

Identidad de género en las redes sociales

Por Aura M^a Vega Stavro

Los avatares y los modos en que se construye la identidad de los usuarios en Internet.

Desde que una persona nace es imperativo que se realice un registro¹ donde se oficializa la selección de un nombre por parte de los padres, lo que marca el inicio en la definición de la identidad. Eva Patricia Gil Rodríguez apunta sobre el tema:

«Y es que todos cuando nacemos somos bautizados con un nombre, y este nombre nos inaugura como sujetos sociales, aún cuando el efecto de este espacio interior todavía no ha llegado a producirse».²

Y es que no solamente se trata de la asignación de un nombre que es el que garantiza legalmente que se tenga una identidad, sino que también se relaciona con la imagen. Por ejemplo: con las huellas de los pies en un registro civil de nacimiento o con la fotografía y la huella del dedo índice en la tarjeta de identidad y la cédula de ciudadanía. También esta exigencia de comprobar identidad, con un número y una imagen (huella y foto), se traslada a otros espacios, por ejemplo físicos, como las instituciones educativas, salud, financieras, etc.; y virtuales como las redes sociales y otros espacios que exigen un registro por parte de los usuarios.

El ser humano, es indudablemente una criatura social. Desde tiempos remotos se ha escrito y declarado al respecto, como por ejemplo Aristóteles señala en su libro *Política*:

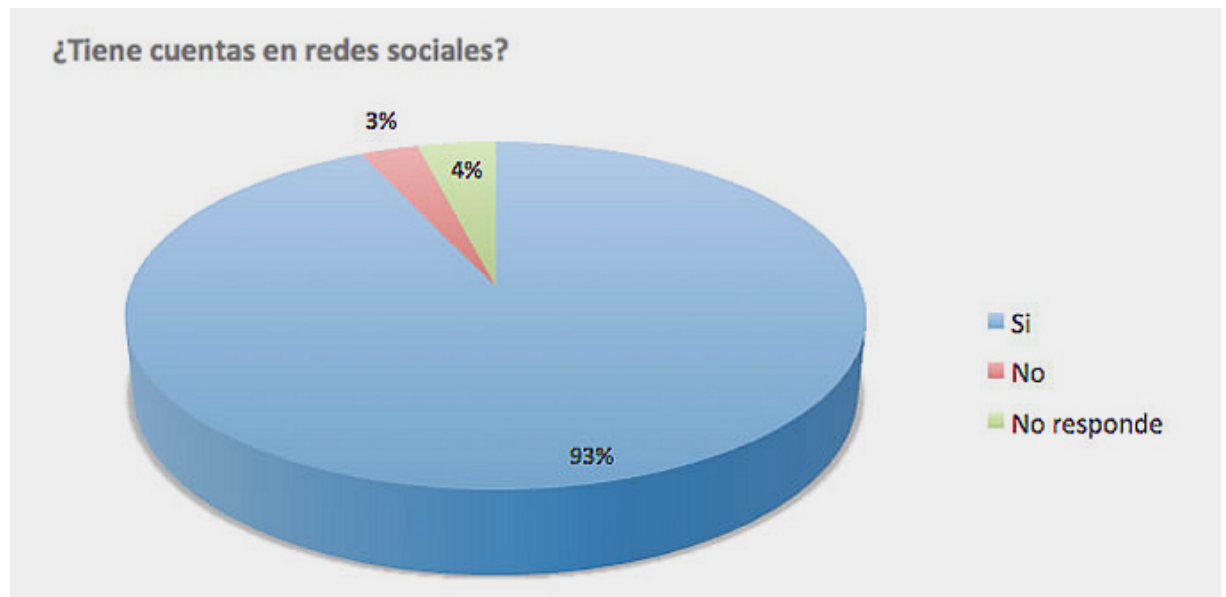
«Si el hombre es infinitamente más sociable que las abejas y que todos los demás animales que viven en grey, es evidentemente, como he dicho muchas veces, porque la naturaleza no hace nada en vano».³

Y esta capacidad de ser sociable lo motiva a comunicar y comunicarse a través de diferentes medios, que van desde lo oral a lo digital. En esta medida, los medios de comunicación han propiciado que la información se transmita y llegue hasta los lugares más remotos, claro está, dependiendo de los accesos que tengan los usuarios. Como sujetos sociales, en internet y las redes sociales también los usuarios son invitados a ser bautizados, a seleccionar un nombre, que puede ser el mismo que aparece en su documento físico o puede crear un *nick* o *nickname*⁴ y también seleccionar una imagen o avatar⁵.

Algunos sistemas de registro exigen por parte del usuario la selección de un avatar o imagen personalizada. Si no se hace una elección, de acuerdo a la selección hecha en el ítem «género» o «sexo», el sistema decide escoger una imagen genérica que representará al

usuario.

Previo al desarrollo de este ensayo se realizó una encuesta con usuarios contactados vía email y redes sociales, donde se le formularon algunas preguntas referentes al tema de género y uso de imágenes que den identidad en internet. La encuesta se realizó entre personas con un promedio de edad de 24 años. El 93% manifestó que tiene cuenta por lo menos en una red social.

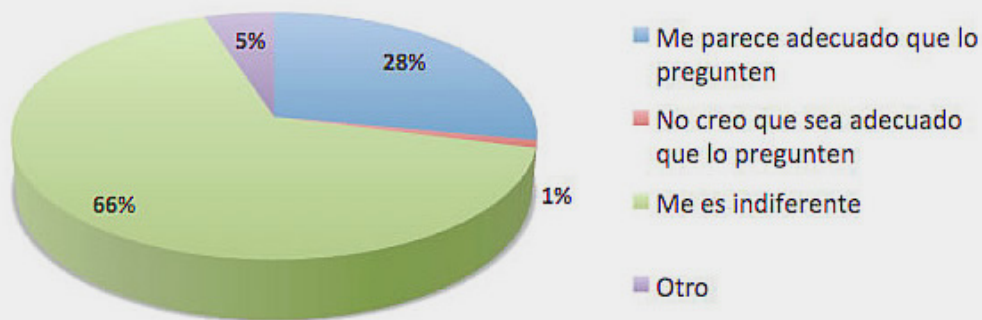


A la pregunta donde se le solicita a los usuarios que en un campo abierto coloquen su género, el 100% lo relacionó con las palabras: masculino o femenino. Es posible que la acepción que llegue a la mente de los usuarios sea esta, ya que por el origen de las redes sociales y sitios con servicio de email, principalmente de estados unidos (país de habla anglosajona) el término se relaciona principalmente a los sexos. Sobre este tema, Marta Lamas señala:

«Son varias —y de diferente índole— las dificultades para utilizar esta categoría. La primera es que el término anglosajón gender no se corresponde totalmente con el español género: en inglés tiene una acepción que apunta directamente a los sexos (sea como accidente gramatical, sea como engendrar) mientras que en español se refiere a la clase, especie o tipo a la que pertenecen las cosas, a un grupo taxonómico, a los artículos o mercancías que son objeto de comercio y a la tela».⁶

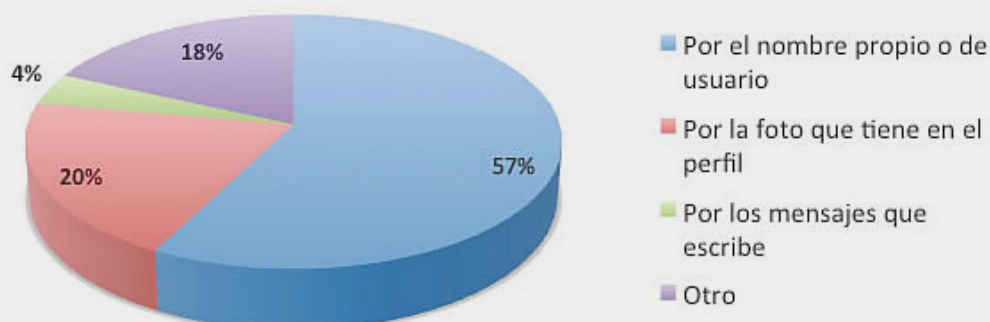
Una de las preguntas realizadas a las personas encuestadas, fue: «Cuando llena un formulario de registro en internet (para email, boletines, redes sociales, etc.) y aparece el campo donde le preguntan su género o sexo, ¿Usted qué piensa?». El 66% contestó que la pregunta le es indiferente, al 28% le parece que es adecuado que se lo pregunten, el 1% no cree que sea adecuado que se lo pregunten y el 5%, que respondió con el ítem «otro», señaló que lo que piensa es que los están segmentando para ofrecerles algún producto o servicio.

Cuando llena un formulario de registro en internet (para email, boletines, redes sociales, etc.) y aparece el campo donde le preguntan su género o sexo, ¿Usted qué piensa?



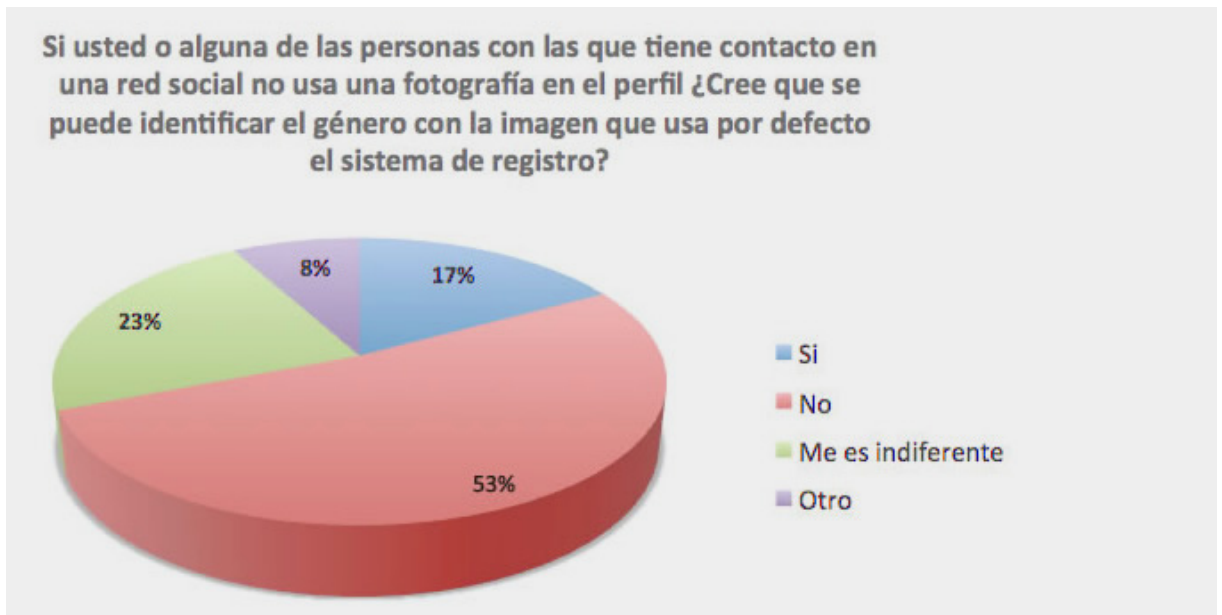
Los usuarios encuestados, en un 57%, dicen que identifican el género de sus contactos en las redes sociales por el nombre que utilizan en el perfil, sea nombre propio o su *nick* o nombre de usuario. El 20% indica que hace la identificación viendo la imagen o avatar que utiliza en el perfil, el 4% dice que a través de los mensajes que se escriben. El 18% de los encuestados seleccionó el ítem «otro» y dice que normalmente lo sabe pues sólo sigue a usuarios que conoce personalmente.

Cuando inicia sesión en las redes sociales que usa, ¿Cómo sabe el género de las personas con las que está en contacto?



A la pregunta «si usted o alguna de las personas con las que tiene contacto en una red social no usa una fotografía en el perfil, ¿cree que se puede identificar el género con la imagen que usa por defecto el sistema de registro?». El 53% respondió que no, el 23% piensa que le es indiferente, el 17% cree que sí y el 8% seleccionó el ítem «otro». Los que respondieron «No», creen que no es posible la identificación ya que las imágenes que se usan por defecto generalmente son genéricas, no se inclinan hacia el estándar por ejemplo de indicar que se es mujer por tener el cabello largo y que se es hombre por tener el cabello corto. Los muchos de

los que se inclinaron a responder «sí» u «otro», sustentan su respuesta en que el mayor porcentaje de sus contactos con conocidos.



El principal motivo para el uso de las redes sociales sigue siendo el personal⁷, y la búsqueda y muestra de una identidad en este medio puede llegar al grado de personalización que estime el usuario. Usualmente a través de las respuestas que dan las personas en los formularios de registro, se busca dar una identificación básica, que es orientada principalmente por la selección de género que hace el usuario.

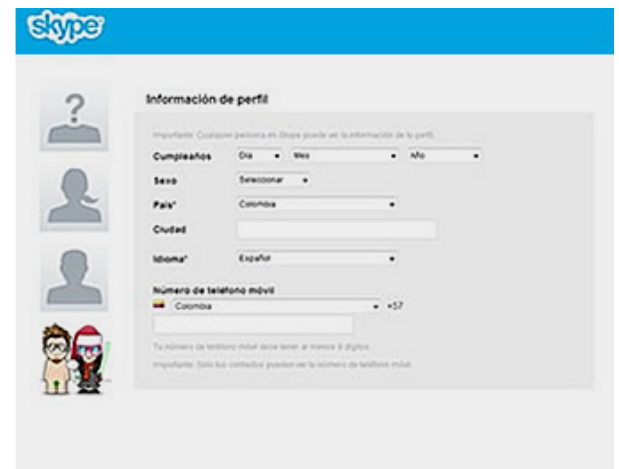
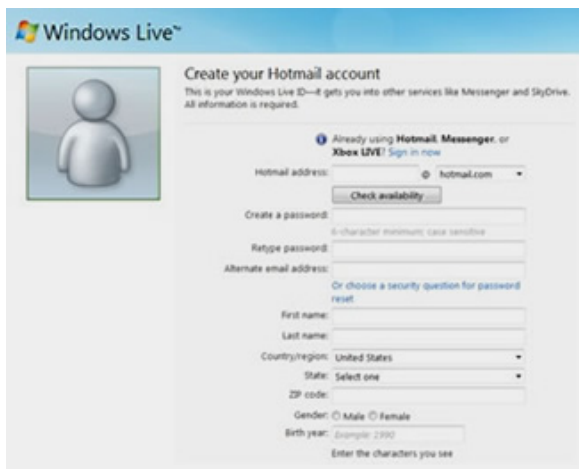
Algunas redes sociales permiten que sea libre que el usuario realice o no la selección de su género, otras exigen que se escoja alguna de las opciones que da el formulario. De acuerdo a la respuesta que da una persona en el campo de género el sistema decide cuál de las imágenes disponibles por defecto asignar para identificarlo.

Por ejemplo Facebook, una de las redes más populares en todo el mundo, solicita al usuario que seleccione sexo y asigna, de acuerdo a las dos opciones: mujer y hombre, una imagen para identificarlo. Ahora, la imagen que aparece, si el usuario no decide colocar una propia, es impuesta; es decir, solo hay lo que parece ser una mujer con cabello largo y lo que parece ser un hombre con cabello corto.

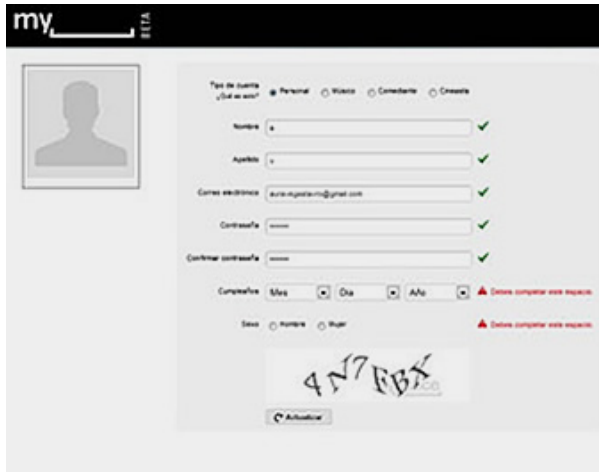


La red LinkedIn, reconocida por su objetivo para hacer contactos laborales, no solicita que el usuario seleccione género y tiene solo una imagen para asignar a los que no coloquen una propia en su perfil. A pesar que Windows Live solicita que el usuario seleccione una de las opciones en el ítem sexo, al igual que LinkedIn solo existe una imagen genérica para todos.

Skype cuenta con tres opciones de avatar para identificar gráficamente a los usuarios que no colocan su propia imagen, una para los que seleccionan mujer, otra para los que seleccionan hombre y otra para los que no deciden hacer una elección. Esta última, tiene la particularidad que no muestra una cabeza con cabello largo o corto, sino que muestra un signo de interrogación. Además de lo anterior, Skype permite que se haga compra de avatares que se pueden personalizar con diversos motivos.



Twitter, la red de microblogging, no solicita seleccionar una opción en un campo de sexo, pero si no hay una imagen personalizada, se muestra un huevo, cuyo color puede variar aleatoriamente. Este huevo tiene relación con el identificador de esta red que es un pájaro. Finalmente, MySpace, exige que los usuarios seleccionen entre hombre y mujer y usa la misma imagen para identificar a ambos.



La identidad de las personas que hacen uso de las redes sociales y que por uno u otro motivo no quieren compartir una fotografía con los usuarios para ayudar en su reconocimiento, se ve limitada ante la oferta de imágenes genéricas o prediseñadas disponibles en los sistemas de registro.

Aunque los usuarios de las redes sociales confían en primera medida en los nombres de sus contactos para saber quiénes son y en segunda en la foto de su perfil, cabe la inquietud sobre qué les hace pensar que ese nombre y esa gráfica son concluyentes en la generación de una idea sobre la identidad de otra persona, así sea en el entorno virtual.

Finalizo con un caso real. Por políticas de privacidad reservo el nombre de la empresa y la persona encargada de este proyecto, y es un usuario creado en la red Facebook. Se trata de un personaje femenino, al cual le pensaron edad y características de comportamiento. Son de ficción también su familia y todo su historial. Es una mujer con las características muy bien estudiadas para que sea atractiva, más no «regalada». Sus fotos salieron de un banco de imágenes que se consigue en el comercio. Nunca le ha solicitado a otros usuarios que quiere ser su amiga, sino que ellos la buscan para serlo y actualmente cuenta con más de tres mil amigos.

Constantemente participa en la red, contesta mensajes que le dejan en el correo, muestra su estado de ánimo a diario, discute con su prima (también ficticia), tiene ofrecimientos para salir y se da el lujo de rechazarlos.

Es un usuario pensado y creado solo para fines publicitarios, pero con el suficiente tacto para desenvolverse como cualquier otro y no delatarse. Este personaje es administrado por un hombre, adulto joven, heterosexual, casado y con una hija. Manifiesta que el personaje está muy bien creado y administrado y que obviamente se mantiene vivo por la ingenuidad de sus «amigos» en Facebook, que cada día le comparten sus pensamientos y que tienen la esperanza de alguna vez ver en persona su cándida sonrisa.

Publicado el 09/03/2012

-
1. En Colombia, la ley cuenta con los Artículos 48 Decreto ley 1260/70, 49 Decreto ley 1260/70, que indica:
A. Por regla general dentro del mes siguiente al nacimiento, con uno de los siguientes documentos.
 2. Gil Rodríguez, Eva Patricia (2002). ¿Por qué le llaman género cuando quieren decir sexo?: Una aproximación a la teoría de la performatividad de Judith Butler. Athenea Digital, núm. 2, Pag. 37
 3. [Política](#) - Aristóteles, Pág. 13 - Consulta realizada el 9 de marzo de 2012
 4. [Diccionario de informática](#): Alias, sobrenombre, nombre de usuario. Palabra, nombre o pseudónimo que utiliza un usuario en un chat o un mensajero para identificarse y poder comunicarse. - Consulta realizada el 9 de marzo de 2012
 5. [Diccionario de informática](#): Foto o gráfico que representa a un usuario específico, tal como lo hace un nick. En la mayoría de los mensajeros es posible elegir un avatar - Consulta realizada el 10 de Feb. De 2011
 6. Lamas, Marta. [Usos, dificultades y posibilidades de la categoría género](#). Pág. 1. - Consulta realizada el 10 de Feb. De 2011
 7. [The Cocktail Analysis](#) (Agencia de investigación y consultoría estratégica especializada en nuevas tecnologías, tendencias de consumo y comunicación), con el patrocinio de BBVA, Microsoft y Telefónica- 2ª oleada del estudio Observatorio de Redes Sociales - Consulta realizada el 10 de Feb. De 2011

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/identidad-de-genero-en-las-redes-sociales>

