Si se mira atrás levemente (simplemente) unos diez años, los temas que se debatía ferozmente la literatura académica eran la realidad virtual y el vuelo del cuerpo. Estos temas eran los cuales que nos daban curiosidad en los días que dimos bienvenida a la presencia de Internet en nuestras vidas cotidianas. Hoy en día la realidad virtual está reducido a nuestra Nintendo Wii, sólo un juguete para jugar con toda la familia juntos y estamos mucho más apegado a nuestro cuerpo y nuestra presencia física que nunca. Algo debe haber ocurrido en el camino para llevarnos a estos sorprendentes resultados.

Obviamente, era un poco más que una simple cosa. Hemos vivido los efectos combinados de la globalización, el posmodernismo, aderezado aún más con el ataque terrorista contra las Torres Gemelas, comunmente

conocido como 9 / 11, uno después del otro y todos juntos teniendo lugar en un mundo *wired*, un mundo conectado que nos permitió compartir nuestra experiencias estemos donde estemos y compartirlas con toda la gente que nos apetece. Poco a poco empezamos a acostumbrarnos a un mundo que está al alcance de un botón. También nos acostumbramos a estar al alcance de un botón ‘Llama’ mientras caminamos las calles de la ciudad con nuestros teléfonos móviles en nuestros bolsillos, siendo todo el tiempo accesible a todas las personas que conocían nuestro número. Supuestamente nos habíamos liberado finalmente de la física, que estábamos casi etéreo y omnipresente. Tras el breve momento de alegría para esta libertad imaginada, a los individuos móviles del nuevo milenio, llegó la claustrofobia de ser demasiado accesible, de ser demasiado visible. En este período, todos los que tuvieron lugar en la escena urbana tuvieron sus reflexiones en el Internet, sea cual sea lo que ha sucedido en nuestras vidas de alguna manera se reflejaba en el Internet, pero suficientemente limitado a imitar conceptos o metáforas tradicionales o actuales. Nuestros primeros correos electrónicos tendieron ser las versiones digitales de las cartas, mientras que nuestros amigos reales que las recibieron ganaron el nuevo papel de ser nuestros amigos por correspondencia, de repente, además de ser nuestros amigos reales. Luego también los añadimos a nuestros Messengers, herramientas para mensajería instantánea, a fin de que estaran capaces de seguir, si llegamos sanos y salvos a nuestras oficinas y si nos registramos en nuestro MSN en 9:15 a.m. por lo más tarde.

Sin embargo, en comparación con lo que iba a seguir, todos ellos siguieron siendo ingenuos. Llegó la Web 2.0 y la autoexpresión libre en el Internet adquirió una nueva definición.



**Figura 2.** Facebook te ayuda a comunicarte y compartir tu vida con las personas que conoces.

Las nuevas tecnologías de la red que les permitieron a los usuarios subir fotos, vídeos, imágenes, sonidos, enlaces et cetera, de repente desataron un enorme deseo de expresarnos digitalmente. Al comenzar a elaborar nuestros perfiles en Facebook, Hi5, Twitter, Youtube, Flickr, Friendster, Tuenti y tantos otros, no sólo tenemos un montón de nombres del usuario y contraseña información para recordar, sino también dimos cuenta de que estábamos dispuestos a ofrecer un gran parte de nosotros mismos para la revisión de nuestros amigos - y por cierto, varios desconocidos.

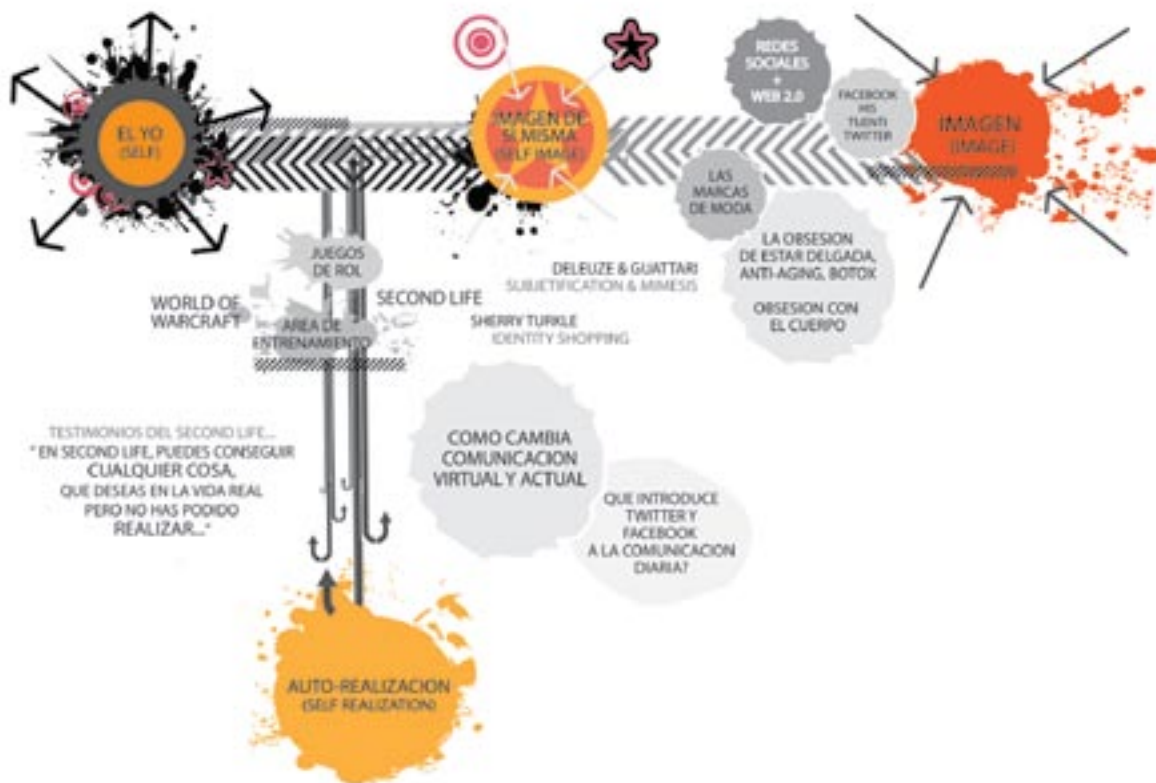


**Figura 3.** Con la llegada de Twitter a nuestras vidas, nos encontramos con una nueva forma de conocer las noticias de las personas que conocemos. Llegamos a saber lo que están haciendo, cada vez que dedican tiempo a actualizar su mensaje de estado.

Estas nuevas herramientas que se convirtió en parte de nuestras vidas, no sólo introdujeron nuevas formas de comunicarse entre sí, tales como mensajes de estado o respuestas en vídeo, sino que también modifican nuestra evaluación de cómo nos comunicamos nosotros mismos. Ayer mismo una muy amiga mía me llamó para preguntar si podía robar mi mensaje de estado que pongo en mi perfil de Facebook el día de mi cumpleaños el año pasado, que decía: “La edad es sólo un número y yo simplemente no sé cómo contar! “Me sorprende no sólo por cómo ella recordaba mi mensaje de estado, sino también por cómo se escatimó el tiempo para llamarme sólo para preguntar si podía usarlo en su estado. Hoy, tenemos un mundo diferente de la comunicación.

Tenemos varias maneras en las que podemos observar esta nueva forma de relacionarse con nosotros mismos y nuestros amigos. Una de las maneras es que la identidad en línea con la que nos comunicamos tiende a ser más como ‘nuestros cambios del estado de ánimo diarios’, que las ‘identidades descentradas’ como Sherry Turkle habría llamado. En términos de identidad, parece que hemos llegado a un momento en el que nuestra identidad online tiende a ser complementaria de nuestra identidad real, en vez de ser competitiva o sustitutiva. Se podría evaluar la situación en el mundo de hoy, como estar allí, en la frontera entre lo real y lo virtual, mientras la frontera está desapareciendo, en un momento liminal – pidiendo prestado el término del antropólogo Victor Turner. (Turkle, 1997: 268) Un momento liminal es un momento de estar en el umbral. Es un punto de transición en que nuevos símbolos y significados culturales pueden surgir, un momento de tensión, con reacciones extremas y gran oportunidad. Basandonos en este punto de vista de la transición, podemos tomar este momento de cambios en nuestras formas de comunicación una oportunidad para mejorar nuestra relación con nosotros mismos y con quienes nos rodean. A través de esta interpretación podemos tomar estos roles diarios que elegimos jugar como «bocetos», en los que buscaremos signos de nuestra identidad real y quizás, las posibles maneras de sentirse más cómodos con nosotros mismos.

Hay muchas formas de comunicarse, pero ¿qué es lo que nos comunicamos al fin y al cabo?



**Figura 4.** Un esquema de la relación entre la imagen, la imagen de sí mismo y la identidad, junto con las tendencias actuales en práctica en la relación entre los tres, como se comenta en este artículo. Zeynep Arda (2009).

## IMAGE-IDENTITY

Cuando entras en el World of Warcraft, un multijugador masivo juego de rol online (MMORPG), con más de 11,5 millones de usuarios mensuales, tienes que seleccionar un avatar para que te represente en el juego. Tienes una amplia gama de opciones para tu avatar. Puedes ser un humano, una elfa de la noche, un enano o un troll, entre varios otros. A pesar de la variedad de opciones, de acuerdo con encuestas realizadas en el foros de World of Warcraft, los seres humanos son los más jugados en ambas facciones, la Alianza y la Horda. Actualmente, World of Warcraft es el MMORPG más grande del mundo en términos de suscriptores mensuales y tiene el récord mundial de Guinness para el MMORPG más popular. Este dato subraya una perspectiva propuesta por Nancy K. Baym, investigadora especializada en las condiciones para la aparición de comunidades virtuales, que proponía una nueva forma de plantearse la investigación para el estudio de la gestión de la identidad en la red. A partir de sus propios hallazgos, así como de los de otras investigaciones, la autora sugería que «en realidad parece ser que muchos, probablemente la mayoría de los usuarios sociales de CMO (comunicación mediada por ordenador),<sup>2</sup> crean yoes en línea que son consistentes con sus identidades fuera de línea» (Baym, 2003: 76)

Básicamente, ésta es también la norma en *Facebook*, el más popular sitio de las redes sociales.<sup>1</sup> El sitio en el que darse de alta estaba inicialmente limitado a los estudiantes de Harvard, más tarde amplió a otros colegios en el área de Boston, la Ivy League, y la Universidad de Stanford. Más tarde amplió para incluir a cualquier estudiante universitario, a continuación, los estudiantes de secundaria, y, por último, a cualquier persona de 13 años y más. Actualmente, el sitio cuenta con más de 200 millones de usuarios activos en todo el mundo.<sup>2</sup> Los usuarios tienden a registrarse con sus nombres reales, los usuarios femeninos suelen incluir su apellido de soltera también, de modo que están encontrados por sus antiguos amigos de la escuela. Este sencillo punto, literalmente inicia la convergencia de nuestras imágenes, nuestras imágenes de nosotros mismos y nuestras identidades reales y, posiblemente, los intentos de encontrar un nuevo equilibrio dentro de este trío. Éste tiende a revelar la primera con nuestra presencia en el “libro” de “rostros”, la segunda con la manera en que nos comunicamos en este “libro” y, por último, el tercero con el nivel real de nuestra identidad que estamos dispuestos a compartir con nuestros “amigos” allí.

Nuestra relación con nosotros mismos como un intento de equilibrar nuestra imagen con nuestra identidad se remonta a lo que Jacques Lacan llama la “fase de espejo”. En este primer desafío, en el que nos vemos en el espejo para la primera vez con nuestros propios ojos, vemos que no somos una parte de nuestra madre, sino un cuerpo independiente, que no somos uno con nuestra madre, sino que tenemos una identidad propia, se inicia la primera crisis de identidad de el ser humano. Esta crisis de identidad interna es la inquietud de tratar de encontrar un equilibrio personal y cómodo entre lo que vemos y lo que visualizamos, la corporal y el yo. En términos tradicionales, este equilibrio se busca en una bipolarización de la natura contra la cultura, en el que buscamos los aspectos inherentes del yo y los efectos posteriores de la educación familiar y las amistades. Por lo tanto el yo está siendo puesto a prueba en el entorno social, dentro de los procesos de comunicación, mientras que la imagen se crea en paralelo y está percibido por los demás. Un progreso espacial que empieza a partir del hogar, la escuela, la calle y la ciudad, que proporciona la escena y el fondo para el desarrollo del yo y la imagen.

De ahí va la historia de nuestras vidas, básicamente, en una definición excesivamente simplificado. Bueno, no realmente. Esta era la historia de nuestras vidas cuando la comunicación F2F (cara cara) era el rey. Sin embargo, en nuestra contemporaneidad, el lado virtual es tan absolutamente parte de nuestra vida diaria que ni siquiera note las transiciones de uno a otro. Los debates han cambiado radicalmente desde los primeros días de la Internet, con los tableros de anuncios, el ICQ y los MUD (Multi-User Dungeon), cuando los seres humanos emigraron en la Web 2.0. Antiguamente un juguete de los fanáticos de la tecnología y los primeros adaptadores, hoy internet es una parte innegable de la vida de cada uno hasta que nuestros abuelos. Érase una vez, incluso les resultaba difícil o extraño a hablar por teléfono o ver la televisión. Si mi generación ya se ha hecho amigos de sus padres en Facebook y los días de hacernos amigos de nuestros abuelos no parece muy utópico, entonces algo debe haber cambiado en nuestra relación con la tecnología y, por tanto, con nosotros

---

<sup>1</sup> Según un estudio con la fecha de febrero 2009, en Compete.com, Facebook ha sido clasificada como la red social más usada por los usuarios activos mensuales de todo el mundo, seguido por MySpace.

<sup>2</sup> <<http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>> Fecha de consulta: 11 de Julio de 2009.

mismos y nuestras identidades. Hacia finales de 1990, la identificación por Turkle, del ordenador como un “segundo yo”, fue una consideración de que las relaciones que transforman las identidades eran casi siempre “uno a uno, una sola persona con una máquina”. (Turkle, 1997) Turkle admite, igual que todos nosotros, hoy ya no es el caso. Tenemos una vida social muy amplia en la red que de vez en cuando sobrepasa, incluso la de nuestra vida real.

Hoy en día con el enorme poder atribuido a los sitios web de las redes sociales, a la visibilidad en Google y a la «realidad» de la virtualidad de nuestros papeles en Second Life, el virtual no sólo ganado una presencia mucho más decente, sino una irreversible y innegable. Hay importantes puntos que deben evaluarse por cada uno de ellos, cada uno es muy particular, y con sus propias características. Un artículo muy reciente la revista TIME, se explica que Facebook es más popular que el porno, por lo menos para los jóvenes del 18 a 24 años de edad, para quienes las redes sociales están en primer lugar de los rangos, seguido por los motores de búsqueda y, a continuación, las páginas web de correo electrónico - con los sitios porno retrasados en el cuarto. Bill Tancer escribió:

Si seguimos el índice de las visitas a los sitios de las redes sociales, en comparación con aquel de los sitios para mayores en los dos últimos años, parece haber una fuerte correlación negativa (es decir, las visitas a redes sociales suben mientras las visitas a los sitios para mayores bajan). Es un salto decir que hay una correlación real allí, pero si hay una, me apuesta que tiene todo que ver con los hábitos cambiantes de la Generación Y: están demasiado liados conversando con los amigos para dedicar tiempo a ver la piel online. Imaginad. (Tancer, 2009)

La vida social virtual, aunque no parece ser nuestra realidad de hoy, fue definido anteriormente por Sherry Turkle como:

El sujeto humano de nuestro día, aterrorizado de estar solo, pero al mismo tiempo asustado por la intimidad, sufre sentimientos generalizados de vacío, de la desconexión, de la irrealidad de sí mismo. En este punto entra el reino de ordenador como un compañero sin demandas emocionales y ofrece una solución de compromiso. Tomando la mano amiga del ordenador - y el mundo entero detrás de la pantalla, “puedes ser un solitario, pero nunca a solos”, “puedes interactuar, pero nunca te sientes vulnerable a la otra persona” (Turkle, 1984: 307).

No sólo ha cambiado la geografía virtual y se ha integrado a nuestra realidad cotidiana, sino también nuestra percepción de la ciudad, como el centro de nuestra comunicación social ha cambiado. La clásica definición de Richard Sennett de la ciudad como “un asentamiento humano en el que los extranjeros puedan encontrarse”, hoy tiene una lectura muy diferente a él. (Sennett, 1978: 39) Ha pasado mucho tiempo desde que los jóvenes y personas de mediana edad - cuyas definiciones también han cambiado con la obsesión de ser “siempre joven” - se han dirigido a los sitios de casamentero para conocer el amor de su vida, lo que resulta en un lote de la acciones sexuales y muy poco “felices para siempre” historias. Esta insatisfacción ha de tener otras razones de la ineficacia de los sitios web de este género, como las estadísticas indican que uno de cada ocho parejas



que se casaron en los Estados Unidos el año pasado se reunió online. (Fisch et., 2008)

Otra investigación llevada a cabo por Rich Saúl Wurman saca la conclusión de que una edición del día laborable de The New York Times contiene más información que la persona mediana hubiera encontrado probablemente en su vida en el siglo XVII en Inglaterra. (Wurman, 2000: 32)

Seguramente todos estos acontecimientos tienen una conexión a la exagerada cantidad de información que nos rodea. Tenemos demasiada información a nuestro alcance. Tenemos demasiadas opciones y no suficientes medios para verificar nuestras elecciones. No tenemos a nadie más que nosotros mismos a quien culpar de nuestros errores. Igualmente, no tenemos ninguna manera de saber si hemos cometido un error o no. Esto es molestando la estabilidad del ser humano. Esto está causando preguntas inquietas en todos los niveles. Esto podría ser la base de la crisis de identidad de nuestra contemporaneidad. Quizás antes era un problema de aceptar, reflejar, ocultar o mostrar nuestra identidad. Pero ahora se trata de un problema de elección. ¿Qué identidad me pongo hoy? La pregunta “¿Quién soy yo?” se sustituye por “¿Quién soy yo hoy?”

En la modernidad líquida, tal como está definido por Bauman, “Si no puedes equivocarte nunca, nunca puedes estar seguro de estar en lo cierto tampoco. Si no hay movimientos equivocados, no hay una forma de distinguir un movimiento como el mejor. Por lo tanto, no hay una manera de reconocer el movimiento correcto entre sus muchos alternativos - ni antes, ni después de que el movimiento esté hecho.” (Bauman, 2000: 63)

Por decirlo de alguna manera, ahora todo se basa en la persona. Corresponde al individuo a descubrir lo que él o ella es capaz de hacer, estirar la capacidad al máximo o no, y recoger los usos a los que la capacidad podría aplicarse mejor - es decir, con la mayor satisfacción posible. Corresponde a la persona a “domesticar el inesperado para convertirse en un entretenimiento”. (Lehtonen et., 1997: 161)

Vivir en un mundo llena de oportunidades - cada una más atractiva y apetitosa que la anterior, cada una “que compensa para la última, y crea la base para mover a la próxima” es una experiencia estimulante. En ese mundo, muy pocas cosas son predefinidos, ni mucho menos irrevocables. Pocas derrotas son definitivas, pocos incidentes irreversibles, si hay, y sin embargo ninguna victoria es definitiva tampoco.

Como Melosik y Szkudlarek señalan en su perspicaz estudio de los problemas de identidad, vivir en el medio de aparentemente infinito de posibilidades (o, al menos, entre más opciones que uno puede esperar razonablemente para tratar) ofrece el dulce sabor de la “libertad para convertirse en alguien”. Aunque esta dulzura tenga un sabor amargo después, ya que este proceso de “convertirse” sugiere que nada está terminado aún, queda mucho por delante, la condición de “ser alguien”, que cada vez se pretende garantizar un final definitivo, tiende hacia un pitido final del juego: ‘Ya no eres libero cuando ya has alcanzado el final; no eres tu mismo cuando te has convertido en alguien.’ El estado de ser inacabado, sin terminar y discutible está lleno

de riesgos y la ansiedad, pero su contrario no trae tanto placer puro tampoco, ya que excluye la libertad que tiene que permanecer abierta. (Sennett, 1996: 34)

Un ejemplo muy curioso es Michael Jackson, el rey del pop, que ha dejado una marca muy fuerte en la identidad de varias generaciones a partir de su propia infancia y que falleció apenas hace algunos días. Una imagen llena de conflictos y de una identidad que nunca ha sido revelado a sus fans, e incluso tampoco a sus amigos o su familia, tenía un punto destacado de la identidad, con la condición de “ser alguien”, además de varias otras significaciones. A partir de sus primeras apariciones en el escenario con sus hermanos, fue tanto «alguien» que parecía haber escuchado el pitido final del juego, incluso mucho antes de que se ha podido definir a sí mismo como un «niño». No haber tenido ni un solo tiro en el ‘juego’, se envolvió en su identidad de Peter Pan, quizás, siempre buscando su infancia perdida y en el estado de rechazar a crecer. Uno no puede pretender ningún hecho de su condición, pero a partir de un punto de vista escéptico y con mucha ironía, su padre parece ser la única persona excluida de su última voluntad, como la posible “culpable por el robo de su infancia”, mientras que su último acto fue marcado con las lágrimas de su propia hija, gritando al mundo que su padre, un ídolo y una estrella para el resto del mundo, para ella no fue sólo su ‘papá’, pero también “el mejor padre que alguien jamás podría haber imaginado.” Ahí es un ejemplo de la dulzura amargada, tal vez fuera su último intento de reiniciar el juego, buscando ser incompleto otra vez, siendo el mejor amigo de sus propios hijos y buscando una forma de crecer de nuevo.

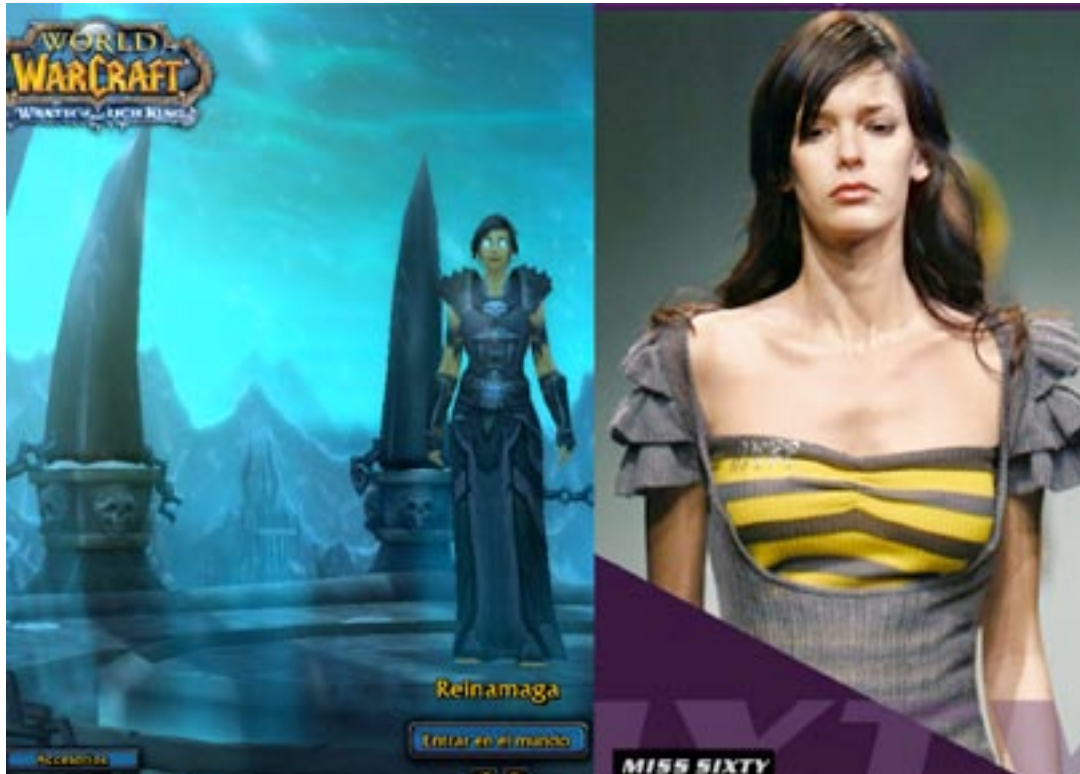
¿Éste cómo se refiere a la relación entre la imagen-identidad? ¿Cómo contribuye a la hipótesis de la convergencia de la imagen y la identidad? No tenemos aquí una constante. No tenemos una única identidad que se refleja en una manera constante. En vez de eso, tenemos cambios en las identidades que se reflejan en cambiantes imágenes. Pero, ¿todos terminan en una constante de identidad, que se refleja su estado de ánimo cada día de una manera diferente?

El término ‘crisis de identidad’ ha aparecido por primera vez en 1954, pero el uso de él nunca ha estado tan extendido como está en nuestros días. Viviendo en una época en la cual las bases tradicionales de definir nuestras identidades cambian día tras día, y las herramientas contemporáneas para hacerlo están muy amplificadas, la crisis de identidad se convierte en el proceso habitual en vez de lo original. Buscamos herramientas, juguetes, personas o avatares para testificar nuestra presencia - a lo mejor para probarla a nosotros mismos. La búsqueda es dura, pero más divertida y coloreada que antes y quizás es un modo de llegar a tener individuos más a gusto con sí mismos gradualmente.

El estado actual de la identidad humana parece ser bastante diferente a cualquier otro previamente investigado. Aunque la identidad descentralizada de Turkle, de la vida en la pantalla ya no es el caso y que es a veces muy duramente criticado por su subjetividad y su informalidad, pero todavía queda más investigación que hacer sobre la base de su teoría.

## MARCAS & AVATARES

### Esforzarse por una imagen y una identidad mejorada



**Figura 5.** A la izquierda, el avatar del autor del World of Warcraft, Reinamaga. A la derecha, una instantánea de la pasarela de la marca de moda italiana, Miss Sixty.

Volveremos con la vida en la pantalla de Turkle, una vez que entendimos mejor las reglas actuales del juego en el proceso de construcción de la identidad y de la auto-realización. En este artículo, nuestro enfoque en la búsqueda de los cambios será las nuevas tendencias que se observa en los mundos virtuales, como Second Life y World of Warcraft y las redes sociales que han sido posibles con la llegada de la Web 2.0., como Facebook, Twitter, Tuenti o Friendster, así como las nuevas tendencias en la vida urbana tales como la conquista de las calles de la ciudad con las marcas o la curiosa nueva profesión llamada “coolhunting”. (Gladwell, 2000: 360)

Se trata de buscar las tendencias de índole similar, incluso sincréticas, en los respectivos ámbitos, que puedan presentar implicación significativa en la construcción identitaria de los individuos. Y ello partiendo de las premisas de que uno es un mundo “invisible”, donde el usuario puede elegir cualquier avatar para “representarse” y puede crear una identidad por sí mismo y, el otro, es un mundo más visible cada día, donde el ser humano esta más influido por los aspectos físicos y los niveles socioeconómicos. El foco principal de la investigación se centra en la identidad y en cómo se relaciona ésta con las herramientas contemporáneas que ofrecen, y caracterizan, estos dos mundos.

## Bocetos de la Identidad: Yo soy mi imagen 2.0

Después del Web 2.0, la principal tendencia de la gente es la de combinar su identidad online con la real. Con las posibilidades ampliadas para la auto-expresión por las herramientas introducidas por la Web 2.0, se observa una cierta convergencia entre los conceptos de la identidad y la imagen. La investigación espera aclarar algunos puntos en este sentido, por ejemplo, las respuestas a algunas preguntas semejantes a cómo estas nuevas herramientas podrían ayudarnos a expresar más de nosotros mismos, o si la posibilidad de experimentar con las identidades virtuales terminará en más oportunidades de auto-realización. También está la cuestión de la pérdida del anonimato que era una alegría de la vida virtual anteriormente y también un tema muy discutido en la literatura de los primeros días de la comunicación en Internet. En la era de Facebook, donde los usuarios tienden a crear las cuentas con sus nombres reales para poder encontrar a sus viejos amigos y para estar encontrado por ellos, un comentario sugiere que “la etiqueta y la responsabilidad en la web hoy en día amenaza de apretar la diversión de la web surf. “

***“La identidad no es en el pasado para que se encuentren, pero en el futuro que se está construyendo”.***

(Hall, 1980: 57-72)



**Figura 6.** Arriba a la izquierda, Bahar Yüksektepe, ama de casa en la vida real, fundador de la marca Dare-to-bite en Second Life, junto con sus hijas en su casa real. Arriba a la derecha, Bahar Vega leyendo el periódico en su casa de Second Life. Parte inferior, Bahar Vega en su tienda en SL.

En su reciente artículo para la revista Atlantic Monthly, Nicholas Carr pregunta: “¿Google nos hace estúpido?”. Carr se teme que nuestra interacción continua con la información en la Web puede ser “disminuyendo nuestra capacidad de concentración y contemplación.” (Carr, 2008) Este modo de recuperar la información, puede provocar la creación de los estudiantes que creen que la investigación significa cortar y pegar hasta llegar a cumplir los requisitos del profesor en términos de número de las páginas, en vez de destilar la esencia de un argumento. Por lo tanto, la base cultural que nuestra contemporaneidad ofrece también está debilitado en su estabilidad, mientras convierte la estabilidad del yo en un reto bastante utópico.

Turkle pregunta: “¿Cuál es el yo, cuando funciona como una sociedad? ¿Cuál es el yo cuando se divide su trabajo entre sus componentes “los otros yoes” o “avatares”? Ella usa como metáfora el desorden para definir el estado actual de inestabilidad y concluye sus metáforas diciendo que “Ellos que están abrumados por el síndrome post-traumática disociativa [trastorno de personalidad múltiple, MPD] sufren la cuestión, mientras los habitantes de los MUDs juegan con él”. (Stone, 1995: 59).

Sin embargo, en esta era en el punto de vista de Turkle, fue una era de estabilidad, era una época en la que “la estabilidad era muy valorado socialmente y reforzada culturalmente” (Turkle, 1997: 255). En nuestro tiempo, la salud se describe en términos de fluidez en lugar de estabilidad. No es de extrañar que la gente puede cambiar con tan rapidez y facilidad entre diversos personae.

Aunque las perspectivas brevemente discutido anteriormente en este artículo tiendan hacia definiciones de la inestabilidad y de la enfermedad, la tendencia de la autora es pensar en los intercambios de la identidad como objetos evocadores para ponerse a pensar en sí mismo. La variedad de identidades para elegir, la selección de herramientas para crear y comunicar nuestra identidad, la opción de practicar con ellos en los mundos virtuales, juegos de rol o las redes sociales nos dan una enorme biblioteca a través de que podemos conocer mejor a nuestros mismos actuales.

En este sentido, no sólo tenemos más espacio para desarrollar nuestra auto-imagen, sino también distancias más cortas para cubrir entre nuestra auto-imagen y las imágenes / identidades que comunicamos al nuestro entorno. El caso actual es muy diferente de las herramientas tradicionales que han sido utilizadas para crear nuestra identidad, fundamentalmente la familia - escuela - los círculos empresariales que atendimos. La extensión de nuestra red de comunicación y los comentarios que recibimos de nosotros mismos abrazando el mundo entero – ¿todos estos bocetos de la identidad podrían ser la nueva user-friendly interfaz de nuestra auto-realización?

## BIBLIOGRAFÍA

- BAUMAN, Z. (2000): *Liquid Modernity*, Polity Press, Cambridge.
- BAYM, N. K. (2003): “*La emergencia de comunidad on-line*”, (JONES, S. G.(ed.) *Cibersociedad 2.0.*, Editorial UOC, Barcelona.
- CARR, N. (2008): “*Is Google making us stupid?*”, *The Atlantic Monthly*, July/August 2008.  
Disponible en: <[www.theatlantic.com/doc/200807/google](http://www.theatlantic.com/doc/200807/google)>
- FISCH, K., MCLEOD, S. Y BRENMAN, J. (2008): “*Did You Know 3.0: Globalization and the Information Age*” (Video presentation) [Fecha de consulta: May 17th, 2009] Disponible en: <<http://www.youtube.com/watch?v=jpEnFwiqdx8&feature=fvst>>
- GLADWELL, M. (2000): “*The Coolhunt*”, SCHOR, J. B. Y HOLT, D. B. (eds.), *The Consumer Society Reader*, The New Press, New York.
- HALL, S. (1980): “*Cultural Studies: Two Paradigms*”, en *Media, Culture and Society 2*, Sage Publications, London.
- KAZENIAC, A. (2009): “*Social Networks: Facebook Takes Over Top Spot, Twitter Climbs*”. *Compete.com*. [Fecha de consulta: 17 de febrero de 2009]. <<http://blog.compete.com/2009/02/09/facebook-myspace-twitter-social-network/>>.
- LEHTONEN, T. Y MÄENPÄÄ P. (1997): “*Shopping in the East-Central Mall*”, in *The Shopping Experience*, FALK, P. Y CAMPBELL, C. (eds.), Sage Publications, London.
- SENNETT, R. (1978): *The Fall of the Public Man: On the Social Psychology of Capitalism*, Alfred A. Knopf, New York.  
---. (1996) *The Uses of Disorder: Personal Identity and City Life*, Faber & Faber, London.
- STONE, A. R. (1995): *The War of Desire and Technology at the Close of the Mechanical Age*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- TANCER, B. (2007): “*Facebook: More Popular Than Porn*”, *TIME Magazine*. Time Inc. Oct 31, 2007.  
Disponible en: <<http://www.time.com/time/business/article/0,8599,1678586,00.html>>
- TURKLE, S. (1984): *The Second Self: Computers and The Human Spirit*, Simon&Schuster, New York.  
---. (1997): *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*, Touchstone Books, New York.
- WIKIPEDIA (2009): Facebook from Wikipedia, the free encyclopedia [en línea]. [Fecha de consulta: 11 de julio de 2009]. <<http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>>
- WORLD OF WARCRAFT FORUMS (2008): [Fecha de consulta: 6 de junio de 2009]. <<http://forums.worldofwarcraft.com/thread.html?topicId=4665527662&sid=1>>
- WURMAN, R. S. (2000), *Information Anxiety 2*, Hayden/Que Publications, New York.