

# Aproximación a la identidad digital desde la antropología filosófica personalista

*An approach to digital identity  
from the personalist philosophical anthropology*

---

JOSÉ MARÍA BOLUFER FRANCIA\*

**Resumen:** Las nuevas tecnologías ofrecen la posibilidad de adaptar, modificar y controlar de manera selectiva la forma en la que las personas pueden revelar su “identidad”, determinando, entre otros aspectos, qué, cómo o cuándo revelarla. Esta capacidad, que se denomina “identidad digital” o “identidad *online*”, representa un cambio de paradigma en comparación con los modelos tradicionales de comunicación y relación social. En este sentido, la identidad *online* abre un amplio abanico de oportunidades para explorar y participar en el entorno digital, pero al mismo tiempo plantea desafíos que pueden impactar de manera significativa en las dimensiones fundamentales del ser humano.

Este artículo tiene como objetivo ofrecer una perspectiva diferente de la influencia que la identidad digital, a través de la cual nos comunicamos en Internet y en redes sociales, genera en el ser personal. Para ello, se parte de la descripción de persona que ofrece la Antropología Filosófica Personalista, y a través de un análisis estructurado, se examinan las implicaciones que tiene esta identidad en la concepción de la persona como sujeto integral, libre y relacional. El estudio recoge, a su vez, aspectos relevantes que permiten comprender mejor las interacciones que se producen en el mundo *online*, y plantea cuestiones que podrían orientar el desarrollo y uso de las nuevas capacidades digitales.

**Palabras clave:** personalismo, filosofía de la tecnología, antropología, identidad digital, sociedad digital.

**Abstract:** New technologies offer the possibility of selectively adapting, modifying, and controlling the way in which people can disclose their “identity,” determining, among other aspects, what, how, or when to reveal it. This ability, termed “digital identity,” or “online identity” represents a paradigm shift in comparison to conventional models

---

\* Universidad Villanueva, Madrid. E-mail: josemaria.bolufer@alumnos.villanueva.edu. ORCID 0009-0008-8308-8744

of communication and social interactions. In this sense, online identity facilitates a broad spectrum of opportunities for exploration and engagement within the digital environment, but at the same time, it poses challenges that can exert a substantial impact on fundamental aspects of human beings.

This article aims to offer a novel perspective on the influence that digital identity, through which we communicate on the Internet and social networks, has on the personal being. To this end, it begins with the description of the person offered by Personalist Philosophical Anthropology, and through a structured analysis, it examines the implications of this identity for the conception of the person as an integral, free, and relational subject. The study also highlights relevant aspects that allow for a better understanding of the interactions that take place in the online world and raises questions that could guide the development and use of new digital capabilities.

**Keywords:** Personalism, philosophy of technology, anthropology, digital identity, digital society.

Recibido: 04/02/2025  
Aceptado: 18/02/2026

---

## 1. Introducción general

La persona, como ser intrínsecamente relacional, se encuentra profundamente vinculada al entorno social en el que se desenvuelve. En la actualidad, este entorno atraviesa una transformación radical impulsada por la irrupción y adopción generalizada de las tecnologías digitales, un fenómeno que ha llevado al mundo académico a conceptualizar este nuevo contexto bajo términos como “Sociedad Digital”, “Sociedad en Red”, “Sociedad *Online*”, “Era de la Información”<sup>1</sup>, etc. En este escenario, la persona moderna se desarrolla, interactúa y se adapta, enfrentándose a tecnologías que reconfiguran su forma de relacionarse con los demás. Los cambios generados en la sociedad digital inciden profundamente en la autopercepción, en la concepción de la comunidad y en los procesos

---

<sup>1</sup> Los conceptos de sociedad digital, sociedad en red, sociedad *online* o era de la información se han utilizado en muchas ocasiones de forma similar, si bien, según el autor que ha abordado el estudio ha podido identificar características particulares para cada uno de estos conceptos. Entre las figuras más destacados que han tratado estas cuestiones se puede encontrar a Manuel Castells, Luciano Floridi, Jan van Dijk, Klaus Schwab o Nicolas Negroponte, entre otros.

de evolución cultural, lo que exige una reflexión crítica sobre sus implicaciones antropológicas.

De entre los diversos impactos que este nuevo contexto social puede tener, este estudio se centra en un aspecto específico, el relacionado con la “identidad *online*” o “identidad digital”, entendida como una de las manifestaciones más significativas de la universalización de las comunicaciones digitales. Esta identidad facilita la relación en el entorno virtual, pero plantea a su vez interrogantes sobre su influencia en la concepción misma del ser personal.

Para analizar estas cuestiones, el análisis se aborda desde la perspectiva antropológica del Personalismo Integral. El objetivo es reflexionar sobre las implicaciones más relevantes asociadas a la identidad de la persona en un mundo dominado por la tecnología y las nuevas formas de comunicación.

## **2. La antropología filosófica y el estudio de la identidad *online***

El impacto que las nuevas tecnologías digitales generan en el ser humano puede abordarse desde diversas disciplinas. Campos como la psicología, la sociología y la medicina han analizado los efectos en el comportamiento, en las dinámicas de relación social, en la comunicación o en la aparición de nuevos trastornos de salud. Sin embargo, todas estas perspectivas, aunque valiosas, tienden a centrarse en aspectos concretos, dejando en segundo plano a la persona como ser integral. Dado que la identidad *online* puede influir de manera transversal en todas las dimensiones fundamentales del individuo, e incluso cuestionar su propia concepción ontológica, este trabajo aborda su análisis de manera global. Para ello, se parte de la antropología propuesta por el Personalismo Integral y se desarrolla un modelo de evaluación que consiste en confrontar las dimensiones de la persona con las principales características que determinan a la identidad digital. Este enfoque ayuda a identificar los impactos más relevantes en cada dimensión del individuo, facilitando una comprensión detallada de sus implicaciones antropológicas.

En el análisis se respeta la concepción integral de la persona, reconociendo su valor único y carácter irrepetible. La categorización en dimensiones y características es únicamente un recurso metodológico, destinado a identificar los efectos e influencia que puede ejercer esta tecnología en el ser humano. En este sentido, Leonardo Polo, en su obra *¿Quién es*

*el hombre*?<sup>2</sup>, subrayaba que la persona no puede reducirse a un objeto de estudio analítico como si fuera una máquina. Sin embargo, también reconoce que, cuando los modelos analíticos se aplican con rigor y respeto por la integridad personal, pueden contribuir a resolver problemas y a profundizar en la comprensión del ser humano.

Por todo ello, se ha combinado el análisis estructurado con una reflexión filosófica que preserva la concepción holística del individuo, ofreciendo propuestas concretas para gestionar los desafíos que la identidad digital plantea en el marco de una sociedad tecnificada.

### 3. El ser personal y sus dimensiones fundamentales

Como se acaba de indicar, para esta reflexión se utiliza el marco teórico ofrecido desde la Antropología Filosófica Personalista, y más concretamente el trabajo realizado por Juan Manuel Burgos en su obra *Antropología: Una guía para la existencia*. El motivo principal de optar por esta aproximación es que en esta obra se ha conseguido unificar y describir de una manera integral, no solo las características naturales del ser humano, sino también otros aspectos clave como son su conciencia, su sensibilidad, su libertad o las relaciones intersubjetivas a través del concepto de “acción”.

En concreto, la definición que ofrece Burgos de la persona es la siguiente:

“La persona es un ser digno en sí mismo, pero necesita entregarse a los demás para lograr su perfección, es dinámico y activo, capaz de transformar el mundo y de alcanzar la verdad, es espiritual y corporal, poseedor de una libertad que le permite autodeterminarse y decidir en parte no solo su futuro, sino su modo de ser está enraizado en el mundo de la afectividad y es portador y está destinado a un fin trascendente”<sup>3</sup>.

Una vez determinado el concepto de persona, el siguiente paso es identificar cuáles son las principales características que la constituyen. En general, la mayoría de las teorías antropológicas comparten una visión general. Sin embargo, estas suelen diferir principalmente en el carácter de los elementos concretos que conforman a la persona y en cómo

---

<sup>2</sup> Cfr. L. POLO, *Quién es el hombre: Un espíritu en el tiempo* (7ª ed.), Rialp, Madrid 2021, p. 26.

<sup>3</sup> J. M. BURGOS, *Antropología: una guía para la existencia* (6ª ed.), Palabra, Madrid 2017, p. 37.

se combinan dichos elementos<sup>4</sup>. En este sentido, la propuesta ofrecida por el Personalismo Integral resulta especialmente útil a la hora de organizar estos elementos en un conjunto de dimensiones fundamentales, ofreciendo así un esquema claro y sistemático que facilita su estudio.

Para este análisis, se han incorporado ligeras modificaciones respecto a la propuesta original de Burgos, siendo el resultado final un modelo que incluye tres dimensiones fundamentales: la dimensión corporal, la psíquica y la espiritual. A estas tres se añade una cuarta dimensión, la relacional, que refleja la interacción de la persona con los demás y con su entorno. Esta última dimensión adquiere una especial relevancia, por el papel que juega en la construcción de la identidad del individuo.

A continuación, se presenta una breve descripción de cada una de estas dimensiones, junto con las principales características que las componen.

### *3.1. Dimensión corporal o somática*

Esta dimensión incorpora todos los aspectos relacionados con el cuerpo, desde una perspectiva biológica, y con especial foco en los rasgos físicos. El cuerpo humano constituye la estructura fisiológica de la persona, y sin ella la persona no existe.

Dentro de ella destacan dos características: los sentidos, que son el punto de acceso de la información y que dan lugar a los procesos de percepción por los que interpretamos y comprendemos la información, y la actividad física, que nos permite ejecutar acciones para interactuar con el mundo exterior.

### *3.2. Dimensión psíquica o psicosomática*

La dimensión psíquica tiene una relación directa con la corporal, y en muchos aspectos se entrelaza con ella, ya que complementa su función biológica. Abarca principalmente temas relacionados con la mente y el estado emocional, e incorpora los procesos cognitivos que permiten trascender los modelos biológicos primarios. Por tanto, esta dimensión es el pilar fundamental que sustenta los procesos intelectuales y contribuye a la comprensión del mundo.

---

<sup>4</sup> A. J. AYER, *The Concept of a Person and other essays* (1ª ed.), The Macmillan Press Ltd, London 1963.

Entre sus características principales destacan aquellas relacionadas con la capacidad de almacenamiento, interpretación, aprendizaje, creatividad y resolución de problemas. Todos ellos ligados con la memoria, la inteligencia y la imaginación. Es importante resaltar que la memoria, como base de nuestros recuerdos, es un factor clave de la constitución de la identidad personal, ya que es la fuente de las experiencias vividas<sup>5</sup>.

Por otro lado, también se encuentran dentro de esta dimensión las emociones, los sentimientos y los instintos y deseos, que son aspectos importantes que permiten responder a los estímulos generados al relacionarnos con el entorno. Respecto a los sentimientos, que son una cuestión prioritaria de la psicología, se valoran desde la propuesta desarrollada por Scheler, que los clasificaba en cuatro tipos: sentimientos sensibles, aquellos relacionados con las experiencias físicas, los sentimientos vitales, más complejos y que reflejan la vida del cuerpo como un todo, los sentimientos puros de la psique relacionados con la vida emocional del individuo y, por último, los sentimientos espirituales relacionados con valores universales y trascendentales<sup>6</sup>.

### 3.3. Dimensión espiritual

Esta tercera dimensión puede considerarse la más diferencial del ser humano. Si bien puede confundirse, por la semántica, con el concepto de alma, realmente no pretende abordar la vertiente religiosa de la persona. En ella se incluyen aquellas características asociadas a la capacidad del sujeto de tomar decisiones de forma libre, consciente y voluntaria.

Precisamente, Scheler incluía dentro de esta dimensión los principios de independencia, libertad y autonomía existencial<sup>7</sup>. Además, describía esta dimensión como “el centro activo en el que el espíritu se manifiesta dentro de la esfera del ser finito, a rigurosa diferencia de todos los centros funcionales de la vida”<sup>8</sup>.

Por todo ello, dentro de esta dimensión se incorporan los siguientes elementos: la conciencia o identidad personal del yo, la libertad, definida como elección libre en el momento de actuar y, finalmente, la voluntad entendida como una facultad o actividad consciente de dominio sobre las emociones.

<sup>5</sup> Cfr. J. M. BURGOS, *Antropología: una guía para la existencia*, cit., pp. 99-100.

<sup>6</sup> Cfr. M. SCHELER, *Formalism in ethics and Non-Formal Ethics of Value. A new attempt toward the foundation of an ethical personalism* (5ª ed.), Northwestern University Press, Evanston, 1973.

<sup>7</sup> M. SCHELER, *El puesto del hombre en el cosmos*, El Cid Editor (1ª ed.), 2019, pp. 54-56.

<sup>8</sup> *Ibid.*, p. 54.

### 3.4. Dimensión intersubjetiva o social

Por último, la dimensión intersubjetiva sería aquella que incorpora todas las características fundamentales de la persona como ser social que interactúa con los demás. El carácter comunitario se encuentra impreso en la propia naturaleza del individuo y, salvo casos excepcionales, la vida no podría subsistir fuera de un contexto social.

Dentro de esta dimensión se consideran las siguientes características: los procesos de relación de la persona con los demás, su relación con la comunidad, la cultura en la que el hombre se integra y, finalmente, la conciencia moral que define el camino ético. Esta última es clave para determinar el juicio moral de una acción en relación con el objetivo que se pretende alcanzar<sup>9</sup>.

Adicionalmente, se puede añadir también un elemento que corresponde a la relación de las personas con su entorno natural, es decir, con el medio ambiente. En este sentido, el ser humano es un ser viviente que necesita del entorno biológico que lo rodea para prosperar y del que obtiene los recursos necesarios para su supervivencia. Esto implica que la persona tiene una responsabilidad con las demás especies y con los ecosistemas en los que habita<sup>10</sup>.

## 4. Características y perspectiva ontológica de la identidad digital

La identidad es un elemento fundamental en todo proceso de comunicación y de relación social. Sin la identidad, la persona no sería capaz de mostrarse a los demás, diferenciarse o relacionarse con el resto de los seres humanos<sup>11</sup>. Esta identidad radica en el centro de la persona, y es el resultado de su vida pasada, por lo que es un concepto en permanente estado de evolución<sup>12</sup>.

En la literatura académica existen diversas definiciones, tanto del concepto de identidad personal como del de identidad digital (o sus sinónimos identidad electrónica, virtual u *online*). De todas ellas, para esta reflexión, se va a definir identidad digital como aquella configuración de características que determinan y representan a una persona en el espa-

---

<sup>9</sup> Cfr. J. M. BURGOS, *Ética de la persona*, Ediciones Universidad de Navarra (1ª ed.), 2025, pp. 242-268.

<sup>10</sup> Cfr. N. JOUVE, "Singularidad humana y su impacto en la naturaleza", en *Quién*, 19 (2024), pp. 61-75.

<sup>11</sup> H. W. KIM, J.R. ZHENG, S. GUPTA, "Examining knowledge contribution from the perspective of an online identity in blogging communities", en *Computer in Human Behavior*, 27 (2011), pp. 1760-1770.

<sup>12</sup> Cfr. J. M. BURGOS, *Antropología: una guía para la existencia*, cit., pp. 214-216.

cio virtual<sup>13</sup>, y que le permiten interactuar con otros a través de canales digitales.

Al igual que se ha hecho con la descripción del ser personal, se va a descomponer la identidad *online* en un conjunto de dimensiones y características que permitirán su análisis detallado. Para ello, se han identificado tres dimensiones: la primera es la que agrupa los elementos que permiten una identidad flexible, una segunda que determina la capacidad de crear máscaras digitales y, por último, la dimensión que describe los procesos de despersonalización. A continuación, se describen cada una de ellas.

#### 4.1. Identidad flexible

El entorno digital proporciona un espacio singular para la configuración, adaptación y transformación de la identidad, permitiendo a los individuos moldear la percepción que otros tienen de ellos. Esta capacidad implica la posibilidad de proyectar una imagen distorsionada y de generar múltiples representaciones de uno mismo, adaptadas a los distintos contextos virtuales en los que se interactúa.

Modificar la manera en la que nos presentamos a los demás no es una característica exclusiva del mundo digital. A lo largo de la historia, las personas han adaptado, parcial o totalmente, su identidad según el canal de comunicación que utilizaran. En este sentido, Erving Goffman, en su teoría sobre la gestión de la identidad, argumenta que los individuos adaptan su presentación personal con el propósito de proyectar características que consideran que serán valoradas positivamente por su entorno social<sup>14</sup>. Este proceso responde a una dinámica inherente a la interacción humana, en la que se busca alinear la imagen proyectada con las expectativas del interlocutor.

No obstante, el entorno digital amplifica significativamente esta capacidad de autorrepresentación en comparación con el mundo físico, que requiere un esfuerzo mayor, y que está limitado por restricciones materiales y temporales. Las plataformas virtuales ofrecen un conjunto de herramientas, como perfiles personalizables, filtros visuales o la selección estratégica de contenidos, que facilitan la construcción de identidades dinámicas. Estas capacidades nos animan a generar múltiples

---

<sup>13</sup> D. RUYTER, J. CONROY, "The formation of identity: The importance of ideals", en *Oxford Review of Education*, 28 (2002), pp. 509-522.

<sup>14</sup> Cfr. V. GALLESE, "Digital visions: the experience of self and others in the age of the digital revolution", en *International Review of Psychiatry* (2024), pp. 1-11.

identidades diferentes de manera simultánea<sup>15</sup>, cada una adaptada a un canal o grupo social específico.

Por este motivo, dentro de esta dimensión, se van a destacar dos características relevantes: la primera asociada a la capacidad de autoconstruir la identidad, es decir, la posibilidad de determinar cómo nos manifestamos a través del entorno digital, y una segunda que describe la posibilidad de crear múltiples representaciones simultáneas de uno mismo, en función del canal y grupo con el que interactuamos.

#### a) La autoconstrucción de la identidad digital

La identidad *online* no necesita ser una representación fehaciente del físico de la persona. La tecnología actual permite reconfigurar, de una manera sencilla, la forma de presentación del “yo”, y de las características que el individuo desea mostrar. Todo ello, sin mantener las cargas asociadas a la constitución física, el género, la raza o la edad<sup>16</sup>. Por lo tanto, permite elegir la apariencia que desea proyectar o, incluso, cambiar radicalmente el aspecto original del sujeto. Esto puede dar lugar a diferentes versiones de la persona que no reflejen plenamente su realidad biológica. Se pretende conseguir una impresión positiva en los demás, de ser aceptado y de mostrar un “yo” idealizado y no limitado por la propia naturaleza humana<sup>17</sup>, dando, de este modo, rienda suelta a la imaginación y desvirtuando las condiciones naturales del cuerpo.

#### b) La identidad multifacética

La segunda característica identificada está relacionada con la capacidad que ofrecen las tecnologías digitales para mantener simultáneamente múltiples construcciones de la propia imagen<sup>18</sup>. Esto implica que la identidad en línea puede ser polifacética, estar adaptada al grupo con el que se interactúa y al tipo de relación que se desea establecer. Las personas pueden ofrecer identidades diferentes en cada comunidad digital, variando según el contexto o el interlocutor.

---

<sup>15</sup> Cfr. S. TURKLE, “Looking Toward Cyberspace: Beyond Grounded Sociology Cyberspace and Identity”, en *Contemporary Sociology* (1999), 28 (6), pp. 643-648.

<sup>16</sup> Cfr. S. TURKLE, *Life on the screen. Identity in the age of the Internet* (1ª ed.), Touchstone Edition, Nueva York 1997.

<sup>17</sup> Cfr. J. WEISS, A. GLÜCK, “The LinkedIn Self: How Personality Influences Self-Presentations of LinkedIn Users”, en *Journal of Promotional Communications*, 10 (1) (2024), pp. 1-22.

<sup>18</sup> Cfr. V. GALLESE, “Digital visions: the experience of self and others in the age of the digital revolution”, *op. cit.*, pp. 1-11.

Sin embargo, es importante destacar las diferencias entre los conceptos de identidad y de rol que se puede asumir en un momento dado. La identidad es una característica fuerte, permanente y estable asociada al ser personal, mientras que el rol es una asociación temporal a una función que se ejerce en un momento concreto, y que es parte natural de la vida (rol de padre, trabajador, estudiante, etc.). Tal y como lo expresa Manuel Castells; “las identidades organizan el sentido, mientras que los roles organizan las funciones”<sup>19</sup>.

En la imagen proyectada en el mundo *online* es posible confundir fácilmente el rol con la identidad. Por ejemplo, cuando una persona interactúa en Internet en un contexto profesional, es posible que se presente con aquellas características más centradas en su trabajo, actuando con su rol, pero sin ver alterada su propia identidad. Por lo tanto, adaptar el estilo de autopresentación en función de la audiencia no tiene por qué implicar automáticamente una alteración de la identidad.

Teniendo en cuenta esta importante diferencia, las implicaciones que tiene la creación y uso de múltiples identidades pueden llegar a ser determinantes en los procesos de relación y en la concepción del “yo”. ¿Cuál de todas las diferentes identidades es la intrínseca a la persona? ¿Cómo se integran múltiples identidades con la conciencia del propio yo? ¿Pueden existir múltiples identidades simultáneamente, o solo hay una que se expresa de diferentes formas?

#### 4.2. Máscaras digitales

La segunda dimensión de la identidad virtual es la facilidad que nos ofrece para utilizar seudónimos, ofreciendo diferentes niveles de privacidad y anonimato. La identidad de los interlocutores en el mundo virtual es, en ocasiones, difícil de determinar. No existen códigos de autenticación, imágenes o señales sensoriales que ayuden a reconocer o distinguir a una persona. Esta particularidad de la comunicación digital se denomina “máscara digital”, y es un instrumento que permite disfrazar y ocultar el rostro en el mundo *online*<sup>20</sup>.

<sup>19</sup> M. CASTELLS, *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Volumen II: El poder de la identidad* (3ª ed.), Siglo XXI Editores, México 1997, p. 29.

<sup>20</sup> Cfr. S. CALVO, “Cultura e identidades digitales: la socialización líquida y su influencia en la construcción del self”, en *Astrolabio. Revista Internacional de Filosofía*, 22 (2018), y D. WISZNIEWSKI, R. COYNE, “Mask and Identity. The Hermeneutics of Self-Construction in the Information Age”, en K. A. RENNINGER, W. SHUMAR, *Building Virtual Communities*, Cambridge University Press, Cambridge 2009, pp. 191-214.

Dentro de esta categoría se consideran dos elementos importantes: uno relacionado con la capacidad de controlar qué información se comparte, y que está ligada al concepto de privacidad, y un segundo que está ligado a la huella perdurable que queda en el mundo digital, y sobre el que la persona pierde el control.

#### a) Identidad privada y anonimato

Es interesante destacar cómo la privacidad no deja de ser una característica fundamentalmente social, ya que para hablar de privacidad debe existir previamente una audiencia. La máscara digital es un habilitador, que facilita el derecho a la privacidad y a la intimidad. Este derecho está recogido en diferentes normas y regulaciones, como el Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea<sup>21</sup>, o la propia Constitución Española<sup>22</sup> en su artículo 18, que incorpora el derecho fundamental de la persona a proteger su información íntima.

La facilidad de Internet para ofrecer un alto grado de anonimato permite al individuo ocultar aquella información relevante que, por diferentes motivos, prefiere no compartir con los demás. Esta sensación de autodominio y control puede amplificar su sentido de libertad y, en particular, el de la libertad de expresar abiertamente pensamientos u opiniones que de otro modo quedarían restringidos. Además, le permite navegar en territorios de la personalidad desconocidos o inexplorados.

El dilema, por tanto, se encuentra en ser capaces de alcanzar un equilibrio entre el derecho a la privacidad y la responsabilidad de mostrar la verdadera identidad. Determinar el punto intermedio entre la transparencia y la libertad de elegir que se comparte digitalmente, ya que este equilibrio será determinante a la hora de construir relaciones de confianza<sup>23</sup>.

#### b) Identidad perdurable

La segunda característica de las máscaras digitales está ligada al rastro que deja nuestra actividad en el mundo virtual. En general, todas las actividades e interacciones *online* dejan una huella que puede contribuir

---

<sup>21</sup> “Reglamento (UE) 2016/679 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos”, en *Diario Oficial de la Unión Europea*, Bruselas 2016.

<sup>22</sup> *Constitución Española*, en *Boletín Oficial del Estado*, España, 1978.

<sup>23</sup> Cfr. G.T. MARX, “What’s in a Name? Some Reflections on the Sociology of Anonymity”, en *Information Society* (1999) 15 (2), pp. 99-112.

a la identificación de la persona que está detrás. Publicaciones, participación en redes sociales, comentarios, accesos a contenidos y otras interacciones quedan almacenadas en sistemas y plataformas fuera del control directo del individuo y, por tanto, dificultando la posibilidad de eliminar o gestionar esos contenidos. La identidad *online*, o parte de ella, queda permanentemente fijada y expuesta, mostrando facetas o hechos que, en algunos casos, es posible que se hubieran preferido olvidar. Esta información digital perdura y puede generar consecuencias imprevistas en aspectos humanos tan fundamentales como el derecho al olvido o la capacidad de perdonar<sup>24</sup>.

### 4.3. *Identidad relacional despersonalizada*

Hasta este punto, las dos dimensiones descritas tienen un punto de conexión común; la capacidad que ofrece el mundo virtual para que el individuo tome decisiones libremente sobre cómo mostrarse y qué información compartir.

Sin embargo, la constitución de la identidad es un proceso fundamentalmente social. La persona se presenta y se comunica a través de su identidad. La mayor sensación de libertad que experimenta el sujeto en el entorno virtual puede tentarle también a difuminar sus marcos morales y alterar su concepto de responsabilidad. La falta de conciencia de cercanía y de contacto físico podrían llegar a alterar su sentido ético y el compromiso debido hacia los demás.

Por este motivo, se identifica esta tercera dimensión asociada al riesgo de despersonalizar el proceso de relación con los demás, y que estaría compuesta por dos elementos clave: la desinhibición que incita el mundo digital y la alteración de los principios y valores morales.

#### a) Desinhibición y desconexión emocional

La falta de contacto que existe en la comunicación en línea puede producir una sensación de desconexión emocional, que llevaría a una pérdida de un sentimiento tan relevante como es la empatía. Esto es conocido como el “efecto de desinhibición en línea”, donde las personas dicen o hacen cosas que no harían en un contexto físico debido a la falta de señales sociales y de retroalimentación inmediata.

---

<sup>24</sup> Cfr. G. ZICCARDI, *The right to data oblivion*, en D. BIGO, E. ISIN, E. RUPPER, *Data politics: worlds, subjects, rights*, Routledge 2019, Nueva York, pp. 231-248.

El sujeto puede sentir que sus acciones no tienen consecuencias directas o tangibles, asumiendo que su “máscara digital” le protege. Esto puede fomentar comportamientos inapropiados que no se plantearían en otro contexto. Además, la falta de repercusiones inmediatas puede concluir en una disminución de su capacidad de autocontrol<sup>25</sup> que afectaría al proceso de relación con los demás.

#### b) Alteración de los principios morales

La segunda característica de esta dimensión está ligada con el juicio ético. En el entorno digital, la respuesta moral puede ser menos reflexiva y coherente con los principios generales que son compartidos en un contexto cultural concreto<sup>26</sup>. La relación a través de identidades impersonales y multifacéticas puede provocar una distorsión del juicio moral. Cuando esto sucede, y se atenúa la importancia del bien y del mal, se puede llegar a despersonalizar al interlocutor.

Al verse el individuo obligado a adaptarse permanentemente a nuevas situaciones y a adoptar identidades cambiantes, puede desarrollar una sensación de desorientación y falta de sentido de la realidad. Esto genera una percepción de impunidad que le hace subestimar las consecuencias de sus actos, tanto hacia los demás como, incluso en algunas ocasiones, hacia sí mismo<sup>27</sup>.

## **5. Comprendiendo la identidad *online* desde la perspectiva antropológica**

Una vez identificadas, tanto las dimensiones fundamentales de la persona como las de la identidad *online*, se van a analizar las implicaciones antropológicas y la respuesta que se puede ofrecer desde el pensamiento personalista a estas cuestiones.

### *5.1. El valor del cuerpo y su representación en el entorno digital*

Desde una perspectiva antropológica, el cuerpo es la estructura fundamental de la dimensión física de la persona, que integra sus funciones biológicas, orgánicas y materiales. El cuerpo humano, así como los dife-

---

<sup>25</sup> J. SULER, “The Online Disinhibition Effect”, en *Cyberpsychology & Behavior* 7 (3) (2004). pp. 321-326.

<sup>26</sup> I. ARROYO-ALMARAZ, I., R. GÓMEZ-DÍAZ, “Efectos no deseados por la comunicación digital en la respuesta moral”, en *Comunicar*, 22 (2015), pp. 149-158.

<sup>27</sup> J. SULER, “The Online Disinhibition Effect”, *op. cit.*, pp. 321-326.

rentes sentidos a través de los que percibimos la realidad, se constituye como una pieza indispensable que une la experiencia subjetiva del individuo con el mundo exterior y le permite identificarse de cara a los demás.

El cuerpo, además, desempeña un papel crucial en la configuración de las relaciones interpersonales, sirviendo como un medio primario para el establecimiento de lazos sociales. Los descubrimientos en torno a las neuronas espejo han evidenciado que la observación de las acciones corporales de otros activa procesos cognitivos que facilitan el aprendizaje de códigos de conducta y el desarrollo de capacidades relacionales<sup>28</sup>. Así, la interacción física no solo enriquece el conocimiento mutuo, sino que también constituye una fuente esencial para la construcción de vínculos humanos auténticos, en los que la corporeidad actúa como un vehículo de reconocimiento y conexión con los demás<sup>29</sup>.

La unidad e integridad del ser humano y su papel esencial en las relaciones interpersonales nos confirman que el cuerpo es mucho más que una mera entidad física; es un componente esencial de la existencia y la dignidad humana, y sin él no es posible comprender a la persona. Como expresa Mounier; “Mi cuerpo no es un objeto entre los objetos, es el más cercano de ellos”<sup>30</sup>.

En el entorno *online*, sin embargo, la representación del cuerpo se ve alterada por las características propias de los canales tecnológicos. La identidad virtual, aunque ofrece una libertad significativa para trascender las limitaciones físicas, carece de la riqueza sensorial que define las interacciones presenciales. Esta limitación no es exclusiva del mundo digital pues otros medios tradicionales, como el texto de una carta o la voz en una llamada telefónica, también modifican la dimensión material de la persona. Sin embargo, la singularidad del entorno digital radica en las amplias posibilidades técnicas que permiten moldear la identidad proyectada, superando las restricciones impuestas por la constitución física y facilitando a la persona decidir cómo va a ser percibida.

Esta libertad, aunque valiosa, plantea desafíos significativos. La proyección de una imagen alterada o falseada, que omita o distorsione aspectos esenciales de la dimensión corporal, puede comprometer la autenticidad del “yo” y erosionar la confianza. La identidad digital debe

<sup>28</sup> L. BONINI, C. ROTUNNO, E. ARCUCI, V. GALLESE, “Mirror neurons 30 years later: implications and applications”, en *Trends in Cognitive Sciences*, 9 (2022), pp. 767-781.

<sup>29</sup> V. GALLESE, “Digital visions: the experience of self and others in the age of the digital revolution”, *op. cit.*, pp. 1-11.

<sup>30</sup> E. MOUNIER, *El Personalismo* (9ª ed.). Editorial Universitaria de Buenos Aires, 1950, p. 16.

aspirar a reflejar el “yo” real de la persona, preservando la integridad de su ser, ya que la ocultación deliberada de rasgos relevantes puede distorsionar las conexiones humanas y menoscabar los valores fundamentales de la relación social.

Desde esta perspectiva, la libertad para construir una identidad digital conlleva la responsabilidad de actuar con autenticidad y respeto hacia los demás. La representación del cuerpo en el entorno virtual no debe convertirse en una herramienta para deformar la imagen propia, sino en un medio para expresar la verdad de la persona, coherente con su dignidad. La corporeidad, como dimensión inseparable del ser humano, sigue siendo un pilar esencial para dar significado a la realidad<sup>31</sup> y construir relaciones auténticas. Por ello, la manipulación intencionada de la identidad en el mundo digital debe ser objeto de una profunda reflexión que evalúe hasta qué punto es legítimo alterar la representación real del cuerpo, considerando las implicaciones éticas de dichas decisiones en la construcción de vínculos y en el respeto por la dignidad.

## *5.2. Imaginación, afectividad y memoria en el mundo virtual*

La imaginación es una de las facultades más significativas de la dimensión psicológica de la persona. Permite representar internamente objetos o realidades sin la necesidad de su presencia sensorial. Por este motivo, durante un proceso de comunicación *online*, la imaginación ocupa un lugar primordial tanto para el emisor como para el receptor de los mensajes. El emisor, al construir su identidad virtual, ejerce su libertad para crear un “yo” que refleja sus deseos y sentimientos, liberándose en cierta medida de las limitaciones impuestas por su historia personal o sus características físicas<sup>32</sup>. Por su parte, el receptor activa su imaginación para interpretar y dotar de significado sensorial la identidad del emisor, traduciendo la información recibida en una experiencia interna que trasciende los sentidos físicos<sup>33</sup>.

Asimismo, cuando construimos varias identidades, estamos actuando la creación imaginaria de diferentes proyecciones de la misma persona. Este proceso no solo modifica la percepción de las diferentes identidades con las que se interactúa, sino que también puede dar lugar a

---

<sup>31</sup> Cfr. A. CORTINA, *Ética o ideología de la Inteligencia Artificial* (1ª ed.), Ediciones Paidós, Barcelona 2024, pp. 22-23.

<sup>32</sup> Cfr. M.M. FAREED, A. ADISAPUTERA, M. RIDWAN, “Digital Identity”, en *Konfrontasi: Jurnal Kultural, Ekonomi Dan Perubahan Sosial*, 7 (4) (2020), pp. 246-252.

<sup>33</sup> M. SZALAY, “La transformación de la persona: fantasía o imaginación”, en *Quién* 4 (2016), p. 86.

vínculos afectivos basados en estas representaciones ficticias. Al carecer de una dimensión corporal, la afectividad tiende a desvirtuarse, sustituyéndose por una construcción idealizada que depende de la imagen digital. En este sentido, la identidad virtual transforma la experiencia de los sentimientos, entendidos como expresiones de la psique, introduciendo una diferencia cualitativa en la vivencia emocional. Esto plantea interrogantes sobre la autenticidad de las experiencias afectivas en el mundo digital.

Otro aspecto que impacta directamente en la dimensión psíquica de la persona es la relacionada con la privacidad, el anonimato y, en última medida, la capacidad de olvidar. La memoria es un elemento esencial en la constitución de la identidad personal. Esta se ve alterada en el entorno digital, donde la información asociada a la identidad virtual —mensajes, imágenes, interacciones— queda registrada de manera permanente. A diferencia de las interacciones físicas, que suelen ser efímeras, los datos digitales persisten, escapando al control de la persona y desafiando la capacidad humana de olvidar. Esta persistencia de la huella digital dificulta el proceso de olvido, que es un componente fundamental en los procesos de perdón y reconciliación. El recuerdo constante de afrentas o perjuicios puede intensificar el dolor y, con ello, obstaculizar la restauración de relaciones dañadas<sup>34</sup>. El perdón, entendido como un acto que implica un cierto “dejar ir” el pasado sin negarlo, se ve comprometido en un entorno donde las acciones digitales permanecen inalterables, dificultando de este modo el mecanismo natural de perdonar.

En este contexto, la conciencia moral adquiere una relevancia particular. La libertad de configurar la identidad digital conlleva también la responsabilidad de actuar conforme a principios que respeten la dignidad propia y ajena. La persistencia de la información digital exige un ejercicio consciente de libertad, orientado a proteger la privacidad y la intimidad, elementos que generan seguridad y confianza en el control de la propia vida. Sin embargo, la exposición potencial a una audiencia amplia en el entorno *online* lleva a menudo a estrategias de autocensura o autopromoción, que reflejan un esfuerzo por gestionar la imagen pública. Estas prácticas, si bien pueden ser necesarias para preservar la intimidad, subrayan la tensión entre la libertad de expresión y la responsabilidad moral de no dañar a los demás ni desvirtuar la propia identidad.

---

<sup>34</sup> Cfr. J. TRAN, “Emplotting forgiveness: narrative, forgetting and memory”, en *Literature & Theology*, 2 (23) (2009), pp. 220-233.

Por todo ello, la imaginación, la afectividad y la memoria en el entorno digital configuran una experiencia compleja de la identidad personal, donde la libertad debe ir acompañada de una conciencia moral que garantice la autenticidad y el respeto en las interacciones. Además, la dificultad de olvidar plantea desafíos éticos que requieren una reflexión profunda sobre cómo ejercer la libertad de manera responsable, asegurando que las acciones digitales contribuyan al desarrollo integral de la persona y al fortalecimiento de los vínculos humanos.

### *5.3. Libertad y conciencia moral en la configuración del ser personal*

La conciencia moral, como expresión de la identidad que trasciende la dimensión biológica de la persona, constituye el fundamento desde el cual el ser humano percibe y evalúa sus propios actos. Según Karol Wojtyła, es a través de la acción, en el ejercicio libre de la voluntad, que la persona se revela a sí misma y a los demás, manifestando su esencia personal<sup>35</sup>. En este sentido, la libertad no es meramente un atributo, sino un medio esencial para la autorrealización, que permite al individuo configurarse a través de sus decisiones y actos.

En las interacciones del mundo *online* se debe considerar que la identidad virtual no es más que una proyección parcial de nuestro yo, de quiénes somos y cómo nos sentimos. Y esta proyección está determinada por la libertad de decidir qué y cómo queremos proyectarnos hacia los demás. Pero, esta capacidad de autodeterminación no es absoluta pues está condicionada por los límites inherentes al ser humano, su contexto y su experiencia. Como señala Mounier, la libertad estaría condicionada por los factores socioculturales en los que se desarrolla la persona. Libertad sería, por tanto, poder tomar decisiones dentro de las propias limitaciones humanas<sup>36</sup>.

Las tecnologías digitales amplifican esta libertad al permitir superar ciertas restricciones tradicionales, facilitando la construcción de identidades selectivas o de utilizar máscaras digitales. Este anonimato puede intensificar la sensación de libertad, al habilitar formas de expresión y relación que, en un entorno físico, podrían estar inhibidas. Sin embargo, esta ampliación de las capacidades incide significativamente en las dinámicas relacionales, ya que permite a la persona revelar únicamente

---

<sup>35</sup> K. WOJTYŁA, *Persona y acción* (2ª ed.), Palabra, Madrid 2011, p. 202.

<sup>36</sup> Cfr. E. MOUNIER, *El Personalismo*, *op. cit.*, pp. 35-40.

aquellos aspectos de sí misma que considera estratégicos para construir vínculos sociales deseados<sup>37</sup>.

Sin embargo, esta libertad de autorrepresentación, aunque valiosa, plantea también desafíos, pues la construcción de la identidad digital debe estar alineada con la coherencia moral. La libertad es un valor inseparable de la responsabilidad. Exige que la persona asuma plenamente las consecuencias de sus actos, independientemente de si estos se desarrollan en el ámbito físico o digital. La conciencia moral debe actuar como un referente, como una brújula que orienta el comportamiento, exigiendo que las acciones digitales reflejen el mismo compromiso ético que las realizadas en el mundo físico.

#### 5.4. El riesgo de despersonalización de las relaciones digitales

La dimensión social es un pilar fundamental de la identidad y el desarrollo personal. Desde la perspectiva personalista, la sociedad existe para servir a la persona, pero esta, a su vez, está llamada a contribuir activamente a la comunidad, enriqueciendo su autoconocimiento y autodeterminación a través de las relaciones interpersonales. Estas interacciones no solo fomentan la confianza<sup>38</sup>, sino que también configuran espacios donde la singularidad de cada individuo se manifiesta y se fortalece.

En el entorno digital, sin embargo, las relaciones se median a través de canales tecnológicos que, al limitar el contacto sensorial, tienden a generar vínculos más frágiles y superficiales<sup>39</sup>. Estas conexiones acabarán constituyendo comunidades digitales, donde los vínculos personales carecen de la profundidad que caracteriza a las relaciones presenciales, puesto que no existe una proximidad real con nuestro interlocutor.

Este fenómeno se ve agravado por la posibilidad de construir múltiples identidades y el uso de máscaras, que fragmentan la coherencia entre el yo interno y los roles asumidos en línea. Se produce una desconexión que compromete el reconocimiento de la dignidad ontológica del otro, despersonalizando su valor fundamental como persona. Por ello, es importante resaltar que las comunidades digitales deben reconocerse como una comunidad real, y que las personas que las componen deben

<sup>37</sup> J. BRONSTEIN, "Creating possible selves: information disclosure behavior on social networks", en *Information Research: An International Electronic Journal*, 19 (1) (2014).

<sup>38</sup> L. C. BOLZON, *Identidad e intimidad en tiempos de la (re) evolución 4.0*, en M. S. GONZÁLEZ, *Desarrollo humano en tiempos de la (re) evolución 4.0*, ICF- Universidad Austral 2022, pp. 137-160.

<sup>39</sup> M. CASTELLS, *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I, La Sociedad Red* (8ª ed.), Alianza Editorial, S. A., Madrid 1997, pp. 427-428.

ser consideradas con los mismos valores que tendrían en un entorno físico. La comunidad debe, precisamente, favorecer la autorrealización a través de la participación del individuo, evitando de esta forma la alienación y la despersonalización<sup>40</sup>.

Por último, al igual que sucede en el mundo físico, la identidad en el mundo virtual influye directamente en nuestro comportamiento. Surge el riesgo de disociación moral, especialmente bajo el anonimato que facilita el entorno virtual. La persona podría asumir que Internet es otro mundo, o un lugar donde sus interlocutores no son reales. La percepción de Internet como un espacio desvinculado de la realidad puede llevar a “desmaterializar” el canal y deshumanizar a los demás, reduciendo su valor intrínseco y menoscabando el compromiso moral que debe guiar toda interacción humana. Como expresa el profesor de sociología Gary T. Marx: “Es más difícil hacer daño a otros cuándo sabemos quiénes son y debemos confrontarnos a ellos”<sup>41</sup>.

Por este motivo, es crucial valorar por qué la construcción de una identidad digital altera el comportamiento y el juicio moral. ¿En qué medida las acciones en el entorno virtual reflejan la integridad de la persona? ¿Deben estas acciones considerarse una extensión inseparable de su identidad y responsabilidad?

Para poder responder, es necesario considerar que la singularidad y dignidad de cada persona exigen que las acciones, independientemente del canal, se alineen con un compromiso ético coherente. Como sostiene Burgos en su *Ética de la persona*, actuar conforme a la dignidad personal no solo enriquece al individuo, sino que también posibilita el desarrollo pleno de sus capacidades en armonía con su esencia<sup>42</sup>.

En consecuencia, la identidad digital no debe convertirse en una excusa para vulnerar la conciencia moral ni en una herramienta para despersonalizar a los demás. Tanto el emisor como el receptor de un mensaje digital son personas cuya dignidad debe preservarse en toda interacción. Las comunidades digitales, reconocidas como espacios reales de relación, deben fomentar la autorrealización mediante la participación activa y responsable, evitando la alienación y promoviendo un ejercicio de la libertad que contribuya al crecimiento integral de la persona y al fortalecimiento de los vínculos humanos.

---

<sup>40</sup> J. M. BURGOS, “La filosofía social de Karol Wojtyła II. Nosotros. Comunidad, sociedad y *communio personarum*. El bien común”, en *Quién* 18 (2023), p. 17.

<sup>41</sup> G.T. MARX, “What’s in a Name? Some Reflections on the Sociology of Anonymity”, *op. cit.*, p. 105.

<sup>42</sup> J. M. BURGOS, *Ética de la persona*, *op. cit.*, p. 280.

## Conclusiones

Este análisis ha permitido mostrar cómo la antropología filosófica personalista constituye un marco teórico sólido para examinar y comprender mejor las dinámicas del entorno digital y, concretamente, de la identidad *online*. A lo largo del artículo se ha explorado, de manera sistemática, la influencia de esta capacidad en las dimensiones fundamentales de la persona, y se han identificado algunas de las principales consecuencias antropológicas que su uso puede generar.

También se ha podido determinar que, a pesar de todas las posibilidades que ofrece el mundo digital, es fundamental reafirmar que la persona es un ser único e irrepetible, independientemente del medio a través del que interactúe. La experiencia, la relación interpersonal y el autodescubrimiento en Internet no deben comprometer el valor integral de la persona ni justificar la despersonalización del otro. Por el contrario, este nuevo mundo debe concebirse como un instrumento que facilite el autoconocimiento y el desarrollo interior. Para ello, necesitamos de una identidad coherente, clara y unívoca, que sustente el crecimiento personal y social. En este sentido, la identidad digital, gestionada con responsabilidad, puede abrir nuevas vías para alcanzar dichos objetivos.

Asimismo, una sociedad carente de identidades auténticas resulta insostenible. La distinción constante entre los ámbitos virtual y físico es artificiosa, dado que la virtualidad es tan solo una parte de la realidad que nos conforma. Si bien la experimentación y libertad en el entorno digital es un recurso valioso, la posibilidad de actuar sin consecuencias inmediatas exige de un uso prudente. No se puede olvidar que detrás de una identidad siempre subyace una persona que, en última instancia, debe asumir la responsabilidad de sus acciones.

En consecuencia, la gestión de la identidad digital debe abordarse desde una perspectiva transversal, convirtiéndose la educación en un pilar fundamental de su manejo. Una formación adecuada permite enseñar que las interacciones digitales involucran a personas reales, y que los principios éticos aplicables en el mundo físico son igualmente válidos en el virtual. Que la autoconstrucción y adaptación de la identidad no es más que un reflejo de la propia concepción de la persona, y que las acciones digitales poseen una relevancia moral equiparable a las del ámbito físico.

En línea con lo anterior, la profesora Lorena Bolzon lo resumía del siguiente modo:

“Las tecnologías son, sin duda alguna, medios a través de los cuales las personas se manifiestan, son mediadoras de la acción del hombre y

portadoras de cultura, de historia y de identidad. El punto en que debemos poner el foco no es en las tecnologías en sí, sino en la persona que está frente y detrás de ellas, ya que el principal cambio que han traído las tecnologías está en las formas en que nos relacionamos y en la forma en que hacemos a otros partícipes de nuestra intimidad”<sup>43</sup>.

## Bibliografía

- ARROYO-ALMARAZ, I., GÓMEZ-DÍAZ, I.R., “Efectos no deseados por la comunicación digital en la respuesta moral”, en *Comunicar*, 22 (2015), pp. 149-158.
- AYER, A.J., *The Concept of a Person and other essays* (1ª ed.), The Macmillan Press Ltd., 1963.
- BONINI, L., ROTUNNO, C., ARCUCI, E., GALLESE, V., “Mirror neurons 30 years later: implications and applications”, en *Trends in Cognitive Sciences*, 9 (2022), pp. 767-781.
- BOLZON, L. C., *Identidad e intimidad en tiempos de la (re) evolución 4.0*, en M.S. GONZÁLEZ, *Desarrollo humano en tiempos de la (re) evolución 4.0*, ICF- Universidad Austral 2022, pp. 137-160.
- BRONSTEIN, J., “Creating possible selves: information disclosure behavior on social networks”, en *Information Research: An International Electronic Journal*, 19 (1) (2014).
- BURGOS, J. M., *Antropología: una guía para la existencia* (6ª ed.), Palabra, Madrid 2017.
- , *Ética de la persona* (1ª ed.), Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona 2025.
- CALVO, S., “Cultura e identidades digitales: la socialización líquida y su influencia en la construcción del *self*”, en *Astrolabio. Revista Internacional de Filosofía*, 22 (2018).
- CASTELLS, M., *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I: La Sociedad Red* (8ª ed.), Alianza Editorial, S. A., Madrid 1997.
- , *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Volumen II: El poder de la identidad* (3º ed.), Siglo XXI Editores, 1997.
- CORTINA, A., *Ética o ideología de la Inteligencia Artificial* (1ª ed.). Ediciones Paidós, Barcelona 2024.
- FAREED, M. M., ADISAPUTERA, A., RIDWAN, M., “Digital Identity”, en *Konfrontasi: Jurnal Kultural, Ekonomi Dan Perubahan Sosial*, 7(4) (2020), pp. 246-252.
- GALLESE, V., “Digital visions: the experience of self and others in the age of the digital revolution”, en *International Review of Psychiatry* (2024), pp. 1-11.

---

<sup>43</sup> L. C. BOLZON, *Identidad e intimidad en tiempos de la (re) evolución 4.0*, cit., p. 150.

- JOUBE, N., "Singularidad humana y su impacto en la naturaleza", en *Quién*, 19 (2024), pp. 61-75.
- KIM, H.W., ZHENG, J. R., GUPTA, S., "Examining knowledge contribution from the perspective of an online identity in blogging communities", en *Computer in Human Behavior*, 27 (2011), pp. 1760-1770.
- MARX, G.T., "What's in a Name? Some Reflections on the Sociology of Anonymity", en *Information Society* (1999) 15 (2), pp. 99-112.
- POLO, L., *Quién es el hombre: Un espíritu en el tiempo* (7ª ed.), Rialp, 2021.
- RUYTER, D., CONROY, J., "The formation of identity: The importance of ideals", en *Oxford Review of Education*, 28 (2002), pp. 509-522.
- SCHELER, M., *El puesto del hombre en el cosmos*, El Cid Editor (1ª ed.), 2019.
- , *Formalism in ethics and Non-Formal Ethics of Value. A new attempt toward the foundation of an ethical personalism* (5ª ed.), Northwestern University Press, 1973.
- SULER, J., "The Online Disinhibition Effect", en *Cyberpsychology & Behavior* 7 (3) (2004), pp. 321-326.
- SZALAY, M., "La transformación de la persona: fantasía o imaginación", en *Quién* 4 (2016), p. 86.
- TRAN, J., "Emplotting forgiveness: narrative, forgetting and memory", en *Literature & Theology*, 2 (23) (2009), pp. 220-233.
- TURKLE, S., "Looking Toward Cyberspace: Beyond Grounded Sociology Cyberspace and Identity", en *Contemporary Sociology* 28(6) (1999), pp. 643-648.
- , *Life on the screen. Identity in the age of the Internet* (1ª ed.), Touchstone Edition, 1997.
- WEISS, J., GLÜCK, A., "The LinkedIn Self: How Personality Influences Self-Presentations of LinkedIn Users", en *Journal of Promotional Communications*, 10 (1) (2024), pp. 1-22.
- WISZNIEWSKI, D., COYNE, R., "Mask and Identity. The Hermeneutics of Self-Construction in the Information Age", en RENNINGER, K. A., SHUMAR, W., *Building Virtual Communities*, Cambridge University Press, 2009, pp. 191-214.
- WOJTYŁA, K., *Persona y acción* (2ª ed.), Palabra, Madrid 2011.
- ZICCARDI, G., *The right to data oblivion*, en D. BIGO, E. ISIN, E. RUPPER, *Data politics: worlds, subjects, rights*, Routledge 2019, pp. 231-248.