Identidad digital

POR **MIGUEL PÉREZ SUBÍAS**

El desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha modificado radicalmente el concepto de identidad, que ahora congrega conjuntamente los diferentes planos sociales del individuo: familia, trabajo y amigos. La identidad digital se construye ya no solo a partir de lo que somos, sino también de lo que hacemos y de cómo nos relacionamos.

La identidad la podríamos definir como el conjunto de rasgos que nos caracterizan frente a los demás. El termino ‘identidad digital’ pone el énfasis en aquellos rasgos del individuo que encontramos digitalizados y que están a disposición de los demás.

El término ‘identidad digital’ empieza a acuñarse en la década de 1990 con la introducción de los ordenadores personales, aunque son Internet, las redes sociales y los dispositivos móviles los que lo han impulsado al aportar conexiones, relaciones y los sensores que permiten su construcción de forma socializada, colaborativa y ubicua.

A diferencia de otros momentos, la información está digitalizada, es accesible y tiene una persistencia muy elevada, lo cual está facilitando el desarrollo de aplicaciones que permiten encontrar, relacionar y medir aspectos como la influencia, la reputación o la visibilidad.

Estamos inmersos en un proceso de digitalización sin precedentes, donde cada vez es más importante lo que se encuentra y se dice sobre mi persona en Internet a la hora de tomar decisiones que pueden ser trascendentales para mi vida personal, social y profesional. Decisiones que se tomarán, en muchos casos, sin darme ninguna oportunidad de interlocución personal con aquel que debe tomarlas.

La visibilidad, la reputación y la privacidad en redes sociales y en aplicaciones de Internet se convierten en elementos que debemos conocer para llegar a conocer y a gestionar mi identidad digital.

Punto de partida

Fundación Telefónica
Telefónica

Antes de que Internet irrumpiese en nuestras vidas, la identidad del individuo se circunscribía a una parte formal -que se sustanciaba en una serie de documentos y certificados emitidos por las

Administraciones Públicas (partida de nacimiento, documento de identidad, certificados de estudios, penales, etc.)-, a lo que se publicaba o se decía de él en los medios de comunicación y a lo que conocían aquellas personas, empresas u organizaciones con los que mantenía algún tipo de relación personal o profesional.

Antes de 1990 son muy pocos los elementos de la identidad personal que estaban digitalizados y apenas existe interconexión entre los centros que almacenan y gestionan esta información: casi siempre grandes ordenadores centrales de las Administraciones Públicas, entidades financieras y grandes empresas de servicios.

A finales del siglo XX es el ordenador personal el que amplía el rango, permitiendo que muchas empresas de servicios (gestorías, pequeños negocios…) procesen y digitalicen información profesional.

Sin embargo, es la popularización de Internet, a finales de esa década, la que pone a disposición de todo el mundo esta información administrativa y empresarial y en paralelo da comienzo una labor ingente de digitalización a la que contribuyen tanto las organizaciones como los individuos.

El siguiente avance viene de la mano de las aplicaciones de Internet y de la apertura de estas a la interacción de las personas, que se denominó Web 2.0. El primer gran cambio son los buscadores, que indexaban toda la información existente en Internet y simplificaban su acceso, su localización y su utilidad en función de la experiencia del usuario. A estos le sigue la apertura de las aplicaciones al diálogo con las personas, permitiéndoles crear sus propios contenidos y comentar lo que otros publican. Son las redes sociales las que contribuyen a digitalizar de forma masiva elementos relacionales y sociales, tanto de la vida profesional como de la personal de los individuos.

Actualmente, son los terminales móviles inteligentes los que permiten contextualizar la digitalización a través de la geolocalización, la identificación y su capacidad de generar información multimedia digitalizada. Todo ello sumado a aplicaciones cada vez más potentes de reconocimiento, gestión y proceso de datos accesibles desde estos dispositivos.

En paralelo, va adquiriendo cada vez mayor peso el número de servicios disponibles en la Red, tanto de las Administraciones Públicas como de las empresas, que requieren reconocer a la persona que las utiliza, lo cual obliga a desarrollar elementos seguros de identificación digital que en países como España van desde la implantación de un Documento Nacional de Identidad dotado de firma digital hasta la identificación a través del móvil para determinadas gestiones administrativas.

Identidad digital aumentada

El uso generalizado de Internet, las prestaciones de los nuevos terminales móviles, la cada vez

Fundación Telefónica
Telefónica

mayor participación de los ciudadanos en las redes sociales, junto con potentes herramientas de proceso de toda esta información, hacen posible que cada vez haya más datos de cada uno de nosotros a disposición de los demás.

Las tecnologías están colaborando a crear una identidad digital aumentada que potencia y proyecta las experiencias de los individuos y que permite transmitir pensamientos, imágenes y contenidos de forma instantánea a través de diferentes redes relacionales interconectadas entre sí.

La construcción de nuestra identidad ya no depende únicamente de lo que nosotros hagamos o digamos, sino que cada vez adquiere mayor relevancia aquello que los demás dicen de mí y la información derivada de aquellos con los que me relaciono en las redes sociales. Cada vez es más difícil de controlar este proceso continuo de interconexión simultánea de los diferentes planos sociales del individuo: familia, trabajo y amigos. Planos que antes de la aparición de Internet eran prácticamente estancos.

Lo que se sabe de lo que hacemos

Es importante recalcar que más allá de lo que es público (lo que decimos o dicen de nosotros, de los que seguimos o nos siguen), hay otra información que no trasciende, que se obtiene del uso que hacemos de las aplicaciones o de los contenidos que depositamos en ellas (correos, contactos, etc.) y que también tiene una gran influencia en la construcción de nuestra identidad digital, al condicionar por ejemplo los resultados que se ofrecen en los servicios de búsqueda.

La digitalización permite medir y cuantificar aspectos como la visibilidad de los individuos o su nivel de influencia a partir del número de seguidores, de las réplicas y enlaces a sus contenidos o simplemente de los comentarios que hacen a sus opiniones. No solo es importante la cantidad de información que hay sobre mi persona, sino también el dónde, cómo y quién lo hace, ya que todo ello va configurando mi reputación.

Aprender a gestionar la identidad digital

La gestión de la identidad digital implica que los usuarios deben ser conocedores de cómo se construye y que deben participar activamente en su construcción; no vale con ser meros observadores.
Preservar nuestra intimidad en la Red nos puede exigir, en algunos casos, mantener diferentes perfiles. En paralelo, el grado de seguridad y de privacidad que dispongan aquellas aplicaciones y redes sociales en las que participo también puede condicionar aspectos relacionados con mi intimidad y mi privacidad.

La construcción de mi identidad digital en la Red implica un proceso de aprendizaje y una actitud colaborativa y participativa. La gestión de la propia presencia en la Red se va a convertir en una necesidad que deberá abordar en breve el proceso educativo para todos los ciudadanos.

Fundación Telefónica
Telefónica

La dificultad de ser uno mismo

Resulta sorprendente la dificultad que están encontrando los sistemas que permiten autenticar al ciudadano de una forma global y segura. Los ecosistemas legales de autenticación actuales, como el DNI digital o la firma electrónica, tienen ámbitos de actuación local y presentan muchas limitaciones en un mundo globalizado como es Internet.

La autenticación es esencial para la seguridad de la organización que concede el acceso a sus recursos y también para la seguridad de la persona que accede a ellos: pensemos en el dinero en el banco o en datos personales como los informes médicos. Al ofrecer seguridad y privacidad en la gestión de identidad digital se establece una relación de confianza entre las partes y permite el desarrollo de aplicaciones tanto de ámbito administrativo como comercial.

En este sentido, se están realizando esfuerzos importantes tanto en el ámbito de la Unión Europea como en el de los países industrializados para incorporar sistemas globales que permitan la tramitación de gestiones administrativas, el pago o el acceso a servicios que requieren una autenticación previa del usuario que accede a ellos.

Estructura del Dossier

El Dossier lo hemos estructurado, en primer lugar, con dos colaboraciones que nos introducen a la influencia de las redes sociales en la identidad digital y a las tendencias paneuropeas en materia de identificación formal.

A continuación se expone la conceptualización y la caracterización del individuo ante estos nuevos espacios sociales: cómo se comporta y cómo se expresa en ellos. Seguimos con un análisis sobre los perfiles de usuario; se analiza la trazabilidad, la monitorización y cómo todo ello afecta a la construcción de nuestra identidad.

Nos ha parecido interesante incluir un trabajo sobre la percepción que los jóvenes nativos digitales tienen sobre su intimidad y su concepto de lo público y lo privado en un mundo donde las barreras y los límites son distintos a los que había antes.

El Dossier termina analizando la era que abren los dispositivos móviles y el Internet de las cosas, donde mi propia actividad genera información multimedia que es parte del acervo que construye mi identidad en la Red.

Conclusiones

A modo de conclusión quiero destacar los grandes retos que tenemos los ciudadanos en relación con nuestra identidad digital:
– Desarrollar estrategias en lo personal y en el ámbito educativo que nos permitan conocer y gestionar de forma efectiva nuestra identidad digital por su impacto en nuestra vida personal, social y profesional.
– Implementar ecosistemas globales de identificación formal que sean seguros y reconocidos

Fundación Telefónica
Telefónica

por todos los países, que le permitan al usuario ser uno mismo, autenticarse siempre que se requiera de una forma segura y sencilla.
– Crear una regulación que aporte transparencia, dándole al usuario el conocimiento y la capacidad de decidir sobre la información personal que recogen de él las aplicaciones y sobre los potenciales usos que puedan hacerse de ella.

Fundación Telefónica
Telefónica