



Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad
ISSN: 2007-3607
Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
México
suv.paakat@redudg.udg.mx

Año 6, número 11, septiembre 2016-febrero 2017

El devenir de la identidad digital: del yo proteico al yo identificado

Matías Valderrama Barragán*
Pontificia Universidad Católica de Chile

[Recibido 28/05/2016; aceptado para su publicación 14/08/2016]

Resumen

En el presente artículo se realiza una discusión teórica en torno a los discursos que han rondado en la literatura sobre internet y los medios digitales, avocándonos particularmente en la pregunta por cómo han impactado éstos en la construcción de nuestras identidades. En un primer momento, se revisan los trabajos iniciales de la psicóloga Sherry Turkle con el giro que presenta en sus libros más recientes donde termina por fetichizar la cultura predigital. Se discute la noción de "yo proteico" de Turkle, en que al igual que el dios Proteo, en el ciberespacio se podría explorar múltiples y fragmentadas identidades. Pero esta idea deviene en mito al aproximarnos desde una perspectiva que considere los múltiples factores que inciden en la construcción social de la identidad. En un segundo momento, se examina la creciente rastreabilidad y vigilancia de las personas gracias a los datos masivos generados en plataformas digitales. Se argumenta que estos avances están constituyendo una nueva visión de la identidad, que puede caer ahora en una *fetichización* de la cultura digital que nos llevaría a un mito inverso, el de un yo totalmente identificado y cuantificado, al asociar al individuo a su huella digital. Ambos mitos presentan particulares atribuciones de autenticidad que dan cuenta de lo maleable y contingente que se vuelve este concepto al ir desarrollándose los medios digitales.

Palabras clave

Identidad digital; ciberespacio; cultura digital; vigilancia; cíborg.

The turn of the digital identity: from the protean self to the identified self

Abstract

In this article, we present a theoretically discussion about the different discourses in the literature about Digital Media and their impact on the construction of our identities. At first, it is examined the initial work of psychologist Sherry Turkle, compared with her recent books where ends by fetishize the

pre-digital culture. We discuss her concept of "Protean Self", in the cyberspace like the Proteus god will have multiple and fragmented identities. But this idea becomes a myth if we adopt a perspective that considers the multiple factors that affect the social construction of identity. Second, we examine the increasing traceability and surveillance of people thanks to the massive data generated by digital platforms. This development could lead us to fetishize the digital culture and invert the myth to a totally identified Self, in which the identity of a person is fully associated with their digital data. Finally, both myths presents particular attributions of authenticity, revealing how malleable and contingent this concept becomes in the development of digital media.

Key Words

Digital Identity; Cyberspace; Digital Culture; Surveillance; Cyborg.

Introducción: ¿quién está detrás de la pantalla?

Se que en internet todos podríamos ser alguien distinto a quienes somos fuera de la pantalla, y nadie lo podría llegar a saber. Hay temor en los padres cuando ven a sus hijos conversando con extraños virtuales. Impostores virtuales o personas haciéndose pasar por un género diferente, o proyectando el cuerpo de otro para conquistar incautos, se han hecho famosos en los medios. Esto ha sido comentado desde hace un par de décadas a partir de la clásica caricatura de Peter Steiner en *The New Yorker* en 1993, donde se dibujaba a un perro navegando por internet diciéndole a otro canino: "nadie sabe que eres un perro en internet".

Con el tiempo la caricatura se hizo muy popular. En 2000 una nota en el diario *The New York Times* titulaba "Caricatura captura el espíritu de internet", y se hizo habitual encontrarla en la literatura especializada en el estudio de los nuevos medios digitales. Para las décadas de los ochenta y noventa, la caricatura de Steiner resumía divertidamente la proliferación de chats, foros, blogs personales y sitios en que el anonimato y la libertad de expresión eran la tónica en internet a tal punto que ya declaraban la independencia del ciberespacio (Barlow, 1996). Esto generó una serie de autores concibiendo internet como un novedoso espacio para explorar múltiples identidades diferentes a la física o "real".

Pareciera que quedaron atrás los días en que los perros podían usar el computador de su amo sin ser desenmascarados. En una más reciente caricatura de Kaamran Hafeez, también en *The New Yorker*, se actualizan el espíritu de internet. En ella aparecen los mismos dos perros pero ya más envejecidos y observando ahora a un humano usar el computador, mientras un perro le dice al otro con cierta molestia: "¿Recuerdas cuando en internet nadie sabía quién eras?"

Con esta pregunta inicia este artículo de discusión teórica en torno a la representación y fijación de la identidad en internet. ¿Qué ocurrió con ese ciberespacio como para que estos perros se pongan a recordar tiempos pasados con algo de tristeza y enojo? ¿Hubo alguna vez un internet como la idealizada en los noventa? Para algunos pareciera ser que la privacidad y el anonimato han muerto en la internet contemporánea (Stelter, 2011), siendo cada vez más difícil para los perros colarse en los computadores sin ser descubiertos.

La académica Liesbet van Zoonen (2013) ha resumido este cambio en internet de manera sugerente como el paso desde la identidad a la identificación. Después de las difundidas filtraciones de Wikileaks y la revelación de los espionajes secretos de la Agencia de Seguridad Nacional de Estados Unidos, se ha puesto de manifiesto como una serie de agencias y aparatos gubernamentales, con un alto poder de vigilancia y control, pueden

rastrear objetivos con gran granularidad y precisión. Las redes sociales y variadas aplicaciones digitales nos piden verificar nuestra identidad de formas cada vez más intensas. En cada interacción, publicación o "me gusta", se produce y almacena información que puede llegar a constituir una huella digital de nosotros que dice bastante de quienes somos y nuestros intereses más personales. Por su parte, la publicidad en internet ha llegado a tal sofisticación que mediante el análisis de nuestras cookies cotidianamente nos ofrecen productos casi conociéndonos mejor que nosotros mismos. Esto ha llevado a decir a algunos, volviendo a las caricaturas, que hoy por hoy en internet "Todo el mundo sabe que eres un perro" (Gleishman, 2013).

¿Pero qué alcances y cambios reales se introducen para llegar a esto? ¿Efectivamente se pasa de un estado de flexibilidad y anonimato a uno de total identificación y rastreo exclusivamente por una evolución y sofisticación de la tecnología? Desde los estudios de Ciencia, Tecnología y Sociedad (STS en sus siglas en inglés), las tecnologías ya sean artefactos concretos, actividades, procesos, experticias o conocimientos, inevitablemente son productos sociales que reproducen y reconfiguran lo social. Representan de manera mimética la realidad social pero también crean nuevas fantasías e imaginarios sobre ella (Valderrama, 2016), por lo cual sus explicaciones deben ir más allá de exageraciones o explicaciones deterministas o internalistas.

Las tecnologías llevan inscritas una serie de relaciones y mediaciones más complejas y heterogéneas, que posibilitan hacer ciertas cosas y no otras, por lo que deben ser abordadas considerando la interacción dialógica entre lo técnico y lo social:

All technologies are shaped by and mirror the complex trade-offs that make up our societies (...) Technologies always embody compromise. (...) They are shaped by a range of heterogeneous factors. And, it also follows, they might have been otherwise (Bijker & Law, 1992:3).

Al partir desde esta noción basal de los estudios STS, en el presente artículo se realiza una discusión teórica en torno a los discursos que han rondado en la literatura sobre internet y los medios digitales, avocándonos particularmente en la pregunta por cómo han impactado éstos en la representación de nuestras identidades.

Queremos documentar un giro o inversión en la manera de concebir estas huellas digitales que no se le ha prestado relevancia ni una mirada más histórica. En especial revisaremos los trabajos de la psicóloga Sherry Turkle, cuya trayectoria da cuenta de varios cambios en las concepciones de la identidad mediada digitalmente. Nos centraremos en su noción del "yo proteico" que se condice con la caricatura de Steiner, como un yo maleable y abierto a la experimentación, para luego ver cómo deviene en mito al aproximarnos desde una mirada más situada y culturalista.

Luego, ante la digitalización de la sociedad, revisaremos la creciente capacidad de rastreo y formación de largas bases de datos sobre las personas mediante dispositivos y softwares digitales. Enfatizaremos en cómo ello nos puede llevar a un mito opuesto, a saber, de un yo totalmente rastreable y cuantificado, al asociar la identidad de las personas por completo a su data digital. De esta manera, queremos constatar cómo se va fijando la autenticidad en ciertos manifestación del yo y no otras, en la medida que los inscripciones de esos comportamientos van dejando cada vez más huellas de manera incontrolable.

En suma, indagamos en la transición conceptual presente en la literatura sobre cultura digital en las últimas décadas, matizando sus alcances y renegociaciones. Se revela en el proceso que no sólo las formas digitales de poner en escena al yo han ido variando de manera contingente, sino que las atribuciones de autenticidad y falsedad también han ido mutando en el devenir de internet.

Ciberespacio e identidad proteica

El laboratorio de identidades

Durante los años ochenta e inicios de los noventa, sobre todo gracias al género del *cyberpunk*, la visión que se tenía de las tecnologías computacionales era que se estaba abriendo un nuevo territorio o espacio geográfico donde uno se sumergía en la pantalla. Como Mark Poster señaló:

The only way to define the technological effects of the internet is to build the internet, to set in place a series of relations which constitute an electronic geography. Put differently the internet is more like a social space than a thing (Poster, 1997, p. 205).

De este modo, la pantalla no presentaría una imagen en dos dimensiones, sino que uno debe interactuar e introducirse en ella, generándose un “estar en” el computador o internet. Así se establece una diferenciación entre ese lugar en la pantalla y el “acá” material, físico, más o menos real dependiendo del autor.

Como escribía Phillippe Quéau: “Los mundos virtuales equivalen a una verdadera revolución copernicana. Antes, girábamos alrededor de las imágenes, ahora vamos a girar dentro de ellas” (Quéau, 1995:11). Así se descubre –y a la vez produce– una nueva y artificial *terra incognita*, una que al parecer no se nos resiste, que cambia de estado al antojo del usuario según Quéau, donde uno debe saber desplazarse, saber cómo navegar y no perderse. En el ciberespacio inicialmente se pensó que podríamos reinventar variados aspectos (Silver, 2000), las asimetrías tradicionales quedarían atrás y se podría recuperar la sociabilidad mermada (Rheingold, 1993), donde podríamos liberarnos de nuestras limitaciones corporales de un modo reflexivo gracias a las extensiones tecnológicas (Heim, 1993).

En esta misma línea de discusión aparecen los planteamientos de Sherry Turkle. Esta renombrada psicóloga del Massachusetts Institute of Technology ha estudiado largamente la influencia de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la construcción de identidades, reflejando de manera muy gráfica como han ido variando los discursos acerca de las identidades digitales. Turkle comienza investigando las relaciones mediadas por computadoras desde los albores del ordenador, y en el 84 escribe uno de sus primeros libros llamado *The Second Self*, donde indaga acerca de cómo se constituye el individuo al relacionarse con su computadora, cuando internet aún no se masificaba y existían pocas nociones de los efectos que tendría la computación en las sociedades venideras.

En ese sentido, Turkle fue una de las pioneras en colocar ello como objeto de estudio, llegando a conclusiones que hasta el día de hoy generan un interesante debate. Ya en esos años planteaba que el ordenador podía ser un *objeto evocativo* en el cual podríamos conocernos a nosotros mismos al vernos reflejados y proyectados en él:

La computadora, al igual que el test Rorschach de manchas de tinta, es un poderoso medio proyectivo. (...) Lo que las personas hacen de la computadora habla de sus intereses más amplios, de su identidad como personalidades individuales. (...) La cualidad camaleónica de la computadora, el hecho de que cuando uno la programa se convierte en criatura propia, hacen de ella un medio ideal para la construcción de una amplia gama de mundos privados y, a través de ellos, para la exploración de uno mismo (Turkle, 1984:22-23).

Tal planteamiento lo profundizaría con más evidencia empírica durante los noventa en *Life on Screen*. internet y los nuevos espacios virtuales –en esa época los IRC (internet Relay Chat) y MUD (Multi-User Domains)– se configuraban para varios usuarios entrevistados por Turkle como un “significativo laboratorio social para la experimentación con las construcciones y reconstrucciones del yo” (Turkle, 1995:228). De modo que los individuos irían armando múltiples yoes o abriendo ventanas de sí mismos, y estarían jugando cotidianamente entre una y otra, saltando de ventana en ventana, de espacio en espacio e inclusive utilizando identidades hasta contrapuestas de manera simultánea, manteniendo una identidad estable:

El yo no interpreta diferentes papeles en diferentes escenarios en momentos diferentes (...) La práctica vital de las ventanas es la de un yo descentrado que existe en múltiples mundos e interpreta múltiples papeles al mismo tiempo (Turkle, 1995:20-21).

A través de un pedaleo por (*cycling through*) múltiples identidades, estaríamos conformándonos un yo “proteico”, concepto que retoma Turkle (1995:325) de las ideas de Robert Jay Lifton (1993), quien hacía alusión al dios griego Proteo, deidad marina capaz de cambiar su apariencia a su gusto. Del mismo modo, en el ciberespacio podríamos transitar por múltiples identidades sin un centro interno o “auténtico” y sin perder por ello un sentido coherente del yo.

Ese pedaleo pondría en jaque las teorías del yo moderno, unitario y fijo; materializando así los planteamientos postmodernos de autores como Jacques Lacan, Gilles Deleuze o Donna Haraway: “If traditionality, identity implied oneness, life on today’s computer screen implies multiplicity, heterogeneity, and fragmentation” (Turkle, 2004:2). Al relacionarnos con el ordenador, con sus MUD y sitios web, podríamos terminar renegociando las tradicionales fronteras, distinciones y purificaciones modernas. De manera irónica, con el desarrollo tecnológico moderno del computador, los límites entre el hombre y la mujer, la polis y el oikos, la realidad y la ciencia ficción, lo animal y lo racional, lo humano y lo maquinal, se revelarían como producidas socialmente y se desdibujarían en el umbral del cibernauta liberador (Haraway, 1991):

Quando la identidad se definía como unitaria y sólida, era relativamente sencillo reconocer y censurar la desviación de la norma. Un sentido más fluido del yo permite una mayor capacidad para el reconocimiento de la diversidad (...) No nos sentimos obligados a clasificar o juzgar los elementos de nuestra multiplicidad. No nos sentimos obligados a excluir lo que no encaja (Turkle, 1995, p. 329).

¿Pero por qué la gente utilizaría esa arena de bits de información con el fin de explorar múltiples identidades? ¿Habría un interés por subvertir la modernidad realmente? ¿Qué tendrían esas salas de chats y MUD que propiciarían la experimentación y el descentramiento del yo de manera más clara? Para Turkle lo central sería una y otra vez la cuestión de las consecuencias. En dichos espacios digitales los individuos podrían mostrarse tal cual son de manera segura, anónima y sin tener que enfrentarse a las reales consecuencias que ello implica como el reproche social, la estigmatización o la burla. De ahí que asocie al ciberespacio con el concepto de *moratoria psicosocial*² del psicoanalista Erik Erikson. Sería un momento de juego donde se permite y es aceptado el experimentar cosas nuevas y cometer “locuras”.

Este espacio de moratoria abriría entonces dos posibilidades de acción según Turkle (2004). Ya sea si exploramos nuevas máscaras o usamos similares a las del mundo físico, en internet podríamos conocer temas latentes de nuestra persona que puede que no nos gusten, quedándonos solamente en un escapismo si sólo las manifestamos una y otra vez en el ciberespacio (*act out*). Pero existiría una segunda posibilidad, la de auto-conocerse de

mejor manera y trabajar esos temas reprimidos mediante la proyección virtual que posibilitarían los medios digitales (*work through*).

Desde esta perspectiva entonces, las tecnologías digitales podrían ser consideradas como un objeto evocativo, como un verdadero *espacio terapéutico* bien similar a la consulta psicoanalítica donde podríamos “mejorar” quienes creemos ser. Pero no siempre sería así:

Si la ‘actuación’ va a tener lugar, los MUD son lugares relativamente seguros ya que la promiscuidad virtual nunca causa embarazo o enfermedad. Pero también es verdad que, por sí mismas, las comunidades virtuales solo algunas veces facilitan el crecimiento psicológico (Turkle, 1995:262-263).

Para esta autora serían más frecuentes los casos donde ese o esos múltiples yoes que representamos en el mundo virtual nos comienzan a gustar más que el que somos “en verdad”. Repetiríamos inconscientemente nuestros problemas sin trabajar en ellos, llegando a perjudicar a otros en el engaño. Pero aún en los noventa, leer a Turkle nos dejaba con una cierta esperanza, pues la opción de experimentar nuevas identidades y de constituirnos como individuos proteicos nos auguraban un impacto novedoso e interesante que no podía ser analizado con puro pesimismo, y que podía ser cuna de ese prototipo de cibernético emancipador de distinciones modernas. Como escribe la autora:

Cada uno a su manera está incompleto. Los espacios virtuales pueden proporcionar la seguridad para exponernos a lo que encontramos a faltar para que podamos empezar a aceptarnos como lo que somos. La virtualidad no debe ser una prisión. Puede ser la balsa [en alusión al budismo], la escalera [metáfora que toma de Wittgenstein] el lugar de transición, la moratoria, que se descartan después de alcanzar una mayor libertad. No tenemos que rechazar la vida en la pantalla, pero tampoco la tenemos que tratar como una vida alternativa. La podemos utilizar como un espacio para el crecimiento (Turkle, 1995:331).

La fijación de una identidad offline auténtica

En sus libros más recientes, como *Alone Together* (2012) o *Reclaiming Conversation* (2015), los diagnósticos de Turkle serían más escépticos y pesimistas. En la actualidad no sólo tenemos múltiples identidades en un único ordenador, sino que tenemos múltiples máscaras y en múltiples aparatos digitales, redes sociales, apps, videojuegos, etcétera. Todas a la vez y de forma acelerada. Y esta hiperaceleración habría trastocado la fluidez de las identidades al extremo para Turkle. Ya no habría una multiplicidad de yoes separados por la pantalla que nos servirían para crecer en el mundo *offline*, sino que ahora nuestras vidas enteras fueron invadidas por redes sociales y tecnologías móviles. En todo momento estaríamos conectados, ya no habría lugares sagrados en los que apaguemos nuestros teléfonos y computadoras, siempre estaríamos en la dependencia de nuestros aparatos digitales. Ya no tendríamos momentos para reflexionar en solitud en quiénes nos estamos convirtiendo: “Now, with mobile technology, cycling through has accelerated into the mash-up of a life mix. Rapid cycling stabilizes into a sense of continual copresence. Even a simple cell phone brings us into the world of continual partial attention” (Turkle, 2012:210). Así, Turkle se vuelve menos posmoderna en sus fundamentos y más nostálgica, la conexión con otros por internet nos haría más solitarios, pues el vínculo no sería tan verdadero y auténtico como el que se genera en las relaciones cara a cara:

On Facebook, you are, ostensibly, representing yourself and talking about your own life. That’s why people friend you. They want to know what *you* are doing and thinking. In theory, you know the difference between yourself and your Facebook self. But lines

blur and it can be hard to keep them straight. It's like telling very small lies over time. You forget the truth because it is so close to the lies (Turkle, 2015).

Las identidades digitales serían elegidas por el usuario en cuanto a qué muestran y cómo se muestran, siempre estarían controladas y mediadas digitalmente por la voluntad del usuario y por ello serían más fáciles de producir: "Building narratives about oneself takes time, and you never know if they are done or if they are correct. It is easier to see yourself in the mirror of the machine" (Turkle, 2015). Así, la pantalla nos daría una falsa sensación de compañía y de estar al mando, y esa placentera e ilusoria experiencia de la comunicación digital iría desplazando a la más verdadera, sagrada y compleja conversación cara a cara y del contacto físico. La tecnología nos seduce y se convierte con ello en "la arquitectura de nuestras intimidades" (Turkle, 2012:20).

Ya olvidando los planteamientos postmodernos acerca de ese sujeto que no posee ningún centro de realidad, Turkle plantearía más recientemente que las identidades proteicas representadas ahora las múltiples redes sociales, terminarían siendo más bien la fantasía de quienes queremos ser. Así, quienes somos fuera de la pantalla tendría una primacía o centralidad que la hemos olvidado al llevar al extremo el uso de aparatos digitales. Ya que más que utilizar las nuevas tecnologías para explorar y liberar cuestiones reprimidas, nos habríamos creado otros yoes completamente ficticios y opuestos a lo que "somos" para mayoritariamente atrincherarnos en ellos, pues nuestras reales vidas solitarias ya no tendrían la gracia, la belleza y la vitalidad que esos otros yoes artificiales tienen en la pantalla.

Finalmente, la siguiente cita resume muy bien el sentimiento nostálgico que invade a Turkle, y más aún nos es útil pues rememora y luego desecha las esperanzas que había dejado entrever en sus escritos anteriores:

I was enthusiastic about online worlds as 'identity workshops' when they first appeared, and all of their possibilities remain. Creating an avatar (...) is a way to explore the self. But if you're spending three, four, or five hours a day in an online game or virtual world (a time commitment that is not unusual), there's got to be someplace you're not. And that someplace you're not is often with your family and friends. (...) You might have begun your online life in a spirit of compensation. If you were lonely and isolated, it seemed better than nothing. But online, you're slim, rich, and buffed up, and you feel you have more opportunities than in the real world. (...) Sociable robots and online life both suggest the possibility of relationships the way we want them. Just as we can program a made-to-measure robot, we can reinvent ourselves as comely avatars (Turkle, 2012:33).

Bajar de la nube al cibernauta

Antes de caer en esta decepción respecto a las tecnologías digitales, se constata una ola de autores de diversas disciplinas llamando a una visión más matizada, bidireccional y culturalista de los supuestos "efectos" que tendrían las tecnologías digitales en nuestras identidades.

Turkle, así como se constata en otros autores, presentaba una clara separación entre el mundo *online* dentro de la pantalla y *offline* o fuera de la pantalla. Precisamente esa distancia y trabajo de clausura del ciberespacio permitía darle un estatus de moratoria y seguridad a la hora de experimentar identidades. Pero dicha noción de un yo proteico en un ciberespacio clausurado se vuelve un mito. Sin caer en la crítica esencialista y nostálgica de la segunda Turkle, y sistematizando algunos de los planteamientos de Daniel Miller, Nancy Baym y Nick Yee entre otros, nuestros avatares y perfiles en internet –al igual que cualquier

presentación del yo en una situación social- no son tan simples de cambiar. No es un resultado exclusivo de un usuario todopoderoso en un espacio digital que no opone resistencia. En toda presentación de nuestra identidad se entremezclan una serie de factores psicológicos, sociales, político-económicos, técnicos, etc. y en internet no es la excepción. Así, el yo en la pantalla no produce ya sea positivamente una libre experimentación o malamente un escapismo y fascinación, hay grises entre medio.

Esta visión más matizada ha tomado como referencia la aproximación dramática a la sociedad de Erving Goffman. La identidad, tanto análoga como digital, desde este enfoque no sería algo ubicable y estático, sino que es siempre un *efecto dramático* (Goffman, 1959) dentro de situaciones sociales bien particulares. Este acercamiento nos invita a pensarnos en términos teatrales, pues siempre representamos quienes somos performativamente y en colaboración con los demás.

En nuestra representación, de manera más o menos intencionada, buscaríamos generar una impresión en nuestros espectadores, entregando pistas y señales de manera deliberada, así como también emanando expresiones incontrolables que pueden llevarnos a manifestar una identidad poco convincente y llena de disrupciones en los peores casos. Nuestro momentáneo público en cada puesta en escena evaluará si nuestra representación es coherente y creíble finalmente. Para ello buscaremos máscaras, apariencias, indumentarias, gestualidades, simbolismos, etcétera, para armar una apariencia que haga creíble quien decimos ser.

La reciente antropología digital británica, impulsada entre otros por Daniel Miller, parte de algunos de estos preceptos y concibe internet ya no como un espacio clausurado que haga más falsas nuestras identidades, tampoco como una tecnología que está ahí como una cosa para ser apropiada por los seres humanos a su antojo. Más bien consideran lo digital como un incremento de relaciones y mediaciones, pero en ningún caso nuevas realidades (Miller y Slater, 2000:6).

En este sentido, Daniel Miller (2011) celebró en su minuto los argumentos de Turkle en *The Second Self* en defensa de ese yo que se performa en diferentes situaciones y roles. Pero luego ante la aparición de *Alone Together*, Miller y Horst (2012) criticarían la *fetichización de la cultura pre-digital* en que incurriría Turkle, en su nostalgia por la comunicación cara a cara. Los autores nos plantean que nunca habría una comunicación no mediada, como para dar pie a la creencia en un yo más auténtico y profundo fuera de la pantalla. Precisamente la efectividad de los marcos de referencia socioculturales sobre nuestras identidades nos hace parecer que no existen, sin darnos cuenta de sus ubicuas presencias.

Por ello caemos a ratos en la creencia de que la comunicación cara a cara es más auténtica y no mediada o como los expresan los autores: "The real world was virtual long before we came to realize how virtual world is real (...) We are equally human in each of the different and diverse arenas of framed behavior within which we live" (Miller & Horst, 2012:15). La comunicación presencial y *offline* también sería mediada e imbuida de marcos, patrones y valoraciones culturales. internet del mismo modo se enmarcaría dentro de las estructuras y relaciones socio-culturales que pueden ser a ratos transformados parcialmente, pero de las cuales no se puede escapar dentro de una aparente "self-enclosed cyberian apartness" (Miller & Slater, 2000:5).

Al seguir a Goffman (1959), y en la misma línea de relativizar el impacto de las TIC, el trabajo de Nancy Baym (2010) es convincente al intentar salir de las reacciones utópicas o distópicas sobre las tecnologías digitales para plantear una mirada más multifactorial sobre la identidad digital: "Technological affordances intersect with personal, social, and

cultural influences in ways that lead to media use meaning different things to different people in different relationships at different times” (Baym, 2010:148). De este modo, las capacidades de comunicar, de personalizar nuestro avatar, de enviar mensajes escritos o de voz, así como también el efectivo uso y apropiación de tales posibilidades técnicas, se vuelven elementos relevantes para entregar una buena impresión a los demás: “Our ability to construct an online identity, whether authentic, fanciful, or manipulative is limited and enabled by the communicative tools, or affordances, a platform makes available and our skill at strategically managing them” (Baym, 2010:108). Las formas de ganar en un videojuego por ejemplo en algunos individuos potenciarán ciertos comportamientos y formas de presentarse más amistosas o agresivas; espacios de chats que faciliten el carácter anónimo de la conversación alentarán a ciertos usuarios tímidos a ser más honestos, mientras que los diseños e interfaces de ciertos sitios de citas podrían motivar a que ciertas personas tiendan a mentir en la edad o en el peso.

De manera similar, en diversos experimentos prácticos de inmersión virtual el psicólogo Nick Yee y otros autores obtuvieron como resultado que el avatar de un usuario influía en el comportamiento de este último. Por ejemplo, gente que se les asignaba avatares más atractivos que al resto tendía a ser más extrovertida y a tener una imagen más positiva de sí misma, inclusive fuera del espacio virtual. En otro experimento obtuvieron una y otra vez, si se le daba a una persona un avatar de mayor estatura que al resto, ésta se sentiría superior a los demás y tendería a actuar de manera más egoísta (Bailenson & Yee, 2007; Yee et al, 2009).

Tal impacto lo definirían como el *Efecto Proteo*, ya que el cambiar quienes somos en los múltiples espacios virtuales (incluso en cuestiones muy leves) sí habrían consecuencias en nosotros tanto en nuestra autopercepción como en nuestros comportamientos: “We think of avatars as things of our creation, digital clay that can be endlessly shaped. But avatar creation is actually a two-way process. The fact is that our avatars change us in turn” (Yee, 2014:152). De esta manera, la experimentación de identidades digitales estaría afectada complejamente por el diseño, capacidades y limitaciones del medio tecnológico en cuestión (Baym, 2010:121), por ejemplo al estar obligado a elegir entre avatares hipersexualizados o emoticones de raza blanca.

A un nivel socio-cultural también se ha discutido una visión más matizada del impacto de las TIC. Las identidades, según Goffman, no sólo dependen del medio de comunicación sino que son un resultado colaborativo con otros y siempre están enmarcadas en establecimientos, contextos y estereotipos culturales. Tomando como referencia esto, Baym ha criticado implícitamente a la primera Turkle:

Some see online identities as free-floating in this space, and see our use of cues as a potential act of pure self-invention. But, far from free-floating, even online, our identities are entwined with the identities of others. Individual identities are deeply enmeshed with social identities (Baym, 2010:111).

En internet, al igual que en el mundo *offline*, la información personal que hallamos sobre nosotros no sólo está elaborada para generar una impresión idealizada en los demás - cuestión al menos exagerada por Turkle- sino que también es en gran parte generada de manera directa por otros. Los demás nos etiquetan o enlazan o comentan y todo eso genera una masiva cantidad de “bits incontrolables de información sobre nuestras identidades” (Baym, 2010:112). Éstos serían un *feedback* valioso de cómo nos están observando los demás, y contribuirían a una representación menos sesgada o forzada -y por ello más creíble para el resto- de la que deliberadamente cada uno presenta en la web.

Asimismo, la identidad digital se elabora a partir de nuestra posición social, nuestras cosmovisiones y culturas. Estos marcos persisten en el mundo online, generándose discriminaciones de género o de raza. Y esto entonces nos manifiesta una interesante reflexión entre las posibilidades discursivas que nos ofrecen las nuevas tecnologías de cambiarnos a nosotros mismos, frente a las reales y prácticas maneras en que estamos usando dichas tecnologías hoy día, reproduciendo y re-proyectando lo individual y social, más que transformándolo.

Como plantea Yee (2014), aun cuando en los espacios mediados por computadoras podríamos transformarnos en seres fantásticos y nuevos, en la práctica seguimos patrones, valoraciones y conductas culturales a la hora de presentarnos y autodefinirnos, pues precisamente por más fantásticas las posibilidades de acción en tales espacios son actores reales y concretos quienes deciden y responden a tales posibilidades. Actores que tienen diferentes razas, géneros, nacionalidades, costumbres, y valoraciones respecto de sus realidades, de las cuales no se pueden desembarazar fácilmente. Por ello es que de manera más reciente Yee prefiera hablar más bien de la *Paradoja de Proteo*:

Even when we believe we are free empowered, our offline politics and cognitive baggage prevent us from changing. And where we think we are fully in control, unique psychological levers in virtual worlds (such as our avatars) powerfully change how we think and behave. This is Proteus Paradox (Yee, 2014:4).

Mientras es más tecnológicamente posible presentar un yo proteico, en las prácticas materiales y cotidianas quedaría incumplida la promesa. Aunque internet se constituyese como una *tabula rasa* para nuestras identidades, al igual que con cualquier medio y dispositivo tecnológico, seguiríamos replicando las reglas y normas que conocemos de antemano (Yee, 2014:53-54).

De modo que nuestros cuerpos, nuestros cerebros o nuestros marcos socio-culturales no cambiarían completamente cuando nos representamos en nuestros avatares digitales. Persistirán asimetrías, pistas, estigmatizaciones, huellas, supersticiones y estereotipos que emanarían de nosotros y nos terminarían por delatar sin darnos cuenta en ciertas situaciones. De este modo, se hace necesario matizar cualquier visión ya sea tecno-optimista o tecno-pesimista del yo proteico.

Redes sociales e identidad rastreada

La identificación y transparencia radical

El mito del yo proteico no sólo se revela como tal al revisar los factores psicológicos, sociales y tecnológicos. Cada vez más, la elaboración de identidades digitales, ya sea deliberada o no, se vuelve un acto cargado de consecuencias, que suscita mayor preocupación por la invasión a la privacidad. Internet posibilitaría ahora una total identificación de usuarios gracias a los rastros digitales que iríamos dejando en la web, lo cual pone en entredicho la capacidad de moratoria y experimentación que veía Turkle en los albores de internet.

La internet de los ochenta y noventa tenía poco nivel de personalización, permitía bastante anonimato y los contenidos y formatos eran generados casi completamente por los *Web Masters*, por lo cual podía constituirse como un espacio donde los planteamientos de Turkle tuvieran un asidero. A mediados de los noventa surgen estudios sobre TIC más escépticos ante la noción de ciberespacio bajo el programa de la *Virtual Society?* encabezado por Steven Jones (1995, 1997), manifestando los aspectos y comportamientos racistas o sexistas que se darían en diferentes entornos digitales.

Pero luego del gran desplome del 2000 y del *boom* de la comercialmente llamada Web 2.0 se masifican las tecnologías móviles, las redes sociales, las apps, tecnologías de self-tracking, etc. Con ello, los modelos de negocios cambian en internet, se rentabilizan aplicaciones, software y sitios web de bajos costos gracias al trabajo de sus propios usuarios (por ejemplo bajo conceptos como *crowd-sourcing*), volviéndose el usuario un actor crucial ya no sólo para sumergirse y navegar por esta *terra incognita* tras la pantalla, sino que también para participar activamente de su producción en lo que se ha llamado por “free labor” o “prosumption” (Fuchs, 2014).

Visitar sitios web, comprar con tarjetas de crédito, compartir imágenes y videos, mandar correos, geo-referenciar ubicaciones, son todas acciones ya cotidianas y mediadas por interfaces y plataformas de corporaciones transnacionales, pero que no reportan costos directos al usuario. Esto genera un cambio significativo respecto de la Web 1.0. en que los usuarios debían de mantener un servidor pagado y tener algún nivel de conocimiento en programación para poder subir sus contenidos.

Con la entrada de los blogs, luego las redes y las *apps*, los usuarios podrían apropiarse de estos dispositivos para generar su información y publicar sus contenidos, que quedarían en línea en los servidores de dichos conglomerados. De esta manera, en nuestro caminar por esta arena digital, continuamente iríamos dejando rastros o huellas digitales, ya sea deliberadamente o pasivamente (Madden et al, 2007) y esto genera un aumento en la rastreabilidad de nuestras acciones:

Digital technologies keep track of everything we do and say while we are online, and we spend online an increasing portion of our time. Databases hidden behind web services and applications are constantly fed with information of our movements and communication patterns, and a significant dimension of our lives, quantified to unprecedented levels, gets stored in those vast online repositories (Gonzalez-Bairon, 2013:147).

La web quedaría “convertida en laboratorio mundial” (Latour, 2005:172), pero ya no de identidades sino de trazos de información con los cuales otros actores podrían experimentar e indagar en tiempo real, en lo que se ha llamado por el Big Data. Gracias a los trazos digitales dejados tanto por los usuarios como por variados dispositivos, podríamos desplegar la tela de la existencia colectiva en plenitud (Venturini, 2010:5), testear en una mayor escala cuantitativa ciertas teorías o comprobar teorizaciones clásicas que históricamente eran difíciles de poder comprobar.³ Podríamos detectar y seguir en tiempo real una serie de fenómenos como el estallido de protestas, contagios de enfermedades, difusión de información, entre muchas otras aplicaciones. Sumado a ello, nos permitiría generar mejores políticas públicas de salud, eficiencia energética, ordenamiento urbano, por mencionar algunos (Gonzalez-Bailón, 2013; Kitchin, 2014; Lupton, 2014).

Esto ha llevado a visiones más exageradas como la de Chris Anderson (2008), quien ha planteado polémicamente que gracias al Big Data ya no tendríamos que basarnos en las volubles respuestas de encuestados o entrevistados, ya que tendríamos acceso a la información sobre lo qué hacen de manera directa e inmediata. Para este autor todo el método científico y todas las teorías sociales irían a quedar obsoletas ante el diluvio de la información digital. Como escribe el propio Anderson en una de sus frases para el bronce:

Out with every theory of human behavior, from linguistics to sociology. Forget taxonomy, ontology, and psychology. Who knows why people do what they do? The point is they do it, and we can track it and measure it with unprecedented fidelity. With enough data, the numbers speak for themselves (Anderson, 2008).

La fijación de una identidad digital auténtica

Este incremento cuantitativo y cualitativo de la rastreabilidad de lo social, se volvería cada vez más económicamente atractivo para terceros. El procesamiento de Big Data posibilitaría un manejo eficiente de los trazos digitales, individualizando el marketing de productos para realizar estudios de mercado y vigilar el comportamiento de clientes y contribuyentes por parte de conglomerados privados y gobiernos. Esto ha generado API más restrictivas y han proliferado compañías dedicadas a la venta de datos y servicios de minería. Las agencias de publicidad bajo sistemas como AdWords rastrean los cookies y aplican tácticas automatizadas según las páginas que hacemos clic. Incluso los gobiernos, después de las filtraciones de Snowden sobre la agencia NSA, se han revelado como entidades con altas capacidades de vigilancia y rastreo. En suma, aquellos que tienen el financiamiento, los recursos, las redes y el poder necesario pueden acceder, procesar e interpretar esa información (Boyd & Crawford, 2011), manifestando nuevas asimetrías respecto al acceso de la data así como de su manipulación en la sociedad contemporánea.

En este contexto internet mutaría a otra era, se convertiría en "un espacio en donde muere el anonimato" (Stelter, 2011), donde entregaríamos voluntariamente nuestros datos y con ello nuestra privacidad. Con ello ya no estaríamos girando dentro de las imágenes, nos situaríamos en un *régimen de hipervisibilidad* como le ha llamado López Gabrielidis (2015) donde pasamos a ser imagen-dato. La identidad online pasa a ser constantemente autenticada y verificada a través de diferentes interfaces, sistemas interconectados de registro entre redes sociales, validaciones mediante teléfono, tecnologías de reconocimiento facial, escáneres biométricos, etcétera.

El propio Mark Zuckerberg, creador de Facebook, ha planteado en entrevista que una cultura de transparencia radical en que compartamos lo que hacemos, con quienes nos relacionamos y quiénes somos, manifestando una sola e íntegra identidad, es el horizonte de una sociedad más saludable y a la que aspira con la red social (Kirkpatrick, 2010).

Tal ideal se basaría según algunos (Turkle, 2012; 2015; Bauman & Lyon, 2013) en un mayor miedo a sentirnos solos y excluidos, bajo una cultura exhibicionista. A pesar de que la información personal que subimos a la web quede en línea de manera pública y controlada por terceros, las personas consideran las redes sociales y blogs como una suerte de diario de vida privada según Turkle (2015). Volviendo a esta autora, el estar frente a la pantalla estaríamos solos y eso nos daría la falsa sensación de que no estamos siendo observados, generándose una disrupción entre realidad y experiencia que sentimos frente a la pantalla: "This is one of the great paradoxes of digital conversation: It feels private despite the fact that you are on stage" (Turkle, 2015).

Así, nos convertimos más bien en libros abiertos para el ojo de entidades externas, sin siquiera enterarnos. Incluso, esta vigilancia y constante manejo de información, mediante algoritmos nos va recomendando productos que podrían interesarnos: grupos de música, hoteles en oferta, partidos políticos afines, libros, créditos de consumo, etc. Todo es recopilado y procesado de manera automatizada a partir de los parciales rastros digitales dejados en alguna parte. Nuestra identidad digital pasa a ser performada también por esos "me gusta", algoritmos e interfaces de manera más o menos implícita, orientándola a un cierto orden y convergencia.

Bajo este panorama, como ya adelantábamos, la socióloga Van Zoonen (2013) nos alerta sobre este paso desde una identidad flexible y múltiple a una total identificación del yo. Variadas fuerzas normalizadoras y clasificadoras como corporaciones transnacionales y oficinas gubernamentales puján para que se pase de un internet de libre experimentación de identidades a identificar a las personas en todos los ámbitos cotidianos, reactualizándose

–si es que alguna vez fue abandonado– el ideal de una única, fija y estable identidad. El clima cultural hegemónico sería el de producir este tipo de identidades pues serían más lucrativas, manejables y menos conflictivas que las diversas identidades *queer* o étnicas: “Univocally is considered less of a problem in a cultural climate that prioritizes ‘authenticity’ and is obsessed with being *oneself*, which –indeed– assumes one instead of multiple selves” (Van Zoonen, 2013:43).

Entonces, en tiempos en que los datos y huellas digitales quedan enquistadas en la web donde las mismas plataformas de la Web 2.0. apuntan a una única y convergente identidad; es cada vez más difícil desembarazarnos de lo que hacemos fuera de la pantalla. El ciberespacio de moratoria, libre y experimental de Turkle, se caería ante la serie de consecuencias que tendría nuestro navegar por internet en la actualidad.

Todos esos rastros digitales, incluso el más mínimo, podrían servir para evaluar nuestra puesta en escena, perder un empleo, estudiar nuestros comportamientos, ponernos en vergüenza pública o vendernos el producto que el algoritmo infiere que debería gustarnos. En internet ya nadie se podría hacer pasar por algo que no es, o negar que dijo o hizo tal acción, sería cada vez más difícil ser inauténtico para Baym (2010), pues tarde o temprano aparecería algunos bits de información que nos delatarían.

Sin embargo, aún con la sofisticación y sensibilización de la tecnología para capturar más y más información sobre nosotros, los datos digitales dirían quiénes somos por nosotros mismos. Como arguye otro evangelista de Wired analizando los efectos del sistema de *self-tracking Nike+*:

We tend to think of our physical selves as a system that's simply too complex to comprehend. But what we've learned from companies like Google is that if you can collect enough data, there's no need for a grand theory to explain a phenomenon. You can observe it all through the numbers. Everything is data. You are your data, and once you understand that data, you can act on it (McClusky, 2009).

Navegar por internet o usar redes sociales, buscadores o dispositivos de *self-tracking*, de este modo, dejan una estela que permitiría conocernos de mejor manera según estos autores. Sin embargo, más que para experimentar nuevas identidades que no podríamos explorar en el mundo *offline*, los rastros digitales constituirían y fijarían nuestras identidades de manera fidedigna a la *offline*, al punto de llegar a enterarnos de gustos y elementos de nuestra personalidad gracias a las predicciones de algoritmos.

Bajar de la nube al Big Data

Debemos ser cautos de caer en un nuevo mito completamente inverso al del yo proteico, a saber, en creer en un yo completamente identificado gracias a las tecnologías digitales. La idea de una total identificación del usuario asume que sus datos digitales permiten tal nivel de rastreabilidad que el perfil o avatar *online* se convierte en el usuario propiamente tal. Se hace necesario ser críticos ante aseveraciones extremadas como las de Anderson, McClusky o las de una transparencia radical de los individuos, pues nos revelan la posibilidad de caer en una gran naturalización de la información digital y sobreestimar sus reales capacidades y alcances.

Uno podría problematizar metodológicamente que las bases de datos de usuarios en diferentes plataformas e interfaces digitales no serían siempre aleatorias ni representativas de las poblaciones estudiadas, sólo por tener un volumen de datos gigantesco (Boyd & Crawford, 2011; Tufekci, 2014). Pero en un nivel más crítico, como han esbozado de manera explícita ya otros autores (Boyd & Crawford, 2011; Lupton, en prensa; Gonzalez-

Bailon, 2013), las bases de datos digitales *no hablan por sí solas*. Al recopilar y hacer minería de grandes volúmenes de datos no conseguiremos automáticamente hechos (*facts*) ni la identidad fáctica de una persona, pues no es un trabajo puramente técnico y automático. Datos de origen digital en bruto o “en estado de pureza” (*Raw Data*) es un completo oxímoron (Gitelman y Jackson, 2013), pues todo dato ya implica algún grado de registro, procesamiento, almacenamiento o transmisión que es materia de involucramiento (Latour, 2005) de múltiples y heterogéneos dispositivos inscriptores y agencias, tanto humanas como no humanas.

El llamado a matizar, relativizar y contextualizar “la vida social de la data digital” (Ruppert et al, 2015) se vuelve necesario estudiar los procesos contingentes y sumamente políticos en que se producen la información digital o como prefiere llamar Deborah Lupton (en prensa), los ensamblajes de los datos. Y cuando se pone atención a las prácticas sociomateriales detrás de esos bits se revelarían una serie de ruidos y sesgos, sociológicamente muy interesante, que es necesario afirmar más que negarlos y ponerlos entre paréntesis (Marres, 2015; Marres & Moats, 2015). Se revela una serie de asimetrías entre quienes producen y mantienen esa información *online*. Usuarios con menos poder tendrían menos posibilidades de sacar contenido que los afecten, a diferencia de entidades con mayor poder. Nuevamente es necesario constatar que en internet se replican desigualdades raciales, geográficas, de género, entre muchas otras (Graham, 2012), que afectan la generación de esa data digital y con ello la manifestación del yo.

Además se produce una serie de formas de subversión a este régimen de total transparencia,⁴ aunque estas prácticas de resistencia siguen encontrándose en posiciones sub-alternas y contra-hegemónicas (Van Zoonen, 2013), por lo cual se vuelve sumamente relevante estudiar por qué las personas no las replican y se masifican en la sociedad. En suma, nuestro yo digital no indica por completo lo que somos de manera inmediata, hay variados enredos sociales detrás de cada bit que precisamente son ocultados para aparentar objetividad y fidelidad.

Conclusiones

Luego de esta revisión de literatura sobre las supuestas modulaciones y alcances de los medios digitales sobre el yo, nos enfrentamos así a un devenir sumamente paradójico. En las nociones de ciberespacio de identidades múltiples y flexibles se veía la posibilidad de explorar y experimentar con quienes realmente somos, pero que en el mundo físico no nos atreveríamos a expresar por tener riesgos y consecuencias indeseadas.

Los discursos pesimistas contrarios a ello cayeron en la *fetichización* del yo pre-digital, asignándole a éste la calidad de auténtico y criticando lo falso de nuestra persona digital, justamente porque podríamos transformarnos a nuestro antojo en la pantalla. Pero el mito de un yo proteico, basado en la noción de un cibernauta que se sumerge en otro mundo donde es casi todopoderoso, no sólo ha perdido credibilidad en la actualidad sino que ha sido matizado por la multiplicidad de factores que intervienen en la puesta en escena de nuestro yo en la web.

Si bien hay diferencia con otros medios físicos o presenciales en cuanto al control que posee el usuario para manipular sus expresiones, ello no implica que sean producto exclusivo del usuario. Como vimos, el propio medio tecnológico nos limita ya sea en cuanto a configuraciones y diseños del espacio, las posibilidades de elegir y personalizar nuestros perfiles y avatares, formas de expresarnos, etcétera. hasta el punto que nuestros mismos avatares nos afectan.

Por otro lado, no podemos desembarazarnos de nuestras ideas preconcebidas y nuestros prejuicios culturales que muchas veces terminamos expresando de manera involuntaria en la web; está pensada para otros y se retroalimenta de la aceptación o rechazo de sus redes. Aparecen bits de información incontrolables que fluyen fuera de control muchas veces y hacen difícil mentir.

Así, la construcción de la identidad, tanto en internet como en cualquier situación, es eminentemente un producto socio-técnico nunca acabado. Y encontrar casos de usuarios que utilicen el computador como un objeto evocativo que le permitiese mejorar y crecer, se vuelve igual de difícil que hallar casos de impostores en extremo (Baym, 2011). Más aún, impostores han habido siempre o como escribe Yee acerca de las relaciones amorosas en línea:

We have been telling ourselves a modern-day fairy tale about truth and falsehood simplistically partitioned into two worlds. Too often, media stories about the internet revolve around the myth that truth and honesty reside in the physical world while fantasy and deception reside in the online world. (...) By splitting realities, we ignore the fact that honesty and deception are very much a part of both the physical and virtual worlds (Yee, 2014:136).

Pero con el aumento de los volúmenes de rastreo de la sociedad gracias a las nuevas tecnologías y al hacerse económicamente atractivo tal rastreo, nos enfrentemos con un inverso irónico. Nuestro desdoblamiento con la data digital puede entramparnos en la creencia ahora de que esos yoes de data digital son "en verdad" la identidad del usuario, en que ya no hay anonimato sino pura exposición del yo, cayendo ahora en una *fetichización de la cultura digital*, y con ello del yo digital.

La identidad digital de los individuos deja de ser la suma de sus artificiales avatares que sólo pueden ser vistos cuando el usuario interactúa con el computador, y pasa a ser algo en constante visibilidad, incluso sin mediar la voluntad del usuario. La persona digital pasaría a ser parte del "auténtico" yo, que revelaría los gustos, relaciones, intereses y deseos más profundos. Si el ciberespacio era falso por ser altamente mediado y manipulado por el usuario, a diferencia del auténtico mundo *offline*; ahora con el Big Data, las tecnologías de *self-tracking*, sensores y sistemas de vigilancia masiva, aparentemente obtendríamos datos puros y objetivos que serían más confiables que la información que nos podrían decir las personas de sí mismas.

De este modo, ya no habría una división de dos mundos sino una división de dos tipos de información, inscripción o registro del yo. La tendencia actual no sería la de una *descorporalización*, fragmentación o virtualización del yo, como se planteaba ya sea optimista o negativamente en los noventa, sino más bien se plantea discursivamente una reproducción e identificación total del yo *offline* en internet.

Pero esto nos compele a ser cautos nuevamente y matizar los alcances de esta identificación mediada con dispositivos digitales, explorando las situaciones en que se produce cada bit de información sobre los sujetos. Relevar la vida social de los datos digitales implica observar la multiplicidad de intereses, mediadores y actores, tanto humanos como no humanos, que intervienen de manera desordenada en la creación de ésa. Se han perfeccionado los instrumentos mediante sensores cada vez más sofisticados, se ha posibilitado la recolección de datos a escalas inauditas y automatizado los procesamientos bajo complejos algoritmos, pero en ningún caso ello eliminará los sesgos y excesos. Lo social no se hará completamente transparente. Como ha escrito brevemente Mark Graham (2012): "There will always be digital divides; always be uneven data shadows; and always be biases in how information and technology are used and produced".

De manera más profunda, revisando este devenir notamos por último que la autenticidad del yo se revela como algo sumamente contingente y afectado por las nociones en torno a la tecnología. Como ha planteado Van Zoonen (2013), no hay un verdadero, original o interno yo que surja de forma inmediata y objetiva. Precisamente olvidamos todo ello al creer en los dos mitos inversos ya descritos:

A critical perspective on authenticity will include that it is an ascribed rather than an innate or essential quality. Authenticity is in the eye of the beholder and [...] it is part of a negotiation and not an easily and objectively observable 'fact' (Van Zoonen, 2013, p. 46).

La atribución de mayor autenticidad a una dimensión de identidad se enmarca en ese intento por normalizar lo desviado y orientar a los individuos a una estable y fija forma de aprehenderlos. Ante este devenir, el llamado es a volver a relativizar y matizar, pero no con el afán de purificar el yo bajo un nuevo criterio de autenticidad normativo, no se trata de volver a fetichizar el yo pre-digital, sino precisamente lo contrario, la propia autenticidad se nos vuelve un artilugio conceptual sumamente político a nuestro juicio, que puede justificar o desacreditar los usos y representaciones del yo ante las tecnologías digitales.

Lo que se pone en juego en el paso desde una mayor libertad y anonimato, a una automatización de los procesos de identificación de los usuarios, es en última instancia una perpetuación de distinciones modernas como verdad/falsedad, intermediación/mediación, auténtico/inauténtico, más que buscar la renegociación de sus fronteras. El cibernético y emancipador de Haraway (1991) sólo existirá cuando desmontemos la búsqueda moderna de una identidad pura y auténtica, ya sea pre-digital o digital.

Para ello, apremia en estos tiempos denunciar la vigilancia pero a la vez evitar naturalizar la data digital en extremo, pues se re-actualiza un paradigma positivista y colonial, en que agencias del norte concentran los datos de gran parte de la población del sur e infieren y procesan la información bajo discursos de objetividad. Cuando en la práctica no somos reducibles a datos digitales, ni tampoco los datos digitales son puramente reducible a un conglomerado de 1s y 0s. Hay un cúmulo de relaciones, intereses, actores y asimetrías políticas, que en cada contexto particular deben ser explorados y descritos.

De este modo, no sólo las posibilidades tecnológicas de representar o identificar nuestro yo han ido variando en las últimas décadas, sino que también en el proceso se van estableciendo particulares e históricas nociones de lo auténtico al clausurarse o abrirse los límites de lo digital, poniendo de manifiesto el "verdadero yo" en una producción socio-técnica y con una historia detrás.

Finalmente, podemos señalar que en internet "no todos saben que eres un perro", sino que ciertas entidades y corporaciones bien particulares, distribuidas y muchas veces invisibles tienen el poder de rastrear y seguir las huellas digitales de los individuos, y de modos que hasta el momento son oscuros y poco explorados por la academia. Precisamente porque son un número reducido de actores, las relaciones de poder se hacen más dramáticas. Tales entidades pueden llegar a realizar acciones perjudiciales, creyendo que han capturado toda la identidad de los actores estudiados mediante algoritmos, minería de datos, sensores y dispositivos digitales, aun cuando en la práctica ello sea más que un mito (Boyd & Crawford, 2011).

Ante ello, es necesario constatar que nuestras representaciones cotidianas del yo ante las nuevas tecnologías no cambian en su lógica social de ser performativas e inacabadas, sino que se agregan nuevos espacios y visualizaciones del yo. Reutilizando las palabras de Miller y Slater (2000): "ciertamente estamos frente a nuevas mediaciones, pero

en ningún caso ante una nueva realidad del yo". Y de manera dialógica, podemos parcialmente resistirnos y apropiarnos de las tecnologías digitales de formas inventivas y/o ser transformados y constreñidos por ellos.

Referencias

- Anderson, C. (2008). The end of theory: The data deluge makes the scientific method obsolete. *Revista Wired* Recuperado de <http://www.wired.com/2008/06/pb-theory/>
- Barlow, J.P. (1996). *Declaración de independencia del ciberespacio*. Recuperado de: https://es.wikisource.org/wiki/Declaraci%C3%B3n_de_independencia_del_ciberespacio
- Bauman, Z. & Lyon, D. (2013). *Vigilancia Líquida*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Baym, N. (2010). *Personal connections in the digital age*. Cambridge: Polity Press.
- Bijker, W. E. & Law, J. (1992). Shaping Technology/Building Society. *Studies in Sociotechnical Change*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Boyd, D. & Crawford, K. (2012). Critical question for Big Data. *Information, Communication & Society*. 15(5). doi: 10.1080/1369118X.2012.678878
- Fleishman, G. (2013). Everybody knows you're a dog. After 20 years, a cartoon's punch line has become ironic. *The Magazine*, 21. Recuperado de <http://the-magazine.org/21/everybody-knows-you-re-a-dog#.Vq4yqPnhDIX>
- Fuchs, C. (2014). *Social Media: A Critical Introduction*. London: Sage.
- Gitelman, L., & Jackson, V. (2013). *Raw Data is an Oxymoron*. Cambridge, MA: MIT Press
- Goffman, E., (1959) *La Presentación de la persona en la vida cotidiana*. (Trad. de Torres H. y Setaro F.) Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Gonzalez-Bailon, S. (2013). Social science in the era of Big Data. *Policy & Internet*, 5(2). Doi: 10.1002/1944-2866.POI328
- Graham, M. (2012). Big data and the end of theory?, *The Guardian*. Recuperado de: <http://www.theguardian.com/news/datablog/2012/mar/09/big-data-theory>
- Haraway, D. (1991). *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Madrid, España: Ediciones Cátedra
- Heim, M. (1993). *The Metaphysics of virtual reality*. Nueva York: Oxford University Press.
- Jones, S. (Ed.) (1995). *Cybersociety: Computer-mediated communication and community*. Thousand Oaks: Sage.
- Jones, S. (Ed.) (1997). *Virtual culture: Identity and communication in cybersociety*. London: Sage.
- Kirkpatrick, D. (2010). *The Facebook Effect: The inside story of the company that is connecting the World*. Nueva York: Simon and Schuster
- Kitchin, R. (2014). The real-time city? Big data and smart urbanism. *GeoJournal*, 79, 1-14.
- Latour, B. (1998). Thought experiments in social science: from the social contract to virtual society, 1st Virtual Society? *Annual Public Lecture*. Recuperado de: <http://www.artefaktum.hu/it/Latour.htm>
- Latour, B. (2005). *Re ensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires: Manantial.
- Latour, B., Jensen, P., Venturini, T., Grauwin, S. & Boullier, D. (2012). The whole is always smaller than its parts –a digital test of Gabriel Tarde's monads. *The British Journal of Sociology*, 63(4), 590-615.
- Lifton, R. J. (1993). *The Protean Self: Human resilience in an Age of Fragmentation*. Nueva York: Basic Books.
- López Gabrielidis, A. (2015). Régimen de visibilidad y vigilancia en la era de la Identidad Digital. *Revista Teknokultura*, 12(3), 473-499.

- Lupton, D. (2014). You Are Your Data: Self-Tracking Practices and Concepts of Data. *Lifeloggging: Theoretical Approaches and Case Studies about Self-tracking*, (Ed. Selke, S., Springer, Forthcoming). Recuperado de SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2534211>
- Madden, M., Fox, A., Smith, A., & Vitak, J. (2007). Digital Footprints. Online identity management and search in the age of transparency. *Pew internet & American Life Project*.
- Marres, N. (2015). Why map issues? On controversy analysis as a digital method. *Science, Technology, & Human Values*, 1-32.
- Marres, N. & Moats, D. (julio/ diciembre 2015). Mapping controversies with Social Media: The case for symmetry. *Social Media + Society*, 1-17
- McClusky, M. (2009). The Nike experiment: how the shoe giant unleashed the power of personal metrics. *Wired*. Recuperado de http://archive.wired.com/medtech/health/magazine/17-07/lbnp_nike
- Miller, D. (2011). *Tales from Facebook*. Cambridge: Polity Press.
- Miller, D. & Horst, H. (Eds.) (2012). *Digital Anthropology*. Nueva York: Berg Publishers.
- Miller, D. & Slater, D. (Eds.) (2000). *The Internet: An ethnographic approach*. New York: Berg Publishers.
- Poster, M. (1997). Cyberdemocracy: Internet and the Public Sphere. *internet Culture*. (Ed. Porter, D.) Nuevo York: Routledge.
- Quéau, P. (1995). *Lo Virtual. Virtudes y vértigos*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the electronic frontier*. Recuperado de <http://www.rheingold.com/vc/book/>
- Ruppert, E. Harvey, P., Lury, C., Mackenzie, A., McNally, R., Baker, S. & Lewis, C. (2015). Socializing Big data: from concept to practice. *CRESC Working Paper Series* No. 138. The University of Manchester and the Open University.
- Silver, D. (2000). Looking Backwards, Looking Forwards: Cyberculture Studies 1990-2000, en Gauntlett, D. (Ed.) *Web.Studies: Rewiring media studies for the digital age*, 19-30
- Stelter, B. (2011). Upending Anonymity, These Days the Web Unmasks Everyone, *The New York Times*. Recuperado de http://www.nytimes.com/2011/06/21/us/21anonymity.html?ref=brianstelter&_r=0
- Turkle, S. (1984). *El segundo yo. Las computadoras y el espíritu humano*. (Tradu. Espinosa de Matheu, L.) Buenos Aires: Ediciones Galápagos.
- _____ (1995) *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de internet*. (Trad. de Trafi, L.) Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- _____ (2004). *Our Split Screens. Community in the Digital Age: Philosophy and Practice*, (Ed. Feenberg, A. & Barney, D.) Lanham, MD, Rowman and Littlefield.
- _____ (2012). *Alone Together. Why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books.
- _____ (2015). *Reclaiming Conversation. The Power of Talk in a Digital Age*. Nueva York: Penguin Press
- Tufekci, Z. (2014). Big Questions for Social Media Big Data: Representativeness, Validity and Other Methodological Pitfalls. *Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, Palo Alto, CA: The AAAI Press.
- Valderrama, M. (2016). Las anticuadas descripciones de las nuevas tecnologías digitales, *Persona y Sociedad*, 29(1), 11-35. Recuperado de <http://personaysociedad.cl/ojs/index.php/pys/article/view/54/25>
- van Zoonen, L. (2013). From identity to identification: fixating the fragmented self, *Media, Culture & Society*, 35(1), 44-51.
- Venturini, T. (2010). Building on faults: how to represent controversies with digital methods, *Public Understanding of Science*, 20(10), 1-17.

- Venturini, T. & Latour, B. (2010). The Social Fabric: Digital Traces and Quali-quantitative Methods, en *Proceedings of Future En Seine 2009*. Paris: Editions Future en Seine.
- Yee, N. & Bailenson, J. N. (2007). The Proteus Effect: The effect of transformed self-representation on behavior, *Human Communication Research*, 33, 271-290
- Yee, N., Bailenson, J. N. & Ducheneaut, N., (2009) The Proteus Effect: Implications of transformed digital self-representation on online and offline behavior, *Communication Research*, 36, 285-312
- Yee, N. (2014). *The Proteus Paradox. How online games and virtual worlds change us and how they don't*. New Heaven, Yale University Press.

*Estudiante del magíster en Sociología de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Su tesis consiste en un seguimiento de los rastros digitales de la controversia energética de HidroAysén con los llamados *Digital Methods*. Actualmente participa como asistente de investigación del proyecto Fondecyt N°1114042 "Configurando espacios y usuarios inteligentes. Un estudio socio-técnico de las prácticas, dispositivos y discursos de las 'Smart Cities' en Chile". Sus áreas de interés son la Cultura Digital, Medios de Comunicación, Movimientos Sociales, Análisis de Redes y Medios Digitales, Teoría Social, entre otros.

² El concepto de moratoria psicosocial estaría formulado para explicar la etapa de la adolescencia, pero Turkle lo extrapolaría y diría que no es un concepto rígido para una determinada etapa de la edad sino que siempre los individuos necesitarían momentos de juego, como podrían considerarse las vacaciones en los adultos o precisamente la inmersión en los MUD y chats virtuales.

³ Un ejemplo muy citado es la monadología de Gabriel Tarde (Latour *et al.* 2012).

⁴ Tácticas para borrar información, sacarla de los buscadores, confundir a los algoritmos, gestionar nuestra huella digital, defenderse del análisis de nuestro tráfico en internet por parte de terceros bajo el proyecto Tor, bloquear publicidades con Adblock, "salir de la pantalla" o hacerse invisible -como un ciber-ninja como muestra López Gabrielidis (2015) a partir de la obra *How not to be seen* de Hito Steyerl.