

# UN NARCISISMO RADICAL. LA CREACIÓN DE IDENTIFICACIONES EN LOS ESPACIOS VIRTUALES.

UM NARCISISMO RADICAL. A CRIAÇÃO DE IDENTIFICAÇÕES NOS ESPAÇOS VIRTUAIS.

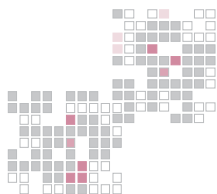
*RADICAL NARCISSISM. CREATING IDENTIFICATION IN VIRTUAL SPACES.*

## Salomé Sola Morales

■ Doctora en Medios, Comunicación y Cultura por la Universidad Autónoma de Barcelona. En 2004 y 2006 obtuvo dos Becas Marie-Curie y en 2007 una beca pre-doctoral del departamento de Medios, Comunicación y Cultura de la UAB, donde ha trabajado como docente desde 2007. En la actualidad es profesora del Master en Comunicación, Periodismo y Humanidades de la UAB y profesora asociada de la Universidad Internacional de Cataluña. Sus áreas de investigación principales son la antropología de la comunicación, los estudios sobre recepción e identidad y las teorías de la comunicación.

■ E-mail: [salome.sola@uab.cat](mailto:salome.sola@uab.cat).

86



## RESUMEN

Este artículo se propone explorar los procesos de creación de identificaciones que los sujetos realizan en los espacios virtuales. Para comprender este fenómeno se reconsideran las nociones de intimidad y 'extimidad', se cuestiona la aparición de nuevas formas de narcisismo y se analiza el carácter multidimensional del sujeto. Finalmente, se aborda el modo en que los usuarios de Internet configuran las categorías de pertenencia y las de exclusión, imágenes esenciales para la construcción del yo.

**PALABRAS CLAVE:** PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN; ENTORNOS VIRTUALES; INTIMIDAD; NARCISISMO.

## RESUMO

Este artigo explora os processos de identificação em espaços virtuais. Para compreender esse fenômeno, primeiro analisamos a relação entre a privacidade e a 'extimidade', segundo questionamos a emergência de novas formas de narcisismo e da natureza multidimensional do sujeito. Finalmente o artigo discute como os usuários de Internet configuram as categorias de inclusão e exclusão, que são essenciais para a construção de imagens de si.

**PALABRAS-CHAVE:** PROCESSOS DE IDENTIFICAÇÃO; ESPAÇOS VIRTUAIS; PRIVACIDADE; NARCISISMO.

## ABSTRACT

The purpose of this article is to explore the processes of creating identification to be used in virtual spaces. To understand this phenomenon, we reconsider the ideas of intimacy and 'extimacy', we question the emergence of new forms of narcissism, and analyze the multidimensional nature of the self. Ultimately, we discuss how Internet users configure the categories of inclusion and exclusion, essential for building images of the self.

**KEYWORDS:** IDENTIFICATION PROCESSES, VIRTUAL SPACES, INTIMACY, NARCISSISM.



## 1. Introducción

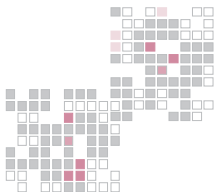
El presente artículo explora el alcance de las nuevas tecnologías en los procesos de identificación que realizan los sujetos y los grupos al configurar sus imágenes acerca del 'yo', el 'nosotros' y el 'ellos'. Durante las últimas décadas, la crisis de los paradigmas discursivos dominantes ha provocado la proliferación de tribus neolocales y comunidades virtuales donde los sujetos amplían sus necesidades socializadoras y exacerbaban sus pulsiones hedonistas. La creciente revalorización de las identidades plantea la búsqueda urgente de regenerar el sentido del *yo* social y de encontrar por diferentes vías, nuevas respuestas a la clásica pregunta antropológica "¿quién soy?". Ahora bien, valdría cuestionar si los entornos virtuales pueden transformar o condicionar los procesos mediante los cuales los sujetos construyen su *yo*.

Sherry Turkle (2010) se ha encargado de demostrar que los nuevos dispositivos electrónicos y los espacios virtuales influyen en las relaciones sociales y en la construcción de las identidades. Pero, ¿cómo pueden llegar a transformar a los sujetos? Si bien es cierto que la cultura de la simulación está redibujando las fronteras entre la intimidad y la soledad, como ha sugerido Turkle, también se ha manifestado que las nuevas tecnologías y, especialmente, las redes sociales pueden ampliar las necesidades socializadoras incrementando el número y la flexibilidad de las relaciones. (DiMaggio *et al.*, 2001). De hecho, estudios han evidenciado que algunos sujetos pueden llegar a socializar mejor (Sheeks y Birchmeier, 2007). Más allá de las consecuencias positivas o negativas que las nuevas tecnologías puedan tener en las relaciones intersubjetivas, la tesis que sostenemos aquí es que los entornos virtuales están transformando la noción de sujeto. Es más, la adopción y la creación de personajes electrónicos está contribuyendo a una reconsideración general de las nociones tradicionales de identidad (Turkle, 1997, p.327). Una vez asumida esta

premisa fundamental, de lo que se tratará será de explorar a fondo el alcance de este fenómeno mediático de naturaleza psicosocial y de aportar claves comprensivas para su análisis. Como es evidente, la participación virtual no tiene nada que ver con la recepción mediática en un sentido tradicional. De hecho, en el ciberespacio los usuarios crean personajes y viven situaciones virtuales en primera persona adoptando diversas versiones alternativas de su *yo* (Gandy, 2000). En este mundo virtual, caracterizado, por la simultaneidad, la inmediatez, la multiplicidad y la flexibilidad, las fronteras entre el *yo* real y el imaginario son infranqueables. Aquí, la conectividad permanente, la anonimidad y las nuevas formas de intimidad ofrecen nuevas posibilidades para experimentar con el *yo* (Long, 1994; Whitaler, 1999) que sin duda trascienden las fronteras espacio-temporales en un sentido clásico.

## 2. De la intimidad a la 'extimidad'

Helena Béjar escribió en los 90 que la sociedad contemporánea se caracteriza por una primacía de lo íntimo, consecuencia del declive que lo público experimentó durante el siglo XIX, tal y como anunció Richard Sennet (1978). Recordemos que el sociólogo había pregonado las consecuencias destructivas que podría conllevar una sociedad que estimulase demasiado la naturaleza íntima de sus miembros. De hecho, la pérdida de sentido de lo social y la primacía de lo subjetivo, en su opinión, llegarían a provocar la ruptura de los vínculos sociales y la 'disolución' del espacio público (véase Delgado, 2002). Si bien está fuera de nuestro alcance determinar si esta profecía se ha cumplido, no obstante, podemos afirmar que el creciente individualismo moderno, que nació con la democracia, según Alexis de Tocqueville (2007), ha inducido a los sujetos a preocuparse, por encima de todo, de sí mismos y a abandonar paulatinamente el espacio público. En este contexto, la creciente importancia otorgada a la



noción de personalidad y el auge de los valores hedonistas han sido, quizás, los motores de una nueva era centrada en el sujeto y en la búsqueda de las identidades (Lipovetsky, 1983). Y, como es evidente, todos estos procesos no son más que formas de hacer referencia a la ascensión de un modo de vida centrado en lo privado. (Béjar, 1990, p.202).

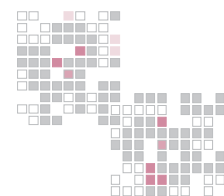
Ahora bien, no podemos ignorar que las redes sociales e Internet están modificando, sustancialmente, las fronteras entre lo privado y lo público, dando lugar a nuevas formas de intimidad. Aquí es preciso no confundir intimidad con interioridad o privacidad, nociones parecidas pero bien diferentes. En su Teoría de la intimidad, Carlos Castilla del Pino (1996) esclarece bien esta problemática. A su juicio, las actuaciones humanas pueden ser íntimas, privadas o públicas. Dichas acciones son calificadas por el escenario o el contexto social en el que tienen lugar. Las actuaciones íntimas pueden ser comunicadas, aunque no por ello habrían de convertirse en públicas; o por el contrario silenciadas, y no por ello habrían de ser privadas o estar aisladas de su acontecer social. De hecho, tal y como afirma José Luis Pardo, “no hay más intimidad que la compartida” (Pardo, 1996, p.145). A la luz de estas propuestas, la intimidad es, ante todo, un espacio donde confluyen los diferentes fragmentos del *yo* de una forma más libre. Se trataría de experimentar los *yos* liberados de controles externos. (Castilla del Pino, 1996).

En la intimidad, el *yo* puede relajarse y mostrar todas sus facetas posibles, sin miedo a ser rechazado por el grupo o el marco donde se inserta. De manera que las actuaciones íntimas pueden convertirse en privadas o públicas, según su codificación discursiva. En este sentido, el ámbito mediático se convierte en un contexto donde lo íntimo suele manifestarse de forma incontrolable. Por eso, en la actualidad es frecuente que en un escenario hiperpúblico, como el que constru-

ye un plató de televisión, el sujeto pueda ser conducido inevitablemente a verbalizar su intimidad (Castilla del Pino, 1996). Esto es lo que ocurre en programas como Gran Hermano o en cualquier foro o comunidad virtual donde los sujetos expresan su intimidad sin limitaciones o vergüenza. A este respecto, Serge Tisseron (2001) propone el neologismo ‘extimidad’, con el que se refiere a las nuevas formas de intimidad y puesta en escena que se dan en los entornos mediáticos. Esta noción es clave para construir las propias identificaciones, pues permite a las personas exteriorizar ciertos elementos de su vida e interiorizarlos de una forma más rica, gracias a las respuestas de los demás. Así planteado, el individuo no se muestra ante los demás para compartir algo, sino para verse reflejado en ellos y reafirmar su propia yoidad, hecho que nos recuerda a una figura central en el pensamiento de Freud: Narciso.

### 3. Un narcisismo radical

Pero no sólo el padre del psicoanálisis utilizó esta imagen para definir sus teorías sobre la personalidad; otros destacados investigadores también la han empleado para describir tendencias que pueden afectar a toda una cultura o sociedad. A finales de los 70, Christopher Lasch enfatizó en el componente patológico de este nuevo sujeto colectivo en busca de seguridad y bienestar, cuyo sentido del *yo* depende de la validación de los *otros* (Lasch, 1991, p.50). Además también puso de manifiesto la incidencia de la sociedad del espectáculo en el creciente repliegue del *yo* y en la constante preocupación por el *yo*. Algunos años más tarde, Gilles Lipovetsky (1990 y 2003) también analizó las consecuencias del creciente proceso de personalización social y categorizó al hombre posmoderno como un sujeto introspectivo, individualista y consumista, preocupado por su autorrealización y por la obtención de placer. No obstante, en *Los tiempos hipermodernos* (2006), el filósofo y sociólogo francés advierte



## Algunos investigadores han afirmado que La anonimidad es una de las características que favorece el juego con los selves y el encuentro del verdadero yo, ya que los límites morales desaparecen.

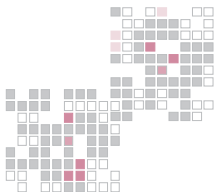
del fin del hedonismo de los ochenta. La euforia posmoderna ya no es la misma que era antes y el espíritu de la época actual se caracteriza por el aumento de la inquietud ante un porvenir lleno de incertidumbres y de riesgos (Lipovetsky, 2006, p.75). Igualmente, el desempleo, la preocupación por la salud, las crisis económicas y un largo sín-fín de virus que provocan ansiedad individual y colectiva se han introducido en el cuerpo social (Araújo, 2008) y afectan el modo en que los sujetos construyen sus identidades. El nuevo Narciso es más responsable, organizado y eficaz, pero está aún más obsesionado por sí mismo y se inserta en diferentes ambientes virtuales como un actor con diversas máscaras para evadirse de la realidad en la que se encuentra. Recordemos que en los blogs los usuarios no sólo crean narrativas egotistas acerca de sus experiencias vitales sino también sobre sus deseos y aspiraciones más íntimas. De esta manera, el sujeto puede cubrir ciertas necesidades comunicativas mediante la mera proyección y exhibición de sus inquietudes y anhelos. Ahora bien, no podemos perder de vista que aunque la participación *on-line* permita establecer formas de identificación recíprocas más libres, este espacio no está exento de riesgos, ya que los individuos carecen de obligaciones, y la distancia opera como un reductor de complejidad y responsabilidad (Casilli, 2010).

#### 4. Un sujeto multidimensional

Uno de los elementos más interesantes a este respecto es la posibilidad que tienen los individuos de reformular sus identificaciones creando versiones virtuales de sí mismos (DiMaggio *et al.*, 2001). A pesar de que algunos investigadores consideran que las imágenes virtuales tienden a

la estabilidad (Kennedy, 2006), apoyamos la perspectiva de Turkle (1997) según la cual Internet ha contribuido a pensar la 'identidad' en términos de multiplicidad (p.226). Resulta bastante evidente que la realidad virtual ofrece la oportunidad a sus usuarios de crear variadas identificaciones. Y es que en Internet es posible construir un *yo*, pero merodear por otros muchos *yos*. En ocasiones estas imágenes están idealizadas o carecen de defectos (Aguilar y Said, 2010 o Bessiére *et. al.*, 2007). Precisamente, la juventud y la belleza se convierten en atributos gracias a los cuales los sujetos pueden llegar a establecer relaciones sentimentales que no tendrían en la vida real (Turkle, 2010, p.218). No obstante, la adopción de personajes múltiples permite a los usuarios conocer sus 'verdaderos' *yos* experimentando con diferentes personajes (Simpson, 2005) aunque estos sean imaginarios.

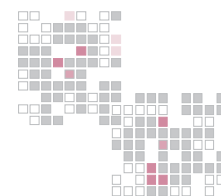
Algunos investigadores han afirmado que la anonimidad es una de las características que favorece el juego con los *selves* y el encuentro del verdadero *yo*, ya que los límites morales desaparecen. Según Luc Pauwels (2005), en los entornos virtuales las personas revelan una información más válida que en el cara a cara, ya que la anonimidad hace que su conducta no sea impugnada directamente (p.605). En este sentido, Internet podría facilitar la autorrevelación (Valkenburg *et. al.*, 2005) de un *yo* más libre y sin prejuicios. Al mismo tiempo, podría llegar a crearse un entorno más auténtico donde los sujetos pudieran comunicarse sin límites. Ahora bien, el inconveniente aquí es, sin duda, la veracidad o la correspondencia entre los usuarios reales y los virtuales (veáanse Markham, 1998; Bargh *et. al.*, 2002 o Papacharissi, 2005). De hecho, valdría preguntarse: ¿Dónde acaba el *yo*



real y empieza el virtual? Como han subrayado Aguilar y Said (2010): “El nuevo Yo virtual que aparece y toma vida en las redes sociales virtuales es un reflejo idealizado, por decirlo de alguna manera, del Yo no-virtual” (p.201). Y es que en los entornos virtuales es posible ser quien se desea o, mejor aún, presentarse a los demás como uno desearía. Este sujeto es bidimensional: el virtual retroalimenta al no-virtual y viceversa. Es más “si algo afecta al sujeto en el espacio no-virtual, ello se verá reflejado en el espacio virtual, dado que el individuo encontrará mecanismos para liberarse en el espacio virtual, el cual le resulta, quizás, más seguro” (Aguilar y Said, 2010, p.199). Así planteado, es evidente que las formas de identificación virtuales se construyen en relación a las aspiraciones, los deseos o los sentimientos que el sujeto experimenta en la vida real. Helen Kennedy (2006) también ha subrayado que las identificaciones en línea son una continuación de las *off-line* y no tanto versiones reconfiguradas. De ahí que sea necesario integrar los diferentes espacios donde el sujeto se identifica para poder comprender el alcance de las figuras creadas en el mundo virtual. De lo que no cabe duda es que este tipo de prácticas tiene una gran incidencia en los procesos de socialización e interacción (Turkle, 2005 y 1999; Kiesler *et al.* 1984) ya que tanto el sujeto virtual como el no-virtual se desarrollan juntos. De manera que existe una cierta coimplicación entre continuidad y multiplicidad. Una de las consecuencias más evidentes del establecimiento de redes sociales es la posibilidad de crear un segundo ser o diversas identidades que superen las barreras de tipo geográfico, cultural o lingüístico (Kiesler *et al.*, 1984). Asimismo, se fortalecen redes existentes o se reconstruyen vías alternativas que habían perdido su conexión por causa diversas (Aguilar y Said, 2010, p.202). Además, el sujeto no solo tiene la oportunidad de reformularse o autocuestionarse frente a sí mismo, sino también frente a otros.

#### 4.1. ¿Un yo más libre? El avatar

Algunos investigadores han puesto de manifiesto que la presentación del *self* en los entornos virtuales es un aspecto crucial en la exploración de la identidad (Bortree, 2005 o Mazur y Kozarian, 2010), ya que permite a los sujetos interiorizar los aspectos presentados (Gonzales y Hancock, 2008). De esta manera se producen desplazamientos entre el personaje y la persona, dando lugar a fusiones entre el avatar y el *yo*. En muchos casos, la autopresentación *on-line* refuerza aspectos de la identidad social, pero en otros es referida a aspectos totalmente novedosos para el sujeto, lo que le proporciona claves para su propia autocomprensión. Silvia Tabachnik (2007), Susannah R. Stern (2002) o Zizi Papacharissi (2002) han estudiado el modo en que los sujetos se autopresentan y han llegado a conclusiones similares. A saber que los blogs son lugares donde se pueden expresar elementos significativos de las identidades. El diseño de las páginas, las imágenes y links son expresiones indirectas del *self* que comunican un estilo o forma de ser. Además, como han señalado Elizabeth Mazur y Lauri Kozarian (2010), muchas de las experiencias virtuales pueden satisfacer la necesidad de los sujetos de mantener relaciones tanto con personas cercanas o desconocidas (p.126). Como es sabido, al entrar en algunos entornos virtuales los usuarios deben elegir un nombre, una etiqueta sexual, una descripción física o, lo que es lo mismo, configurar un avatar. Éste “se puede considerar como una especie de máscara, que se puede poner y sacar, como en el carnaval, para componer múltiples identidades y asumir nuevos papeles, muchos de ellos no aceptados ni por la sociedad ni por el mismo enmascarado”. (Machado: 2009, p.195-196). De hecho, la máscara representada cumple un papel más específicamente psicoanalítico que político: expresa una necesidad de dar cabida a identidades múltiples y muchas veces reprimidas, como ha sugerido Machado. Por eso



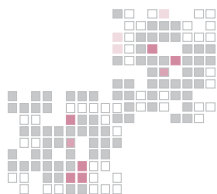
no podemos olvidar que en los entornos virtuales, el avatar es nuestra completa autorepresentación (Yee y Bailenson, 2007, p.272).

El avatar puede ser un seudónimo en su expresión mínima o un ejercicio de elaboración más complejo. Esta figura es fruto de un doble trabajo imaginario, donde entran en juego la palabra escrita y la figuración icónica, como lugar de sustituciones metafóricas y de deslizamientos metonímicos (Tabachnik, 2007). A nuestro juicio, no existe ningún lugar donde las transformaciones del *self* sean más flexibles. Como hemos evidenciado, Internet nos permite ser otros diferentes a los que somos, pero también nos permite ser nosotros mismos (véanse Demarco, 2003 o Aas, 2006). De manera que el aspecto más relevante de la creación y el uso de estas figuras virtuales es que nos ayudan a explorar el *yo* de un modo más libre. Como ha subrayado Turkle (2010), las personas pueden utilizar un avatar como un ensayo para la vida real, equilibrando el personaje y la persona. Incluso hay sujetos que crean varios avatares para tener la experiencia de jugar con diferentes aspectos del *self*, tales como el género o la edad. Ahora bien, la línea divisoria entre el juego identitario y el fraude no está aún muy clara (Gies, 2009, p.315). Y el potencial para la manipulación del *yo* y de los *otros* se entrelaza con la llamada incorporeidad de los usuarios. Dado que los sujetos ya no son retenidos por el cuerpo material pueden vivir cualquier fantasía corporal o experiencia sentimental, más allá de las limitaciones personales o sociales. Precisamente aquí, es necesario cuestionar el lugar que ocupan los *otros*, clave para entender la formación del *yo* y las relaciones intersubjetivas.

### **5. La creación del sentimiento de pertenencia y exclusión**

Los medios proporcionan marcos de referencia, pertenencia y exclusión que permiten a los sujetos y a los grupos categorizar, comparar y

evaluar a los diferentes grupos. Pero ¿cómo pueden construirse estas imágenes en la realidad virtual? Es importante clarificar que en cualquier tipo de categorización se tiende a diferenciar entre el endogrupo (el propio) y los exogrupos (los ajenos) (Tajfel, 1984, p.292). De esta manera, el sujeto que se identifica con un narrativa mediática, un personaje ficticio o un blog reconoce su adscripción a la categoría en términos de inclusión o exclusión. Así, éste realizará mecanismos diferenciadores entre aquellos grupos o colectivos que admira y respeta y aquellos que ignora o rechaza. Mediante estos procesos los sujetos estructuran y simplifican el entorno social y se construyen en él. A este respecto, la clásica teoría de la identidad social de Tajfel (1984) aporta claves interesantes para entender el modo en que los sujetos se identifican en los entornos virtuales. Recordemos que, a su juicio, los componentes de estos procesos de categorización son: a) cognitivos, implican un conocimiento de pertenencia; b) evaluativos, puesto que pueden tener una connotación valorativa positiva o negativa; y c) emocionales, ya que los dos procesos anteriores pueden ir acompañados de emociones (p.264). Así, el propio autoconcepto implicaría a la vez “el conocimiento de pertenencia a uno o varios grupos sociales, la valoración de esa pertenencia y el significado de la misma” (Aguirre Baztán, 1997, p.47). Todo ello, daría lugar a un sentimiento de pertenencia, muy relacionado con una variedad de creencias, valores o actitudes, mediados –en parte– por las experiencias virtuales y las narrativas mediáticas con las que el usuario entra en contacto. La pertenencia a una ‘comunidad virtual’ está basada generalmente en la recepción de los mismos textos o la participación en determinadas páginas webs, blogs o foros. Sin embargo, no podemos olvidar que, precisamente, Internet propicia formas de adhesión múltiples y relativamente débiles donde el sujeto puede transitar, modificar o cambiar de grupo cuando y donde



## Precisamente, en el espacio virtual, los sujetos configuran identificaciones posibles o ideales que no tienen por qué ser reales o estar asociadas a roles establecidos.

quiera, sin preocuparse por las relaciones reales. De modo que, más que categorías de pertenencia, el sujeto configura grupos de referencia con los que se relaciona o aspira a relacionarse psicológicamente. Aquí es fundamental tener presente la interpretación y la interacción discursiva que los usuarios realizan, que emerge como el fruto del lenguaje de una comunidad.

Ahora bien, no podemos olvidar que estas comunidades virtuales están basadas en la provisionalidad. De modo que para pertenecer a ellas no es preciso compartir rasgos estructurales con todos sus miembros o pasar ritos de iniciación para ingresar en el grupo, como tradicionalmente se hacía para llegar ser aceptado por el grupo. Aquí, tan solo es necesario el deseo de ser, como diría Foucault, o la autoafirmación temporal por parte del sujeto. De manera que el autoconcepto es construido en base a adscripciones eventuales que no tienen por qué ser definitivas. El *yo* virtual carece de compromisos y se basa en la inestabilidad, la duplicidad y el simulacro. Una cuestión que no podemos pasar por alto es que Internet puede llegar a ayudar a descubrir la orientación sexual, parte esencial de las identificaciones. La red es aquí propuesta como un lugar donde poder expresar los verdaderos sentimientos que algunos sujetos no son capaces de exponer en la vida real y como una vía de escape para evadirse así de circunstancias desfavorables. No obstante, además de suscitar un 'sentimiento común' (nosotros), los medios promueven imágenes sobre la alteridad, que son fundamentales para configurar las identificaciones. Del mismo modo que no existen sujetos extraculturales tampoco hay grupos sociales aislados respecto de otros grupos. Por lo tanto, como ha afirmado Tajfel (1984), "los

procesos que subyacen a las auto-comparaciones que cada grupo hace con otros grupos son cruciales para determinar la comprensión que de cada grupo tienen sus miembros" (p.193). El reconocimiento de la alteridad mediática es algo que corresponde a la distancia que el espectador toma respecto de los sujetos observados. De modo que el encuentro mediático entre el *yo* y el *otro* está vinculado, directamente, con el punto de vista que adopta el usuario. Al fin y al cabo, el desarrollo de una cultura requiere la existencia de la alteridad. Los procesos de identificación implican establecer antagonistas, cuya realidad se interpreta y construye.

### 6. Conclusiones

En definitiva, en la realidad virtual los sujetos pueden experimentar, performar o 'teatralizar' nuevas versiones de su *yo* mediante la creación de avatares o perfiles de usuario en blogs o redes sociales. Ahora bien, estas nuevas formas de comunicación se caracterizan por la flexibilidad y tienen gran incidencia en los modos de socializar e identificarse de los individuos y de los grupos. En el ciberespacio, el sujeto múltiple experimenta con los diferentes personajes y utiliza diversas máscaras en función de sus intereses. No obstante, es necesario plantear una dialéctica entre el avatar y el *yo*, un vínculo entre el mundo real y el virtual. Por ello, hay que integrar los diferentes espacios donde el sujeto se identifica para comprender este fenómeno en su totalidad. Precisamente, en el espacio virtual, los sujetos configuran identificaciones posibles o ideales que no tienen por qué ser reales o estar asociadas a roles establecidos. Es más, el sentimiento de pertenencia no tiene por qué estar relacionado con



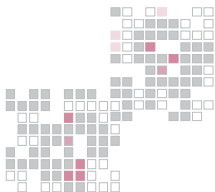


las categorías heredadas por el linaje o adquiridas por la experiencia. Estas formas de identificación pueden ser imaginadas o desiderativas y se encuentran muy relacionadas con las proyecciones. La clásica pregunta “¿quién soy?” sería respondida aquí en términos desiderativos o imaginarios. Ahora bien, más allá de estas categorías de referencia con las que el sujeto se identifica en base a proyecciones o deseos existen nuevos sentimientos de pertenencia asociados al consumo mediático. Estas nuevas categorías de ‘adherencia’ son flexibles y carecen de motivaciones sociales. Y aunque el espacio virtual genere formas más li-

bres de relacionarse, al mismo tiempo reduce la complejidad y la responsabilidad. Finalmente, el narcisismo actual surge como respuesta a una sociedad que sigue muy centrada en el sujeto, pero que no puede ofrecer a los individuos lo que desean. Las constantes amenazas nucleares o el malestar provocado por las diferentes crisis, el desinterés por la política o la familia y la creciente preocupación por el cuerpo hace que los sujetos busquen vías alternativas o construyan personajes ideales para cumplir sus aspiraciones. Los entornos virtuales emergen aquí como una alternativa necesaria para construir las identidades.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AAS, Katja F. The body Does Not Lie: Identity, Risk and Trust in Technoculture. *Crime Media Culture*, 2(2), p.143-58, 2006.
- AGUILAR, Daniel E. y SAID, Elías. Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook. *Zona próxima*, 12, en.-jul., Universidad del Norte, Barranquilla, p.190-207, 2010.
- AGUIRRE BAZTÁN, Ángel (ed.). Cultura e identidad cultural. Introducción a la antropología. Barcelona: Editorial Bardenas, 1997.
- ARAÚJO, Ana María. *El sujeto y el tiempo en la hipermodernidad: Vértigos e incertidumbres*. Montevideo: Centro Cultural de España, 2008.
- BARGH, John A.; MCKENNA, Katelyn. Y. A. y FITZSIMONS, Gráinne M. Can You See the Real Me? Activation and Expression of the “True Self” on the Internet. *Journal of Social Issues*, 58(1), p.33-48, 2002.
- BESSIÈRE, Katherine; SEAY, A. Fleming y KIESLER, Sara (2007) The Ideal Self: Identity Exploration in World of Warcraft. *Cyberpsychology and Behavior*, 10(4), agos., p.530-535, 2007.
- BORTREE, Denise S. Presentation of Self on the Web: An Ethnographic Study of Teenage Girls’ Weblogs. *Education, Communication and Information Journal*, 5(1), mar., p.25-39, 2005.
- CASILLI, Antonio. *Les liaisons numériques. Vers une nouvelle socialité*. París: Editions du Seuil, 2010.
- CASTILLA DEL PINO, Carlos. Teoría de la intimidad. *Revista de Occidente*, 182-183, jul.-agos., p.15-31, 1996.
- DELGADO, Manuel. *Disoluciones urbanas*. Medellín: Universidad de Antioquia, 2002.
- DIMAGGIO, Paul; HARGITTAI, Eszter *et al.* Social Implications of the Internet. *Annual Review of Sociology*, 27(1), agos., p.307-336, 2001.
- DIMARCO, Heather. *The Electronic Cloak: Secret Sexual Deviance in Cybersociety*. In: Jewkes, Yvonne (ed.) *Dot.cons: Crime, Deviance and Identity on the Internet*. Cullompton: Willan Publishing, p.53-67, 2003.
- GANDY JR., Oscar H. Exploring Identity and Identification in Cyberspace. *Notre Dame Journal of Law, Ethics and Public Policy*, 14(2), p.1085-1111, 2000.
- GIES, Lieve. How Material are Cyberbodies. Broadband Internet and Embodied Subjectivity. *Crime Media Culture*, 4(3), p.311-330, 2009.
- GONZALES, Amy L. y HANCOCK, Jeffrey T. Identity Shift in Computer Mediated Environments. *Media Psychology*, 11(2), p.167-185., 2008.
- KENNEDY, Helen. Beyond Anonymity, or Future Directions for Internet Identity Research. *New media and Society*, 8(6), dic., p.859-876, 2006.
- KIESLER, Sara B.; SIEGAL, Jane y MCGUIRE, Timothy W. Social Psychological Aspects of Computer-mediated Communications. *American Psychologist*, 39(10), oct., p.1123-1134, 1984.
- LASCH, Christopher. The Culture of Narcissism. *American Life* in



- An Age of Diminishing Expectations. Nueva York, NY: Norton, 1991.
- LIPOVETSKY, Gilles. *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama, 1983.
- \_\_\_\_\_. *Metamorfosis de la cultura liberal*. Barcelona: Anagrama, 2003.
- \_\_\_\_\_. *El Imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama, 1990.
- \_\_\_\_\_. *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona: Editorial Anagrama, 2006.
- LONG, George P. Who Are You? Identity and Anonymity in Cyberspace. *University of Pittsburgh Law Review*, 55, U. of Pittsburgh, Pittsburgh, PA, p.1177-1213, 1994.
- MACHADO, Arlindo. *El sujeto en la pantalla*. La aventura del espectador, del deseo a la acción. Barcelona: Gedisa, 2009.
- MARKHAM, Annette N. *Life Online: Researching Real Experience in Virtual Space*. Walnut Creek, CA: Altamira Press, 1998.
- MAZUR, Elizabeth y KOZARIAN, Lauri. Self-Presentation and Interaction in Blogs of Adolescents and Young Emerging Adults. *Journal of Adolescent Research*, 25(1), p.124-144. 2010.
- PAPACHARISSI, Zizi. *The Presentation of Self in Virtual Life: Characteristics of Personal Home Pages*. Journalism and Mass Communication Quarterly, 79(3), p.643-660, 2002.
- \_\_\_\_\_. The Real-virtual Dichotomy in Online Interaction: A Meta-analysis of Research on New Media Uses and Consequences. In: KALBFLEISCH, Pamela J. (ed.) *Communication Yearbook*, 29. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, p. 215-238, 2005.
- PARDO, José Luis. *La intimidación*. Valencia: Pre-textos, 1996.
- PAUWELS, Luc. Websites as Visual and Multinodal Cultural Expressions: Opportunities and Issues of Online Hybrid Media Research. *Media, Culture and Society*, 27(4), jul., p.604-613, 2005.
- SENNETT, Richard. *El declive del hombre público*. Barcelona: Península, 1978.
- SHEEKS, Miranda S. y BIRCHMEIER, Zachary P. Shyness, Sociability and the Use of Computer-mediated Communication in Relationships Development. *CyberPsychology and Behaviour*, 10(1), febr., p.64-70, 2007.
- SIMPSON, Brian. Identity Manipulation in Cyberspace as a Leisure Option: Play and the Exploration of the Self. *Information and Communications Technology Law*, 14(2), jun., p.115-131, 2005.
- SLATER, Michael D. Reinforcing Spirals: The Mutual Influence of Media Selectivity and Media Effects and Their Impact on Individual Behavior and Social Identity. *Communication Theory*, 17(3), agos., p.281-303, 2007.
- STERN, Susannah R. Virtually Speaking: Girls' Self-disclosure on the WWW. *Women's Studies in Communication*, 25(2), p.223-253, 2002.
- TABACHNIK, Silvia. Retratos secretos. Figuraciones de la identidad en el espacio virtual. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62, en-dic., Universidad de La Laguna, Tenerife, p.1-12, 2007.
- TAJFEL, Henri. *Intergroup Relations, Social Myths and Social Justice in Social Psychology*. In: \_\_\_\_\_. *The Social Dimension*, vol. 2. Cambridge: Cambridge University Press, p.695-715, 1984.
- TISSERON, Serge. *L'intimité surexposée*. Paris: Hachette, 2001.
- TOCQUEVILLE, Alexis. *De la democracia en América*. Madrid: Akal, 2007.
- TURKLE, Sherry. *Alone Together*. Nueva York, NY: Basic Books, 2011.
- \_\_\_\_\_. *The Second Self: Computers and the Human Spirit*. Cambridge, MIT Press, 2005.
- \_\_\_\_\_. Identity and Cyberspace. *Contemporary Sociology*, 28(6), nov., 643-648, 1999.
- \_\_\_\_\_. *La vida en la pantalla*. La construcción de la identidad en la era de Internet. Barcelona: Paidós, 1997.
- VALKENBURG, Patti M.; SCHOUTEN, Alexander P. y PETER, Jochen. Adolescents Identity Experiments on the Internet. *New Media and Society*, 7(3), jun., p.383-402, 2005.
- WHITAKER, Reginald. *The End of Privacy: How Total Surveillance is Becoming a Reality*. Nueva York, NY: The New Press, 1999.
- YEE, Nick y BAIENSON, Jeremy. The Proteus Effect: Self Transformations in Virtual Reality. *Human Communication Research*, 33(3), jul., p.271-290, 2007.

ENVIADO DIA: 25/10/2013  
 APROVADO DIA: 15/11/2013

