

**Pontificia Universidad Católica del  
Ecuador**

**Facultad de Ciencias Humanas**

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del  
título de Licenciado en Sociología**

**Interacción digital y experiencia del yo  
en el siglo XXI: una mirada a través de  
Goffman, Collins y Thompson**

**André Sebastian Castañeda Cajas**

**Marzo – Junio 2022**

# **Interacción digital y experiencia del yo en el siglo XXI: Una mirada a través de Goffman, Collins y Thompson**

**André Sebastian Castañeda Cajas**

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

[ascastaneda@puce.edu.ec](mailto:ascastaneda@puce.edu.ec)

## **Resumen**

La interacción social, bajo su concepción clásica, es entendida como una forma de comunicación que se produce en la co-presencialidad física entre dos o más actores, lo que repercute en la identidad de cada persona. Con el avance tecnológico, las formas de comunicación se han trasladado hacia los entornos virtuales de socialización, los cuales tienen elementos que difieren con las propuestas de los autores más clásicos como Goffman, Collins o Thompson.

En la búsqueda de esclarecer si la interacción digital tiene los mismos efectos en la construcción de la identidad y el relacionamiento entre sujetos, este estudio ha explorado las posturas de teóricos clásicos y autores del siglo XXI cuyas investigaciones tratan acerca de la comunicación, interacción e identidad, en torno a características como corporeidad, expresión verbal, gestos y entonación, además de un debate acerca de qué resulta “real” dentro de las identidades construidas en entornos digitales.

## **Palabras Clave**

Interacción, identidad, medios digitales, presencialidad, entornos virtuales, comunicación.

## **Introducción**

El presente artículo es una investigación teórica que busca comparar las teorías y postulados de los autores Erving Goffman, Randall Collins y John Thompson acerca de la interacción y la identidad producida en diferentes medios, además de una serie de investigaciones realizadas por diferentes académicos producidos en el siglo XXI, cuyos enfoques poseen una mirada actualizada con respecto a la tecnología, la interacción digital y los entornos virtuales. El objetivo del artículo es encontrar similitudes y diferencias de cada categoría, de modo que se definan características de los medios, tanto a nivel de interacción como de identidad.

Inicialmente se realizará una descripción de los conceptos más importantes de cada autor (Goffman, Collins, Thompson), de tal forma que se podrá entender de manera más precisa las definiciones de interacción e identidad, además del proceso tecnológico que ha influenciado en la concepción clásica de interacción y su transformación con respecto a los medios a través de los cuales se produce el acto comunicativo.

Por otra parte, se estudiarán los postulados de diversos investigadores que han tratado el tema de la socialización en entornos digitales, sus características, peculiaridades y diferencias más importantes en relación a la interacción cara-a-cara y la constitución de la identidad. De tal forma que se pueda observar las consecuencias de los medios virtuales de socialización en la forma en que los usuarios se comunican y se muestran en su vida cotidiana, tanto en la presencialidad como en la virtualidad.

### **La interacción desde Goffman, Collins y Thompson: Características y propiedades de la interacción, los medios y la identidad**

La interacción social es entendida por Goffman (1997) como el acto de comunicación entre dos o más personas, dentro del cual existe una difusión y recepción de información, que al mismo tiempo está establecido en un tiempo y espacio determinados. El autor formula que “toda persona vive en un mundo de encuentros sociales, que la compromete en contactos cara a cara o mediatizados con otros participantes” (Goffman, 1978, p. 2). A partir de este punto, se inicia todo un estudio acerca de la interacción social y las repercusiones en la identidad de las personas.

Goffman (1997) utiliza al teatro y la escenificación como metáfora para explicar la interacción entre sujetos, de modo que, para él, una persona se presenta continuamente como un actor frente a un escenario, que dispone de diversos elementos que le ayudarán a desenvolver su *performance*. El principal concepto es el *self*. Como muchos otros teóricos del interaccionismo simbólico (Mead, Cooley, Blumer), Erving Goffman (1997) se refiere al *self* como la construcción continua del *performance* del actor hacia el auditorio, debido a que existe una constante tensión entre las expectativas del público y el deseo espontáneo de actuar. En términos generales, se comprende al *self* como un efecto dramático derivado de la interacción entre el actor y la audiencia.

Además del concepto de *self*, es necesario añadir algunos de los conceptos como *fachada personal*, *idealización*, *setting* y, finalmente, las *regiones: back y front*. El *setting* se refiere al medio donde se desenvuelve el actor, un lugar fijo lleno de elementos que influyen en el *performance*. La *fachada* supone los elementos íntimos del actuante, las características del mismo (identidad) y la utilería física que posea el sujeto durante la interacción (independientemente del *setting*). La *front region* hace referencia al lugar donde ocurre la interacción, es decir, el escenario en el cual se presenta el sujeto. La *back region* o *backstage* es el terreno donde se prepara la actuación antes de ser presentada, aquí se constituye la utilería y las características a mostrar. Por último, la *idealización* corresponde a la expectativa del actor por mostrar un *performance* adecuado para el público, en el cual la recepción de los valores manifestados sea efectiva y produzca grados de legitimidad en el auditorio (Goffman, 1997).

A partir de los elementos descritos anteriormente, el estudio de la interacción, según Goffman (1997) sugiere que los actores utilizan “máscaras”<sup>1</sup> para su prestación actoral, y precisan desarrollar la faceta pertinente en función del auditorio al que se vayan a presentar. Cada actor desempeña un rol específico, en el encuentro y la interacción, y se muestran las características de la máscara que resulte más oportuna, que logre una impresión deseable en el público.

En este punto, se puede observar la incidencia de la interacción en la identidad del yo. Goffman (1997) entiende que la identidad precisa de un interlocutor, es decir, que se construye durante el proceso comunicativo, a través del cumplimiento de demandas

---

<sup>1</sup> Se entiende a “máscaras” como el *self* desarrollado por el actor durante la interacción, en función del cumplimiento de un rol determinado.

sociales en un tiempo y espacio determinado: “aquí-ahora”. En este sentido, Goffman especifica que “cuando un individuo se encuentra con otros, quiere descubrir los hechos característicos de la situación” (1997, p. 265), es decir, durante la interacción, la presencia de otros implica una continua construcción/adaptación del *performance*, en razón de permitir una comunicación coherente y oportuna. El mismo Goffman expresa que “cuando un individuo aparece ante otros, proyecta, consciente e inconscientemente, una definición de la situación en la cual el concepto de sí mismo constituye una parte esencial.” (2001. pp. 258). En resumen, aquello que el sujeto presenta es el *self* que se construye continuamente en función de la situación en la que ocurre la interacción, siendo este *self* un producto del contexto.

El autor Randall Collins reafirma los postulados de Goffman en su libro titulado *Cadenas de Rituales de Interacción* (2009) donde hace un análisis de aquello que denomina rituales de interacción y teoría de las situaciones.

Inicialmente, Collins (2009) explica que los rituales son interacciones con una serie de demandas inmersas en un tiempo y espacio determinado, con elementos necesarios para su cumplimiento, entre ellos, el encuentro físico, la comunicación basada en un objeto común, la compatibilidad anímica y la distinción simbólica entre las personas.

Collins (2009) explica que existen diferentes tipos de rituales; no obstante, en este artículo se hará uso solamente de tres: el ritual natural, el ritual formal y el ritual fallido. En primer lugar, el ritual natural supone un ritual exitoso, es decir, un encuentro casual y espontáneo en el que la sociabilidad genera consonancia emocional entre los sujetos. El segundo, el ritual formal, se basa en la interacción regida por un orden procedimental: fórmulas para el cumplimiento del ritual que pueden o no llegar a ser exitosos en la búsqueda de un sentimiento grupal. Por otra parte, el ritual fallido es aquel en el que no se consigue elevar el sentimiento de solidaridad grupal entre los miembros de la interacción y existe una nula sensación de cambio en la identidad de los participantes. A través de la explicación de los rituales, se pueden definir los efectos deseados en un ritual; estos son: solidaridad grupal, símbolos que representen colectividad, sentimientos de pertenencia y alegría por acciones realizadas.

Collins entiende que las interacciones y los rituales se producen solo si se cumplen las condiciones y los efectos descritos anteriormente, e introduce la teoría de las

situaciones. En ella explica que las interacciones son “encuentros temporales entre cuerpos cargados de emociones y conciencia” (Collins, 2009, p. 18), es decir, patrones de comportamiento inmersos en contextos donde el individuo se transforma en función de la situación experimentada. Similar a los postulados de Goffman, Collins expresa que “la situación no arranca si los actores no realizan con propiedad el trabajo de actuarla” (2009, p. 33). En este sentido, ambos autores concuerdan en que las interacciones son un continuo juego entre actores, en el cual el *self* es construido en el proceso comunicativo.

Collins concluye que el “ritual esencialmente es un proceso corporal” (2009, p. 79); sin embargo, no evita el debate sobre las repercusiones del avance tecnológico y los medios de comunicación en la interacción.

El autor explica que el principal factor que se pierde en la interacción que no se realiza cara-a-cara es la retroalimentación entre los presentes. Entiende que “sin presencia corporal no es fácil expresar que se participa del grupo y reafirmar la identidad como miembro” (Collins, 2009, p. 80).

Para Randall Collins, no es posible celebrar una boda o un funeral por teléfono, ya que, a pesar de llevarse a cabo el acontecimiento por este medio, harían falta micro detalles experienciales, sean expresiones faciales o sentimiento de acompañamiento hacia el homenajeado. El autor recalca que en cada una de las posibles interacciones por diferentes medios no presenciales existe alguna carencia.

Si se habla del teléfono, el acompañamiento verbal es el único elemento disponible y la falta de percepción facial limita la experiencia del ritual, circunscribiendo la retroalimentación entre los participantes. Cuando se trata de la televisión, la expresión es unidireccional, en consecuencia, el proceso comunicativo es restringido. A pesar de poder generar comunicación basada en un objeto y compatibilidad anímica, por el hecho de ser unidireccional, no existe retroalimentación hacia aquellos que están del otro lado del televisor. Finalmente, cuando se trata de las comunicaciones a través de Internet, Collins (2009) explica que por medio de correos electrónicos no se pueden mantener rituales de interacción precisos, ya que carecen de “señales paralingüísticas” (p. 90) y de un foco de atención común continuo, además, a pesar de que su emisión y recepción se dé solamente en pocos minutos, para Collins “no es el ritmo de la participación oral inmediata” (2009, p. 90).

En conclusión, para Collins (2009), los rituales tienen como principal factor el acercamiento corpóreo con otros, pues la situación genera emociones que se maximizan en la co-presencia. A pesar de la velocidad de transmisión de los eventos divulgados por diferentes medios de comunicación, la posibilidad de consonancia colectiva en la inmediatez será siempre mayor a la telemática. En este punto, el autor propone un ejemplo ligado a la educación, en el cual expresa que la transferencia de conocimiento cultural será mayor y mejor cuando se da en un aula donde los estudiantes comparten el espacio físico, que si recibiesen el contenido a través de medios de comunicación, a pesar de la comodidad. Sin embargo, Collins afirma que “si fuere posible tele-acoplar directamente sistemas nerviosos, el efecto sería el mismo que en situación de co-presencia corpórea” (p. 93), es decir, si la interacción por medios fuera inmediata, tendría más posibilidades de generar solidaridad y consonancia emocional entre interactuantes.

En este punto, es posible y necesario introducir la postura del sociólogo John B. Thompson. En su libro *La Media y la Modernidad* de 1998, el autor americano plantea características, algunas similares y otras diferentes, acerca de la interacción, la comunicación y la incidencia de los medios en el proceso interactivo. Inicialmente, plantea que “la tecnología permite disociar la comunicación del espacio físico” (Thompson, 1998, pp. 202), por lo tanto, entiende que nuevas formas de comunicación implican nuevas formas de interactuar, basado en que un cambio en los medios supone una alteración en algún elemento de la interacción.

A diferencia de la comprensión clásica de la interacción cara-a-cara, Thompson (1998) propone que el cambio fundamental del avance tecnológico en la interacción es la transgresión en el tiempo y el espacio del contexto comunicacional.

El autor hace un recorrido analítico de las formas por las cuales los humanos se relacionaban en la antigüedad. Plantea inicialmente que, además de la interacción tradicional cara-a-cara, el uso de diferentes medios denota una ruptura espacio-temporal. Como primer punto, explica que los imperios enviaban mensajes a través de aves, las cuales llevaban escritos desde una locación a otra. Aquí se puede observar una de las primeras ocasiones donde la interacción es diferente a la concepción clásica de relacionamiento. Tanto la distancia entre los locutores, como el tiempo en el que expresan y reciben el mensaje, son distintos, marcando un precedente para futuras formas de comunicación, que, al contrario de dilatar el tiempo y espacio inmersos en un contexto

comunicativo, producen nuevas formas de comprender el acto comunicacional y la interacción.

El mismo Thompson (1998) es consciente que con la invención de la imprenta y la producción de escritos en masa, las formas de comunicación cambian drásticamente una vez más. En este sentido, los libros y periódicos permanecen en el tiempo; sin embargo, su mensaje corresponde a un contexto determinado, donde el contenido tiene un objetivo específico que no varía en el tiempo, por lo tanto, tiene otra forma distinta de interacción: cuando alguien lee un texto, maneja la intención de comprender el contexto de quien lo escribió, por lo cual, la interacción se da en el tiempo y espacio del escritor, no del lector.

El recorrido del autor americano se extiende a la invención del telégrafo y el teléfono. En ellos explica que la comunicación ya no rompe con la temporalidad en sí, ya que el uso de estos medios permite a los interlocutores la comunicación casi inmediata, sobre todo en el caso del teléfono. Ahora la única frontera a rebasar es la del espacio, pues la conexión se puede realizar desde cualquier punto del globo solo con la necesidad de poseer un teléfono. De esta forma, Thompson propone la idea de que el acceso a la tecnología permite una comunicación globalizada.

Finalmente, con la constitución del Internet; el tiempo, el espacio y el contexto bajo los cuales se producen las interacciones cambian radicalmente, con nuevos tipos de relación, pautas, formas y sentidos en el intercambio de información. Thompson (1998) añade que dentro de la comunicación dada en medios virtuales, cada mensaje se transforma en una situación determinada, en consecuencia el número de medios y mensajes ya no es el mismo, sino que abre la puerta a la comprensión de las redes virtuales como un espacio de multiplicidad de contextos, cuyos elementos y características se expanden al momento de la interacción.

En este sentido, el autor difiere con las posturas de Goffman y Collins con respecto a la comunicación presencial, pues para Thompson, la interacción se puede producir a pesar de las rupturas espacio-temporales, mientras que para Goffman y Collins, es necesaria la mayor inmediatez posible.

No obstante, Thompson comparte ciertas propuestas de los otros dos autores. Por una parte, entiende de manera clara que “en todas las sociedades, los seres humanos se dedican a la producción e intercambio de información y contenido simbólico” (1998, pp.

25), es decir, dentro del proceso comunicativo existe una constante retroalimentación entre interactuantes. En este sentido, el autor comprende que el yo “es un proyecto simbólico que el individuo construye activamente” (Thompson, 1998, p. 273), por lo tanto, se puede decir que comparte la teoría del interaccionismo simbólico de sus semejantes, con la diferencia del uso de términos solamente.

La propuesta de Thompson abre el debate en el cual se centrará la siguiente sección del presente artículo. El autor expresa que las condiciones contextuales transforman el *yo simbólico*<sup>2</sup> y que al trasladarse de la presencialidad a la virtualidad existe un desplazamiento espacio-temporal que incide directamente en la construcción de la identidad del yo, pues la vida se constituye en función de otros con quienes se interactúa, por lo tanto, la interacción a través de Internet ofrece la capacidad de explorar nuevas realidades y contextos a través de los intercambios de información con sujetos diversos.

### **Características de la interacción en medios virtuales de socialización y entornos digitales, y repercusiones en la identidad**

Una de las principales características del Internet es el acceso rápido a una gran cantidad de información (Morales y Ortiz, 2016). Como plantea Gálvez (2005), los entornos virtuales son considerados “océanos de información”, cuya utilidad no reside en el uso que se pueda dar a los datos, sino a la velocidad con la cual se pueden compartir a distintas personas.

Es así como la utilidad de la información tiene como principal función crear conexiones entre usuarios conectados a la red. Las personas intercambian información y conocimiento<sup>3</sup>, es decir, interactúan entre ellas en base a sus necesidades en el entorno virtual, las cuales pueden abarcar distintos ámbitos, tales como el social, el académico, el ocio, el psicológico, entre otros.

Javier Serrano-Puche (2013) entiende al Internet como un nuevo espacio de socialización personal, que se suma al entorno natural y urbano; lo que Echeverría (1999) llama el “tercer entorno”. De igual forma, Serrano-Puche (2013) observa al Internet como

---

<sup>2</sup> Entiéndase al “yo simbólico” similar al concepto de “identidad” propuesta por Goffman y Collins.

<sup>3</sup> Según Griselda Morales y Ángel Ortiz (2016) toda información se convierte en conocimiento cuando atraviesa la frontera de lo digital, es decir, cuando egresa al mundo real. Por lo tanto, todo conocimiento que es ingresado a entornos virtuales, se convierte en información.

un medio tecnológico y de mediación sociocultural, con particularidades específicas en consecuencia de su condición electrónica, cuya única diferencia con respecto al medio presencial es la carencia de corporeidad a cambio de la mediación a través de tecnologías digitales.

La autora Ana María Gálvez (2005) entiende que las comunicaciones mediadas por ordenador (CMO)<sup>4</sup> poseen características específicas, algunas similares a la interacción cara-a-cara y otras que se diferencian por completo o adoptan otro significado. En este sentido, el análisis de la interacción se realizará en torno a los problemas que la autora Gálvez identifica cuando habla acerca de las CMO.

En primer lugar, entiende que la comunicación en medios digitales pierde la visibilización de signos y símbolos atribuidos al contexto, es decir, elementos enlazados al lugar donde se interactúa, que contribuyen en el proceso de la interacción. Es así que Gálvez (2005) entiende que el sentido de realidad sobre las personas y cosas proviene de la sensación corporal ocurrida durante la interacción. Para ella, no existe un marco de referencia para el interlocutor más que los mensajes en sí y el significado otorgado a los mismos.

Al contrario, para Thompson (1998), en la comunicación virtual, cada interacción coyuntural genera un contexto comunicativo y cada mensaje hace referencia a un contexto distinto. Morales y Ortiz (2016) entienden que, tras la conversión del cuerpo presencial al discurso virtual, el sentido de los elementos de la interacción varían de forma que se relacionan con los postulados de Vega et al. (2017), quienes establecen que en la era digital, la experiencia de juegos simbólicos es diferente.

Al permanecer dentro de un contexto virtual, las referencias que se posee al entablar interacciones son subjetivas, por tanto, los procesos de interpretación de lo social son diferentes; en esta línea, Serrano-Puche (2013) establece que el diseño de la página *web* donde se ubica la interacción influye en las posibilidades expresivas del usuario; la comunicación adopta ciertas peculiaridades que dependen sobre todo del interfaz de la red social sobre la cual se lleva a cabo la actuación. Si en Twitter, la extensión máxima es de 140 caracteres, la expresión del emisor tiene un límite determinado. Al contrario, si

---

<sup>4</sup> Entiéndase a las CMO como interacciones producidas en el medio digital.

nos referimos a la red social Facebook, la capacidad de utilizar fotos o videos influye en la forma en la que el sujeto interactúa.

Así, los nuevos marcos de referencia virtuales son: el objetivo del mensaje enviado y las herramientas que posee el medio digital para permitir el acto comunicativo. El lenguaje gestual en lo presencial se transforma en emoticonos, stickers o fotos; el uso de onomatopeyas, signos (escritura) o audios, sustituyen la expresión verbal en la comunicación presencial (entonación, tonalidad) (Gálvez, 2005); y, finalmente, el contexto de la interacción se ve reemplazado por el objetivo del mensaje, ocasionando que se pueda crear diversos escenarios de interacción dentro de un mismo medio.

El segundo problema identificado por Ana María Gálvez (2005) es la desinhibición de los participantes en las interacciones sociales, puesto que existe una carencia de un rostro visible. Como explica Vega et al. (2017), “el ciberespacio alienta la desinhibición y el anonimato”, es decir, los medios digitales permiten que la expresión de las personas en el ámbito digital se dé en cuestión de fantasías, creaciones propias o identidades construidas.

Como identifica Serrano-Puche (2013), los medios digitales de interacción tienen factores distintivos que permiten el anonimato y la auto-revelación constante, esto produce que, al momento de la presentación, no existan consecuencias reales para el sujeto, en cuanto a la interacción o identidad. Gracias a la capacidad de ocultamiento del rostro “real”, el sujeto es capaz de crear facetas o “perfiles” a placer, adaptándose al contexto que está interesado a pertenecer. En este sentido Dreyfus (2003), entiende que los entornos virtuales se producen alrededor de un compromiso estético, es decir, sin ningún riesgo que defina una posición o identidad fija que repercuta realmente en las personas.

En relación con esta propuesta, Dreyfus se conecta a Goffman y su modelo dramaturgico. Dreyfus (2003) entiende que todo aquello ocurrido en la *front region* tiene que ver con un compromiso ético; en otras palabras, con un evidente riesgo en la persona al momento de realizar su *performance*. Por ello, es necesaria la preparación del *performance* en el *backstage* antes de la interacción, pues las consecuencias pueden ser devastadoras en caso de que no existiese una presentación adecuada y legítima. Por otra parte, al entender que los entornos virtuales se rigen bajo un compromiso estético, la desconexión, el cambio de identidad o la opinión no tienen consecuencias en el “yo”

presencial, por lo tanto, la *front region* “virtual” se convierte en un campo de exploración sin repercusiones.

En este sentido, Ana María Gálvez (2005) contradice los postulados de Dreyfus al mostrar, a través de su investigación en el campus virtual de la Universitat Oberta de Catalunya, que en ciertos momentos y bajo parámetros específicos, sí existen consecuencias para el sujeto, además de retroalimentación para su imagen en redes sociales digitales, ya que, como postula Rheingold (1996), “las comunicaciones mediadas por ordenador generan verdaderas comunidades, ricas, complejas, variables y multidimensionales”.

El tercer y último problema identificado por Gálvez (2005) es la carencia del perfil visible. El concepto de “perfil” hace referencia a la construcción identitaria de la persona en redes (Serrano-Puche, 2013). En ella, el usuario intenta construir la forma de percepción de terceros, reforzando la faceta que más le interesa mostrar hacia otros. Como expresa Lucía Caro Castaño (2012), el usuario se encuentra en la búsqueda de la mirada y aprobación desde otros para la confirmación de uno mismo, “aquello que los demás dicen de mí” (2012, p. 58), ya que la construcción de identidad no es solamente individual, sino colectiva.

Los medios digitales son espacios de referencia para crear y recrear identidades deseadas (Vega et al., 2017). Castaño observa las “redes sociales digitales como un espacio privilegiado para hacer tangible el yo co-construido” (2012. p. 60), de modo que entiende a la identidad como una construcción no solo en base a la información que los usuarios “postean”, sino a las actividades que se realizan con otros. La *identidad mosaico* de Caro Castaño (2012) plantea que la identidad personal y colectiva se potencia en un proceso ágil y reflexivo, en medio de círculos sociales diversos.

En este sentido, la carencia del perfil visible es y no es real. Es decir, en un inicio, no es observable la persona que está detrás de la pantalla al momento de la interacción, y por otra parte, todo aquello que se ha observado, es real en el contexto de la interacción. Para este punto, como indica Serrano-Puche (2013), existe una tensión entre el yo aparente y el yo real, debido a las expectativas que se generan en la interacción a través de redes sociales digitales, ya que el perfil no es una imagen exacta de la persona, sino una promesa que se mantiene durante todo el proceso comunicativo. El “manejo de impresiones” (Serrano-Puche, 2013) y la idealización del yo se basa en la creación de

perfiles, que como expresa el mismo autor, es el intento de construir versiones mejoradas de nosotros mismos.

En un mundo mediático, la capacidad de explorar nuevas realidades permite al “yo” enlazarse a más posibilidades (Thompson, 1998). Thompson se conecta con la multiplicidad de identidades reticulares<sup>5</sup> de Serrano-Puche (2013) la cual es posible manejar en redes sociales virtuales. La identidad del sujeto varía en función del escenario en el que yace, de este modo, el uso de diferentes símbolos, signos y lenguaje permite pertenecer a un cierto grupo, en un momento determinado, por medio de la utilización de ciertas características que edifiquen una identidad funcional para el contexto.

En relación a aquello que se percibe como real, Gálvez (2005) describe que los entornos virtuales presentan la oportunidad de estar siempre conectado y seguir nutriéndose, por lo cual el sentido de realidad ya no se basa solo en la percepción corporal-sensacional, sino al nivel de conexión, participación e implicación de los interactuantes, similar a la postura de Randall Collins (2009) sobre el sentido de pertenencia. Por lo tanto, mientras más participación exista en un entorno virtual, más real se sentirá para quienes conforman dicho espacio.

Bajo este postulado, la vida cotidiana corresponde al conjunto de experiencias entre el mundo presencial y el virtual. Las redes sociales permiten la conexión permanente de vínculos con todo el mundo (Vega et al., 2017) sin importar su tiempo y espacio, mientras que la interacción presencial dota al sujeto de un lugar en el mundo inmediato. Martínez y Pecourt (2019) entienden que el sujeto otorga mayor importancia al mundo presencial o al mundo digital en función de la necesidad coyuntural. El uso de medios digitales se remite entonces para dos situaciones: la coordinación digital para el encuentro presencial y la hiper-coordinación para la conexión personal, donde existe una manifestación constante de sentimiento, emociones o problemas.

Es así como, en estricto sentido, tanto para la interacción presencial como para la digital, es necesario el uso de todos los sentidos para permanecer en contacto (Martínez y Pecourt, 2019). Esto deviene en una sociabilidad híbrida, en la cual el uso generalizado de redes permite la creación y consolidación de lazos (Morales y Ortiz, 2016), a través de

---

<sup>5</sup> Identidad reticular = identidad en red.

los cuales se transforma la identidad que el usuario presenta cada vez que desea interactuar en algún círculo o comunidad.

La comunicación presencial posee características que son visibles y por lo tanto indiscutibles, mientras que la interacción en medios digitales necesita de la presentación de diversos elementos que hagan conocer quién está mostrándose. Sin embargo, existen factores comunes como la gestión de la comunidad (Gálvez, 2005) que no varían más allá del medio como el lenguaje, la posición personal o los valores generales que se rigen al contexto. Es entonces que durante la interacción se mantiene el sentimiento de pertenencia, el mantenimiento de un orden simbólico, la existencia de un espacio de interacción, limitaciones del medio, acciones realizadas en base al contexto y un marco de conexión entre participantes.

La sociabilidad híbrida corresponde a la capacidad de compartir elementos entre el mundo analógico y el mundo virtual, tanto a nivel interactivo como identitario, es decir, características que se enmarcan en el *performance* personal y construyen el proceso comunicativo y la identidad del sujeto en relación con su interacción con el mundo que le observa y le influye.

## **Discusión**

En cuanto a la interacción, se ha podido observar que las posturas de Erving Goffman y Randall Collins no son contrarias a la posición de John Thompson. A través del debate surgido en torno a las investigaciones realizadas, se puede definir que los tres autores comparten el enfoque del interaccionismo simbólico, entendiendo que los procesos comunicativos se dan en contextos específicos y producen un cambio en los participantes. Sin embargo, es notable la diferencia que existe cuando se habla de los medios a través de los cuales se interactúa.

En base a los enunciados de autores como Serrano-Puche, Ana María Gálvez, Morales y Ortiz, o Martínez y Pecourt, se ha podido definir que la presencialidad permite que la interacción se de en la inmediatez y se hagan notorias las expresiones, sensaciones y percepciones del otro, además de sostenerse en un lugar que también incide en la forma en la cual los participantes interactúan. En su defecto, la comunicación por medios digitales carece de presencialidad, pero ofrece otros elementos que de igual forma transmiten sensaciones, sentimientos o percepciones de lo que uno está sintiendo o realizando.

La mayor diferencia reside en el lenguaje comunicativo que varía de acuerdo al medio en el cual se produce la interacción, por lo cual, el estudio de los medios como elemento que resulta transversal para la interacción es necesario, de modo que se puedan comprender a profundidad cuáles son las diferencias esenciales entre la interacción cara-a-cara y la interacción virtual, direccionando el debate hacia la pregunta: ¿Cómo se define lo “real” cuando se habla de interacción, y en consecuencia, qué tan real es la interacción digital con respecto a la presencial?

Con respecto a la identidad, el debate se extiende hacia otro punto. A pesar de que los tres autores comparten su postura sobre la retroalimentación de la identidad a través de la interacción, la diferencia radica en la capacidad de los medios para llevar a cabo este proceso.

Como plantea Goffman (1997), en la interacción cara-a-cara el *self* se produce en consecuencia del escenario en el cual la persona se presenta, y para ello es necesario preparar la actuación en el *backstage*, de modo que su *performance* sea legítimo. Por otra parte, Gálvez (2005) entiende que la identidad en medios digitales se constituye con base a la información que poseemos en el mundo presencial y los deseos que se manejan al momento de introducirse en espacios de socialización virtual. En este sentido, la capacidad de multiplicidad que poseen los medios de socialización virtual influye en la cantidad de interacciones que se pueden realizar en un momento determinado.

Es así que, mientras en la presencialidad la cuestión se basa en sostener la legitimidad al momento de la interacción dentro de un contexto determinado, la socialización en entornos digitales implica una disposición del usuario a construir y sostener diferentes identidades en función del número de situaciones en las que interactúe y su presencia sea requerida.

En resumen, el debate se puede definir en que la vida cotidiana actual tiene características de ser multifacética. Es decir, posee diferentes escenarios en los cuales se necesitaría de grandes cantidades de atención para cumplir los roles que el mundo global y sus interacciones requieren. De esta forma, se podría suponer que la identidad no solo se sostiene dentro de un contexto y actuación, sino que las múltiples identidades que se manejan en la cotidianidad se relacionan e influyen entre sí, lo cual generaría mayores complicaciones en el cumplimiento de roles y expectativas generales en el mundo híbrido, es decir, la unión de los medios digitales y presenciales.

Es así que, la cuestión recae en la teoría de Goffman y Collins con respecto a la identidad: si la identidad se constituye durante la interacción entre un *yo* y *otro*, ¿cómo se entendería a la identidad (o identidades) si en la actualidad somos capaces de realizar numerosos procesos interactivos? ¿Cuántos personajes o máscaras es una persona al mismo tiempo y cuál es la real?

### **Bibliografía:**

Berlanga, I. (2011). *Redes sociales y entretenimiento. Una apuesta hacia el verdadero ocio peligroso*. En García, F. (dir). *Actas del II Congreso Internacional La sociedad digital. Espacios para la interactividad y la inmersión*. Ícono 14, n° 18, pp. 984-995.

Cáceres Zapatero, María Dolores and Brändle Señán, Gaspar and Ruiz San Román, Jose A. (2017) Sociabilidad virtual: la interacción social en el ecosistema digital. *Historia y Comunicación Social*, 22 (1). pp. 233-247. ISSN: 1137-0734

Campos, R. L. C. (2018). Dinámicas de interacción social en Facebook entre estudiantes universitarios: un acercamiento desde la minería de dato. Extraído de: <http://redi.uady.mx/bitstream/handle/123456789/808/645-2583-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Caro Castaño, L. (2012). *La encarnación del yo en las redes sociales digitales*. *Revista TELOS 91: Identidad Digital*. pp. 59 – 68.

Castells, M. (1997). *La Sociedad Red*. Madrid, España: Alianza Editorial.

Castells, M. (2001). *La Galaxia Internet*. Móstoles, España: Brosmac, S. L.

Collins, R. (2009). *Cadenas de Rituales de Interacción*. Barcelona, España: Anthropos Editorial.

Dreyfus, H.L. (2003). *Acerca del Internet*. Barcelona: EdiUOC.

Echeverría, J. (1999). *Los Señores del aire: Telópolis y el Tercer Entorno*. Barcelona, España: Destino.

Escobar, M. y Román, H. (2011). *La presentación del yo en el ciberespacio: un análisis de las autodefiniciones personales en blogs y redes sociales*. *Revista de Psicología Social*, 26 (2), pp. 207 – 222.

Gálvez Mozo, A.M. (2005). Sociabilidad en pantalla. Un estudio de la interacción en los entornos virtuales. *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*, (esp), 0, 1-29. <https://bit.ly/3iw7fOf>

Goffman, E. (1978). *Ritual de la interacción*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Tiempo Contemporáneo.

Goffman, E. (1979). *Relaciones en Público. Microestudios de Orden Público*. Madrid: Alianza Universidad.

Goffman, E. (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires, Argentina: Talleres Gráficos Color.

- Goffman, E. (2006). *Estigma: la identidad deteriorada*. Buenos Aires, Argentina: Amorroutu.
- Gobato, F. La interacción social en la comunicación contemporánea. *Revista de ciencias sociales, segunda época* N° 23, otoño de 2013, pp. 49-69
- Hjarvard, Stig. Mediatización: La lógica mediática de las dinámicas cambiantes de la interacción social: La Trama de la Comunicación, vol. 20, núm. 1, enero-junio, 2016, pp. 235-252. Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina
- Ling, Richard (2005). "Mobile Communications vis-à-vis Teen Emancipation, Peer Group Integration and Deviance". En *The Inside Text: Social Perspectives on SMS in the Mobile Age*, editado por Richard Harper, Alex Taylor y Lysia Palen, 75-189. Estados Unidos: Kluwer.
- Ling, Richard (2008). *New Tech, New Ties. How Mobile Communication Is Reshaping Social Cohesion*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology.
- Madianou, Mirca y Daniel Miller (2013). "Polymedia: Towards a New Theory of Digital Media in Interpersonal Communication". *International Journal of Cultural Studies* 116: 169-187.
- Mantovani, G. (1994). *Is computer-mediated communication intrinsically apt to enhance democracy in organizations?* *Human Relations*,: 45-71.
- Martínez Ortega, Cristina, & Pecourt Gracia, Juan. (2019). La comunicación móvil ritualizada: una aproximación desde la microsociología. *Sociológica (México)*, 34(96), 107-136. Recuperado en 23 de mayo de 2022, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-01732019000100107&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-01732019000100107&lng=es&tlng=es)
- Mercado Maldonado, Asael; Zaragoza Contreras, Laura. La interacción social en el pensamiento sociológico de Erving Goffman. *Espacios Públicos*, vol. 14, núm. 31, mayo-agosto, 2011, pp. 158-175. Universidad Autónoma del Estado de México: Toluca, México.
- Meyrowitz, Joshua (1984). *No Sense of Place: the Impact of Electronic Media on Social Behavior*. Oxford: Oxford University Press.
- Morales Sanders, G. G., & Ortiz Marín, Á. M. (2016). *Las interacciones sociales en el mundo virtual*. *Question*, vol. 1, no. 52. pp. 57 – 73.
- Rheingold, H. (1996). *La comunidad virtual*. Barcelona: Gedisa.
- Rettie, Ruth (2009). "Mobile Phone Communication: Extending Goffman to Mediated Interaction". *Sociology* 42: 421-438.
- Serrano-Puche, J. (2013). *Las redes sociales como ámbito de expresión de la identidad personal*. *Breaking the Media Value Chain*. VII International Conference on Communication and Reality.
- Serrano Puche, J. (2013). *Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad*. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 18 N° Especial Noviembre. Págs. 353-364.
- Sibilia, P. (2008). *La identidad como espectáculo*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Thompson, J. (1998). *La media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

Torres Ortiz, C. B. (2020). Tesis: *Análisis comparativo de funcionalidad de las plataformas digitales para el uso eficiente en la modalidad de teletrabajo*. Recuperado a partir de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redu/g/55094>

Vega, M. P., Constanzo, B., Di Lorio, A., Lamperti, S., & Lasia, S. (2017). EXPRESIÓN DE LA IDENTIDAD DIGITAL Y LA EXPERIENCIA DE LA INTIMIDAD EN LA JUVENTUD ACTUAL. Extraído de: [https://www.researchgate.net/profile/Info-Lab-Laboratory/publication/324064736\\_ADEIP\\_2017\\_Integrando\\_perspectivas\\_en\\_contextos\\_diversos/links/5abb9e5b45851507a5ca6c3f/ADEIP-2017-Integrando-perspectivas-en-contextos-diversos.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Info-Lab-Laboratory/publication/324064736_ADEIP_2017_Integrando_perspectivas_en_contextos_diversos/links/5abb9e5b45851507a5ca6c3f/ADEIP-2017-Integrando-perspectivas-en-contextos-diversos.pdf)