

# LA ACTUACIÓN DE LA IDENTIDAD ONLINE: ESTRATEGIAS DE REPRESENTACIÓN Y SIMULACIÓN EN EL CIBERESPACIO

FRANCESC NÚÑEZ, ELISENDA ARDÈVOL, AGNÈS VAYREDA  
*Gircom, Universitat Oberta de Catalunya*  
CibertArt, Bilbao, 2004

## Abstract

We will show through different examples (chats, forums, personal pages, weblogs) how the identities on the Net are constructed using sociotechnological resources and the role that simulation and representation play as cultural strategies that we use to understand online identity. Far from presenting a social problem, the technological mediation for the construction of online identities allows to make visible the mechanisms that we use to present ourselves and to represent ourselves in the daily life.

## Resumen

A partir de distintos ejemplos (chats, foros, páginas personales, weblogs) mostraremos cómo se actúan las identidades en la red. Veremos que los recursos sociotécnicos disponibles y las nociones de representación y simulación son los elementos culturales que hacen posible, a la vez que condicionan, la actuación de la identidad online. Lejos de presentar un problema social, la mediación técnica para la construcción de las identidades virtuales permite visualizar los mecanismos que utilizamos para presentarnos y representarnos en la vida cotidiana.

## 1. LA IDENTIDAD VIRTUAL COMO ACCIÓN SOCIAL

El objetivo de este artículo es explorar la identidad virtual a partir de tres movimientos: entender la identidad como acción social, analizar como se diseña la identidad a partir de los recursos sociotécnicos disponibles, e intentar comprender el juego de identidades en el ciberespacio a partir de dos estrategias culturales que hemos denominado la estrategia representacional y la estrategia de simulación.

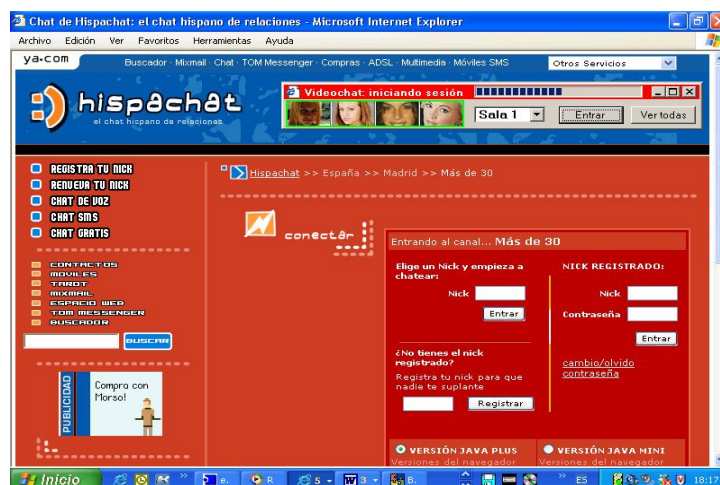
El punto de partida para el análisis de las representaciones de la identidad en el ciberespacio es considerar la identidad como acción social. Se trata de analizar la puesta en pantalla de la identidad prescindiendo de las nociones de sujeto que tienen los actores sociales y eludiendo la cuestión de si estos experimentan cambios subjetivos, para atender a cómo se construye la identidad *online* en relación con los efectos que se esperan conseguir en cada actuación. Desde esta perspectiva, la identidad es una práctica social, el resultado dinámico de una acción performativa que tiene lugar en la interacción. Asumir esta definición nos permite, por una parte, evitar el etnocentrismo que supone una noción esencialista de la identidad basada en nuestros presupuestos culturales sobre la persona y, por otra, analizar la actuación de nuestras identidades sin tener que referirnos a un yo interior o a explicaciones psicologistas de la acción social. Esta aproximación constructivista y discursiva a la identidad pensamos que no solo es pertinente para explicar la vida cotidiana, sino que es especialmente apropiada para intentar comprender lo que sucede en la comunicación mediada por ordenador.

Entendida la identidad online como una acción social, consideraremos que lo que los usuarios de Internet hacen, la manera en cómo –y para qué– utilizan y se apropian de los recursos disponibles en Internet para producir su identidad, depende de los contextos de interacción, así como de las posibilidades que los recursos tecnológicos ponen a su disposición para realizar una acción social concreta, como puede ser presentarse, argumentar una idea, ser amable, insultar a alguien o concertar una cita. Esto supone dar un papel activo al medio de comunicación y a la tecnología. Se trata, entonces, de analizar cómo el usuario utiliza los recursos disponibles para organizar su acción y coordinarla con las de los demás. Así, no nos encontramos necesariamente ante una fragmentación o disolución del yo en múltiples identidades, sino ante diferentes contextos electrónicos que permiten la performatividad de la identidad a partir de determinados recursos sociotécnicos y estrategias culturales.

## 2. EL DISEÑO DE LA IDENTIDAD

La participación en los espacios de comunicación electrónica, obviamente, no se produce en el vacío, sino que está mediatizada, no sólo por la arquitectura de Internet, sino también por el diseño tecnológico, gráfico y textual que orienta lo que podemos o no podemos hacer en estos espacios. El diseño tecnológico de un espacio de comunicación electrónica, como puede ser un chat o un foro, esta compuesto por el código fuente del programa y por el diseño de la interfase, superficie a la cual finalmente accede el usuario para realizar su acción comunicativa. Cada programa canaliza el conjunto de acciones que un usuario puede o no puede realizar, y estas acciones tienen implicaciones sociales, aunque estas no estén siempre previstas por el programa o por el usuario.

El diseño de una interfase para la interacción no es social ni culturalmente neutro, sino que las decisiones técnicas, de programación, gráficas y textuales, conllevan ineludiblemente implicaciones sociales e interpretaciones culturales. Por ejemplo, la simple acción de entrar en un canal de chat. Para acceder al canal o a la “sala” hay que introducir un *nick*. El *nick* no es más que un código que necesita el programa para identificar a un emisor único en el canal. El programa, por defecto, asocia un *nick* a una entidad *online*, y para cada entidad *online*, un solo *nick*. Para el programa, no tiene importancia si detrás de cada *nick* hay un sujeto o dos, o que un mismo sujeto actúe bajo distintos *nicks*. Por una parte, esta cuestión técnica abre un sin fin de juegos “virtuales” en la interacción entre usuarios. Por otra, la decisión de denominar “nick” (pseudónimo o mote) a este código, es ya una metáfora que abre el espacio electrónico a ser pensado como un espacio de sociabilidad.



### Figura 1

En algunos casos, el diseño del chat demanda al usuario que se registre, pidiéndonos para ello que indiquemos nuestro nombre completo, sexo, edad, profesión, etc. Mintamos o no al rellenar estos campos, este diseño, por defecto, nos induce a presentarnos en el canal a partir de estas características sociodemográficas predeterminadas entendidas como básicas para establecer la identidad del usuario. Como vemos, el recurso tecnológico “mezcla” dispositivos técnicos (el acceso al canal de chat necesita de un código específico) con elementos textuales que son discursivos y que nos remiten a nuestro mundo social (*nick*, nombre, sexo, edad, profesión, aficiones, etc.), configurando lo que hemos dado en llamar los recursos sociotécnicos de la comunicación electrónica. Las decisiones técnicas no sólo tienen implicaciones sociales, sino que también orientan y organizan la práctica social que se va a llevar a cabo (Bijker y Law, 2000). El diseño de estos programas informáticos y de las interfases gráficas es una respuesta a preguntas sobre la identidad, sobre lo que es o no necesario para que la interacción comunicativa sea posible y sobre qué tipo de interacción es deseable que ocurra (Lamerichs y Te Molder, 2003). Elementos técnicos y discursivos indican al usuario qué se espera que haga, cómo debe comportarse, cómo debe presentarse, cuales son las categorías para definir su identidad.

### 3. LA ACTUACIÓN DE LA IDENTIDAD

Para que la comunicación entre humanos sea posible es necesario que creemos contextos de inteligibilidad, códigos compartidos, que el intercambio de información tenga sentido para la gente. La gente no intercambia bits de información, sino que intercambia saludos, noticias, chistes, conocimiento. La gente debate, discute, se enfada o se enamora en Internet. Lo que en la interacción con el programa es un intercambio de bits (interactividad), en la interacción social por ordenador, un intercambio de información significativa presupone una comunicación entre sujetos (intersubjetividad).

La identidad online se construye a partir de las decisiones que tomamos en relación con los recursos sociotécnicos disponibles. Los objetivos que nos trazamos, el sentido que damos a nuestra acción, dependen en gran parte del imaginario social, de las expectativas que se generan en torno a los significados comunes que elaboramos sobre Internet y sus promesas (Vayreda, 2003). Por ejemplo, la estructura de Internet, flexible y de acceso abierto, refuerza la idea de utilizar Internet como un espacio público y democrático, sin censuras. En relación con nuestra noción de persona, el ciberespacio alimenta una serie de utopías relacionadas con la posibilidad de ser “otro”, de habitar diferentes identidades (San Cornelio, 2004). Estas expectativas y promesas intervienen creativamente en la apropiación que hacen los usuarios de los recursos sociotécnicos para la interacción social y para la presentación de sí mismos en el ciberespacio.

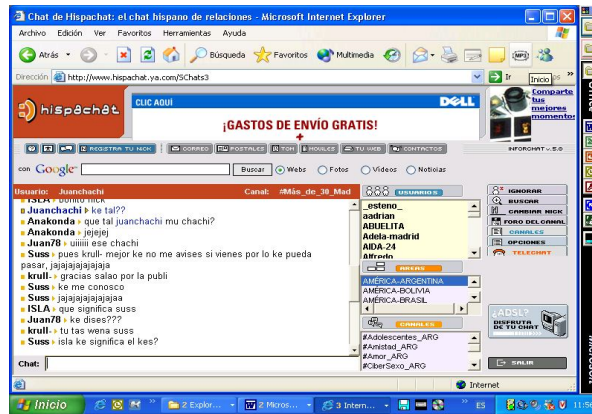


Figura 2

Para participar en un espacio electrónico, hay que hacerse presente y visible de alguna manera en la Red. No se trata de asumir distintos roles, sino de diseñar distintos perfiles, de crear una imagen. Continuando con el ejemplo de los [chats](#) (1), el *nick* que nos ponemos para participar entrar en el canal es solo un prerequisite del sistema. El programa necesita un código que sea inequívoco: no pueden haber dos códigos iguales, dos “Juanes”, en un mismo canal de chat (el programa no lo permite, aunque a nosotros no nos incomode). Esto nos obliga a escoger unos caracteres, y elegimos hacerlo, pongamos el caso, como “Juan78”, “Juanchachi”. Decidir utilizar un nombre junto a un número o un adjetivo más o menos popular supone casi inequívocamente una manera de actuar nuestra identidad, de presentarnos ante los demás como un sujeto masculino, quizás nacido en el 78, en el primer caso, o quizás con ganas de hacerse el simpático, en el segundo. El *nick* está mostrando atributos sobre el sexo, la edad o la simpatía de nuestro posible interlocutor. Los *bits* devienen nombres propios para alguien. *Juan*, *Anaconda*, *Isla*, *Abuelita*, etc. llevan asociados atributos y evocan significados culturales configurando el chat como un espacio social donde el *nick* adoptado se resignifica.

La identidad online, en el caso de los chats, es el resultado de la unicidad prescrita por el programa (un código determinado de dígitos), de un currículo más o menos estándar que provee el programa y que responde a unas categorías culturales determinadas (el registro), y, finalmente, del sentido que adquiera la suma de caracteres (*el nick*) en el decurso de la interacción. Los *nick* con los que se diseña la identidad online en este contexto son elegidos por los cibernautas y se construyen con el fin de introducir una descripción, reducida, si se quiere, pero una descripción al fin y al cabo. Estas descripciones pueden realizarse en base:

- a) los parámetros que usualmente utilizamos para identificar y categorizarnos a nosotros y a los demás en la vida cotidiana (sexo, edad, nacionalidad, personalidad), como Juan78, abuelita, etc.). Ejemplo de una estrategia que hemos denominado representacional, que como veremos a continuación con otros ejemplos, no se aleja de la ecuación una identidad = un cuerpo.
- b) Parámetros no convencionales, como Anaconda, Suss, Krull, etc. Que actúan como nombres propios, pero que no conectan directamente con la representación de un cuerpo humano. Ejemplo de lo que podría ser una estrategia de simulación, donde no se busca una correspondencia entre un cuerpo, una identidad.

### 3.1. La estrategia representacional

En el ciberespacio sólo podemos actuar a partir de las “entidades” que creamos a partir de imágenes textuales (como el *nick*) o gráficas (una fotografía) que nos representan o actúan por

nosotros. Para hacer inteligible nuestra interacción online, para comprender y dar cuenta de nuestras acciones en el ciberespacio, utilizamos estrategias culturales que no son nuevas, sino que provienen de nuestra experiencia social en la interacción cara a cara, así como de nuestra experiencia con la escritura, el teléfono, la radio, el cine o la televisión (Morse, 1998).

Mediante la *estrategia representacional*, el sujeto crea e interpreta una identidad en relación con un referente externo al sistema de comunicación (Hall, 1997). El cibernauta es el sujeto de la acción, quien debe dar cuentas de sus actos online. La estrategia representacional explica y justifica la actuación de la identidad online en relación con una identidad preexistente, *offline*. Este tipo de estrategia nos lleva a buscar al auténtico “yo” detrás de cada *nick*, a intentar averiguar si la representación es fiel a un original.

Un ejemplo de la estrategia representacional son los perfiles de un programa de mensajería instantánea dedicado a las relaciones interpersonales [Match.com](http://Match.com) (2). El web escogido se presenta al usuario creando un contexto definido como “Amor y amistad”, que incita a participar: “¿Abierto a una cita? Conoce a tu pareja de una forma anónima y segura”. “Fácil, seguro, divertido... y puede cambiar tu vida”.

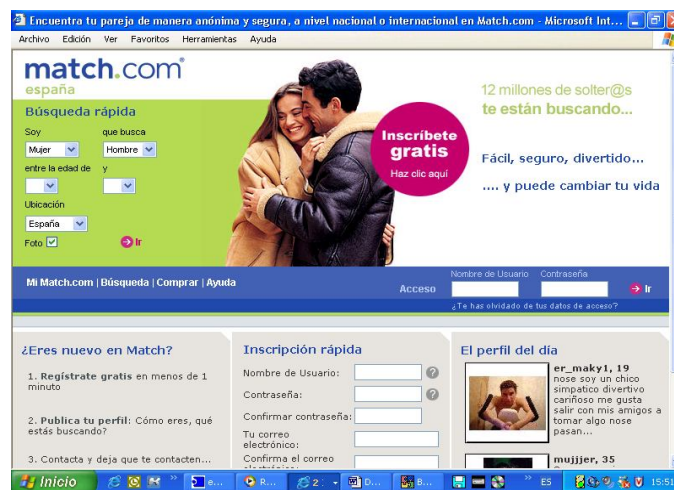


Figura 3

En este sitio web, el usuario se presenta a partir de una fotografía y una pequeña descripción. En esta ficha observamos la aparición de cuatro campos que el usuario ha rellenado obligatoriamente: apodo, sexo, edad, estado civil y lugar de residencia. A continuación, tenemos una pequeña descripción personalizada en la cual el usuario se presenta a partir de una pequeña narración, que se destaca en primer término y destinada a captar la atención de la posible pareja.

A continuación, clicando en el apodo, se despliega la ficha completa. La identidad de la persona se define a partir de una lista de atributos que son variables con categorías cerradas: hombre o mujer, raza, religión, bebedor/a, fumador/a, comida, ocupación, intereses. Una identidad hecha “a la carta” a partir de las decisiones tomadas entre una gama limitada de posibilidades, gama que pretende orientar la elección mostrando una personalidad construida a partir de categorías y atributos sociales estandarizados con los cuales el usuario modela su presentación online, creando una imagen que lo representa y que la posible pareja evalúa antes de entrar en relación.

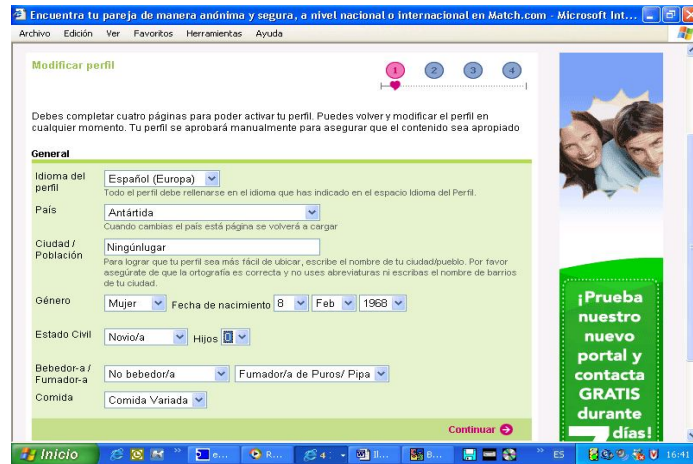


Figura 4

La direccionalidad del programa en la construcción de estas identidades es muy fuerte, dejando poco espacio a la improvisación. Además, la información de cada perfil está sujeta a censura por parte de los administradores. Todo ello parece diseñado para dar seguridad al usuario, para tranquilizarlo sobre la autenticidad de los perfiles, para reafirmar la “seriedad” y “discreción” de la web para cumplir con las expectativas de los participantes. El apodo o *nick*, en este caso, es un recurso para preservar el anonimato y no figura el email de contacto. Para comunicarse con la persona elegida correspondiente a uno de estos perfiles, hay que pagar una cuota de entrada. En este sentido, el programa actúa como una agencia matrimonial o de contactos convencional. El perfil representa a la persona y actúa como mediador entre dos sujetos que buscan conocerse.

En la estrategia representacional, la cuestión de la autenticidad es pertinente y toma especial relevancia para el sentido y el significado de la interacción que se quiere llevar a cabo. Y esto aunque se participe desde el anonimato, como en este caso. Para interpretar “correctamente” esta presentación online hemos de suponer la existencia de una persona que responde más o menos fielmente a la descripción. La actuación de esta identidad virtual presupone una correspondencia entre la representación *online* y una identidad y un cuerpo físico preexistente, localizable *offline*.

De hecho, la estrategia representacional puede ser muy conveniente para la comunicación en el ciberespacio, ya que nos permite establecer relaciones *online* con la perspectiva de relacionarnos *offline*. El hecho de que se revele que el perfil no corresponde a una persona, o que esta no es quien dice ser, será interpretado como un engaño (Donath, 2003). La estrategia representacional implica que la identidad online debe interpretarse como una prolongación de la identidad mantenida *offline*. La gente (o una institución, una empresa u organización) se presenta *online* a partir de representaciones que reproducen las apariencias por las cuales son conocidas en el mundo físico, construyendo una identidad estable, acorde con lo que se espera de ellas (Cheung, 2000). Los certificados de autenticidad, códigos, *passwords*, etc. son, en este sentido, recursos diseñados para dar credibilidad y seguridad a los usuarios de que están realmente interactuando *online* con alguien que puede responder *offline*. Y esto es especialmente pertinente, en nuestro contexto cultural, para buscar pareja, contactar con una agencia de viajes o suscribirse a una revista electrónica, y, desde luego, para realizar transacciones económicas.

### 3.2. La estrategia de simulación

La estrategia de simulación aprovecha y explora los vacíos de la mediación tecnológica, a la vez que rompe con la necesidad de conectar una identidad virtual con un referente externo. No es necesario presuponer que un cuerpo físico responda por una identidad virtual o que necesariamente tenga que haber una correspondencia entre la identidad representada en la Red y las formas de identidad que una persona pueda mantener en el mundo social *offline*.

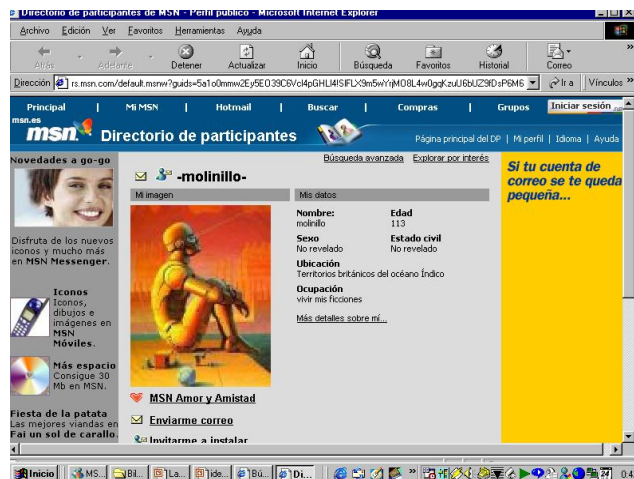


Figura 5

Mediante la *estrategia de la simulación* esta referencialidad se rompe (Baudillard, 1983). El modelo es consistente consigo mismo. Es el terreno de la ficción, pero también el de los mundos posibles. No nos referimos aquí a la realidad virtual, ni a los programas de inteligencia artificial, sino al hecho de que podemos crear en el ciberespacio imágenes que representen la agencia de un sujeto, pero que no tienen su reflejo en el mundo físico, aunque lo imiten o lo simulen (Johnson, 1997). No es necesario apelar a un referente externo para existir e interactuar en el ciberespacio.

La simulación permite jugar con la ambigüedad, crear identidades imaginadas o posibles, como en el caso de [Mouchette](#) (3), una página personal de una chica de 13 años cuya identidad se construye de forma colaborativa por varios autores, o el caso de [David Still](#) (4), que presta su identidad y su correo electrónico a quien lo desee. Son identidades imaginadas o inventadas, relativamente autónomas de la vida *offline*, pero reales en el mundo online, identidades a partir de las cuales interactuamos y que se construyen en la interacción. Representaciones “interactivas” e “intersubjetivas”, a diferencia de los personajes de ficción en la literatura o el cine.

La creación de heterónimos y pseudónimos en la Red sería un recurso para señalar que se pone en juego la estrategia de la simulación. Hay una gran proliferación en la Red de páginas personales o weblogs que responden a nombres inventados, y que sin embargo, están activas y regularmente actualizadas. A veces es difícil distinguir la identidad simulada de la representacional, ya que los recursos tecnosociales para construirlas son idénticos y una mimetiza a la otra. Hay casos en los que el autor o autora indica que se trata de una identidad simulada y lo especifica mediante la firma u otros recursos, como en el caso del weblog de [ArturoBuendía](#) (5); en otros casos no, como en el caso de [Molinillo](#) (Figura 5), un participante del MSN que se describe como un robot de 113 años (6).

¿Quiere decir esto que todas estas identidades son falsas o que se trata de un simple juego de identidad, propio de adolescentes? ArturoBuendia es un reconocido autor de noticias en un importante weblog sobre la Red y escribe para que se lo tome en serio. Molinillo no se hace pasar por un robot cuando chatea con sus amigas. En la estrategia de la simulación no pueden aplicarse los mismos varemos de autenticidad que en la estrategia representacional. Quién esté “realmente” en el teclado no tiene por qué ser significativo para el curso de la acción, mientras para el sujeto o para sus interlocutores no sea relevante. Desde la estrategia de la simulación, el sujeto responsable de la acción es la imagen creada (*nick*, avatar, nombre, pseudónimo). En este sentido, la identidad online se va construyendo a partir de las acciones coordinadas de los participantes en un chat o en un foro o en un weblog; no es necesario suponer una identidad *offline* preexistente que explique o de sentido a la identidad online.

Veamos el ejemplo de la [Comunidad Élfica](#) (7), donde esta estrategia de simulación parece ser la apropiada para dar sentido a la interacción entre sus miembros (Figura 6).



Figura 6

*Elfica.com* es una web dedicada a la obra de Tolkien “El señor de los Anillos”. Sus participantes se inscriben en la comunidad a partir de un *avatar* o personaje que se registra en una página en la cual se piden algunos datos. El tipo de perfil que se demanda en esta comunidad élfica está orientado a que los usuarios puedan conectarse entre sí, siendo información pertinente asociada a cada avatar: el correo electrónico, el correo de mensajería instantánea, la dirección AIM, el número ICQ, y la dirección de la página personal. Por el tipo de datos que se piden, podemos deducir que se trata de un perfil de participación orientado a la interacción en el ciberespacio y a través del ciberespacio. Por ejemplo, uno de los datos más destacados es el número de mensajes que ha escrito en el foro y como acceder a ellos. El perfil apenas pide datos de tipo sociodemográfico, excepto la “ubicación”, la “ocupación” e “intereses”. Poco importa quien sea “en realidad” el usuario, pero sí que se pueda contactar con él o ella en la Red.

Cada miembro de la comunidad toma un nombre inspirado en “El señor de los Anillos”, una fotografía del personaje (o no) y una firma que suele ser una frase o un poema. Hay usuarios que no rellenan todas las casillas de esta hoja de registro o ponen datos inventados o de sus personajes; se ubican en “Gondiel” o “en algún lugar de tu mente”, aunque otros sí especifican un lugar en la geografía terrestre “Almería”, o bien optan por una solución mixta “Costa Rica-Tierra Media”. Pero cuando entramos en el foro y observamos sus interacciones vemos que no hablan como si fueran elfos, ni se tratan como orcos. En la estrategia de simulación no hay dramaturgia ni se trata de un teatro improvisado. No se trata tampoco de un juego de rol, ya que no actúan como personajes de ficción, ni se inscriben en una narrativa semiorganizada. No



representan a sus personajes, ni escenifican una batalla; hablan de sus cosas, normalmente, de los libros que han leído o de la última visita al dentista. Aunque los avatares puedan considerarse una “máscara”, es una máscara carnavalesca; no se trata de interpretar un papel (Danet, 2003).

Lo que es característico de esta interacción a partir de identidades simuladas es que no hay necesidad de invocar una identidad preexistente o exterior al medio de comunicación y a la interacción que se desarrolla. Los participantes se forjan una identidad *online* a partir de sus sucesivas intervenciones. La única información que un participante tiene de otro es la que emite en el foro su avatar, y por tanto, son las opiniones y el compartir opiniones lo que hace decantar el aprecio de un avatar hacia otro. Por ejemplo, en uno de los foros, Penélope, master élfico, propone que cada participante nombre a quien le cae bien en el foro y diga el por qué. Veamos algunas respuestas:

*Libabris: Muy inteligente y encantadora*

*Melkor Morgoth Blaugir: como siempre estaba calmandote en tus discusiones, terminaste agradándome, y ahora te considero como mi hermano menor del foro.*

*Edhelren: Muy amena, y creo compartir el amor hacia el mismo hombre, Faramir*

*Fanelijah: Extremadamente simpática.*

*Mursha : Mi medio padre, te encuentro bastane gracioso a pesar de conocerte tan poco.*

*pues mi mejor amiga en el foro es Edhelren... es muy amena y es graciosa y hablo con ella todos los días en el msn... (Darofar no celos.. porfa xD 😊😊) y pues la mujer que mas amo en el mundo que hace poco entro en el foro y esta con el nick elfaOculta... tambien a mi amigo mursha (gracias por el comentario) a melkor todo mal comienso si se arregla tiene un buen final... espero compartir mas con un amigo valar... Darofar por supuesto aunque la mayoría de veces me refuta lo que digo... eso es bueno la libertad de expresion es lo que nos mantiene vivos aqui...*

Muchas de estas preferencias señalan que es la relación que se ha establecido en el foro la que cuenta y es a partir de la interacción que los participantes se han formado una imagen de la persona representada por el avatar. Parece ser que a partir de las amistades surgidas en el foro hay encuentros presenciales, pero no es el objetivo del foro establecer estas relaciones, ni parece ser pertinente actuar a partir de señas de identidad convencionales como la edad, el sexo, la profesión, etc., no son rasgos considerados necesarios para establecer una relación de amistad, e incluso de parentesco ficticio, con el tiempo... Elfica.com es “ese gran mundo” que comparten los participantes a partir de sus avatares, generando relaciones sociales, no *como si* fueran sus personajes, sino a través de la identidad que se va constituyendo en la interacción en el foro, sin que necesariamente se dé un contacto presencial entre ellos o lleguen a conocer sus nombres de pila.

Estas identidades online no son necesariamente más “verdaderas” o “falsas” que las actuadas en el mundo físico. En la identidad simulada no se trata de hacerse pasar por otra persona, o de representarse a sí mismo como alguien que no se es en realidad, sino de que más bien se trata de valorar las actuaciones *online* por sí mismas. En este sentido, el compromiso social se elabora a partir de la interacción y de las dinámicas de grupo que esta genera, independientemente de que los participantes se conozcan o no fuera de la Red. Curiosamente, en esta comunidad, algunos de los participantes no sólo se conocen entre ellos, sino que afirman ser parientes o pareja estable. El anonimato, en este caso, es hasta cierto punto una apariencia para el desconocido que entra por primera vez al foro. La actuación de una identidad simulada no tiene porqué esconder la “verdadera” identidad, ni ser solamente un recurso para mantener el anonimato.

Independientemente de los motivos que cada persona pueda tener, esta estrategia es ampliamente utilizada para actuar en el ciberespacio y para dar sentido e interpretar la

interacción social que se lleva a cabo en estos entornos, sea en un chat, en un foro de discusión, o en un weblog. La estrategia de la simulación parece estar asociada al imaginario de Internet como espacio de libertad y de trasgresión, donde el sujeto queda en gran parte eximido de dar cuenta de sus actos *online* en el mundo *offline*. Esto no significa, no obstante, que la identidad *online* se cree de la nada o que escape al control social y al contexto cultural del usuario. Para que su acción sea inteligible para otros, necesita utilizar símbolos compartidos y, para que la interacción sea aceptada, debe también afrontar ciertas reglas de comportamiento. Así pues, la estrategia de la simulación no conlleva necesariamente una anomia social, una falta de regulación o pérdida de autocontrol.

Para dar cuenta de las identidades simuladas no nos sirven las teorías que presentan un “yo interno perfectamente definible y cognoscible del cual no podemos más que escapar haciendo como-si-fuéramos-otra cosa” (Meneses, 2004), a no ser que queramos patologizar a una gran parte de los usuarios de Internet, o bien tildarlos de adolescentes y mentirosos. Más bien cabe pensar que en el mundo *online* utilizamos las mismas estrategias que en el mundo físico. Lejos de presentar un problema social, la mediación técnica para la construcción de las identidades *online* permite visualizar los mecanismos que utilizamos para presentarnos o representarnos en la vida cotidiana. Por tanto, la relación entre nuestras identidades *online* y *offline* no es tanto una cuestión de búsqueda de autenticidad o de fidelidad de la representación *online* con nuestra vida *offline*, sino una cuestión pragmática, de manera que lo que interesa es cómo actuamos nuestras identidades para dar sentido a la relación y al contexto de cada interacción.

#### 4. REPRESENTACIÓN E IDENTIDAD

En este análisis no nos hemos centrado tanto en examinar las creencias sobre el sí mismo y sobre la identidad en nuestro contexto cultural, sino en cómo actuamos la identidad a partir de descripciones visuales y textuales, y qué estrategias utilizamos para interpretar estas representaciones en el marco de la interacción social. Hemos visto como las dos estrategias que hemos llamado representacional y de simulación sugieren marcos de interpretación distintos para cada tipo de descripción, sea ésta propuesta por el diseño del programa o por los propios participantes. Tomar una u otra estrategia depende de cómo el usuario defina los contextos de interacción a partir de sus objetivos de participación. Entendido así, no se trata necesariamente de interactuar a partir de múltiples identidades en diversos contextos, sino de actuar la identidad a partir de distintas estrategias configurando distintos contextos (Duranti y Goodwin, 1997).

Lo que nos sorprende en la construcción de las identidades *online* es la “visualización” del proceso cultural de construcción de la identidad. En el mundo físico tendemos a pensar que las representaciones son las formas mediante las cuales “expresamos” nuestra identidad. Mientras que en el ciberespacio asistimos al proceso inverso: nuestras identidades se construyen a partir de las representaciones que elaboramos; como afirma Remedios Zafra: “En los medios, la identidad no produce representaciones, son las representaciones las que producen identidad” (8).

En estas páginas nos hemos centrado en analizar dos estrategias (representacional y de simulación) para explicar cómo damos sentido a la actuación de la identidad en el ciberespacio. Obviamente, pueden haber otras, como la dramática, más propia de los juegos de rol fuera y dentro de la Red. Y, obviamente, ambas estrategias pueden combinarse, y así lo encontramos muchas veces en webs, foros y chats, donde los participantes mismos activan una u otra estrategia interpretativa, a veces en el decurso de una misma interacción, contribuyendo a nuestra fascinación por las identidades *online*.

## Bibliografía citada

- Baudillard, J. (1983) *Simulations*, New York; Semiotexte/Smart Art
- Bijker, W. Law, J. (2000) *Shaping Technology, Building Society*, The MIT Press.
- Cheung, Ch. (2000) A Home on the Web: Presentations of Self on Personal Homepages, en Gauntlett, D. *Web.studies*, London: Arnold.
- Danet, B. (2003) El texto como máscara: género, juego y performance en Internet, en Jones, S.G. *Cibersociedad 2.0*, Barcelona: Editorial UOC.
- Donath, J.S. (2003) Identidad y engaño en la comunidad virtual, en Smith, M.A. y Kollock, P. *Comunidades en el ciberespacio*. Barcelona: Editorial UOC.
- Duranti, A. Goddwin, Ch. (1997) *Rethinking context, Language as an interactive phenomenon*. Cambridge University Press.
- Hall, S. (1997) *Representation; Cultural representations and Signifying practices*, London: Sage Publications.
- Johnson, S. (1997) *Interface Culture*. New York: Basic Books.
- Lamerichs, J. Te Molder, H. (2003) Computer-mediated communication: from a cognitiva to a discursive model, *New Media and Society*, Sage Publications.
- Meneses, Julio (2004) Intervención en el curso online Comunidades Virtuales, UOC.
- Morse, M. (1998) *Virtualities, Televisión, Media Art and Cyberculture*. Indiana University Press.
- San Cornelio, G. (2004) Art i identitat: una relació utópica amb la tecnologia  
<http://www.uoc.edu/artnodes/cat/art/sancornelio0604.html>.
- Vayreda, A. (2003) Las promesas de Internet, ponencia presentada al Seminario “Cybercultura”, *Fundación Duques de Soria*, Julio (no publicado).

## Webs citadas

- (1) Chats: <http://www.ya.com/chats.html>
- (2) Encuentra a tu pareja: <http://es.match.com>
- (3) Mouchette: <http://www.mouchette.org/>
- (4) David Still: <http://www.davidstill.org/>
- (5) ArturoBuendía: <http://somiatriutes.blogalia.com/>
- (6) Molinillo: <http://members.msn.com/>
- (7) Elfica.com: <http://www.elfica.com/>
- (8) E-identidades: <http://www.web-side.org/remedioszafra/>

## Biografía

El Gircom es un grupo de investigación formado por profesores e investigadores vinculados a la Universitat Oberta de Catalunya. Actualmente el grupo está formado por Agnès Vayreda, Francesc Nuñez, Elisenda Ardèvol y Ana Gálvez. Nuestro ámbito de investigación se concreta en el estudio de los aspectos sociales y culturales de las tecnologías de la información y de la comunicación, y específicamente, Internet y la comunicación mediada por ordenador.

<http://www.uoc.edu/in3/gircom/>