

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA PRESENTACIÓN PERSONAL VIRTUAL EN DIFERENTES ESPACIOS DE INTERACCIÓN

PhD Carlos ARCILA CALDERÓN
Universidad del Norte – Colombia
carcila@uninorte.edu.co

BIBLID [(2172-9077)3,2011,154-169]

Fecha de aceptación definitiva: 31/12/2011

RESUMEN

Este artículo examina la presentación personal de un grupo de sujetos en distintos entornos virtuales de comunicación. El objetivo es comparar la producción comunicativa de la identidad en cada uno de estos espacios y en distintos momentos para describir el esfuerzo comunicativo dedicado a cada categoría identitaria y conocer si las máscaras de cada sujeto se mantuvieron constantes en cada una de las presentaciones o, si por el contrario, fueron contradictorias. Para esto realizó un análisis comparativo entre distintos momentos en los cuales un grupo de 14 sujetos se había presentado a sí mismo en entornos virtuales (chat, blog y redes sociales) y en un entorno físico (la aplicación de un cuestionario presencial) para una investigación anterior. Los resultados apuntan que el mayor esfuerzo comunicativo para presentación personal fue en los chats y que en cada entorno hay categorías identitarias que se producen con mayor esfuerzo. Con respecto a las máscaras, el estudio encontró que el mayor número de máscaras han sido elaboradas de forma "independiente", es decir, que los sujetos apelan a múltiples identidades para hablar sobre ellos mismos; y que algunas máscaras tienden a mantenerse constantes (como la edad, nombre y lugar de residencia) y otras a falsearse, pero que el número de máscaras contradictorias es menor que el de máscaras repetidas.

Palabras clave: Presentación personal; comunicación; identidad; entornos virtuales.

ABSTRACT

This paper examines the presentation of a group of individuals in different virtual environments. The objective is to compare the communication of identity in each space and in different times, and to describe the effort held to each identity category, in order to know if the masks used by these individuals were the same (repeat) or changes (contradiction). To do this, we made a comparative analysis between several presentations in virtual environments (chat, blog and social network) and physical spaces (an identity questionnaire), that 14 individuals made for a former research. According to the findings, the most significant communicative effort to produce identity was employed in Chats. Additionally, we saw that the biggest number of masks was elaborated "independently", it means that individuals use multiple identities elements to talk about themselves. Most masks were constant (like age, name and place of residence), and just a few changed or were obviously contradictories.

Key words: Self presentation; communication; identity; virtual environments.

1. Introducción

La presentación personal o, como hemos también la hemos preferido llamar, la producción comunicativa de la identidad¹, es un tema de amplia repercusión en las ciencias sociales y del comportamiento, especialmente si tomamos en cuenta la línea de investigación consolidada por Erving Goffman (1981/2006) y cuyos orígenes teóricos más concretos los podemos hallar en su predecesor George Herber Mead (1982). Para ambos autores, así como para sociólogos como William Thomas (2005), el sujeto es capaz de reflexionar sobre su sí-mismo (*self*) y de comunicar su auto-concepto a “el-otro”, como forma de establecer el proceso de socialización. En palabras de Thomas, el individuo *define la situación*, en tanto es una estrategia de interacción para alcanzar sus objetivos. Esta perspectiva interaccionista -que Watzlawick (1981) operacionaliza en su diferenciación entre los niveles de *contenido* y de *relación* en la comunicación- fue ampliamente estudiada por la microsociología y la psicología social en los entornos de co-presencia (espacios físicos limitados), pero podemos decir que se ha revitalizado con la entrada de nuevos espacios virtuales para la interacción desde los años 90, por ejemplo, con los juegos en línea, los simuladores de mundos virtuales (como Second Life), los chats y las redes sociales. Asimismo, se ha debatido ampliamente sobre el tema de la identidad (engranaje imprescindible en la presentación personal) en los entornos virtuales de comunicación (Turkle, 1997)².

El artículo que se presenta a continuación examina la presentación personal de un grupo de sujetos en distintos entornos virtuales de comunicación (chats, blogs y redes sociales) y saca provecho de una medición presencial (un test identitario) con el objetivo comparar la producción comunicativa de la identidad en cada uno de estos espacios. Para esto hemos utilizado el concepto goffmaniano de *máscara*, que desarrollamos en Arcila (2011) para adaptarlo a los entornos virtuales, comprendiendo que en cada situación el sujeto decide cómo presentarse (qué y cuanto decir sobre sí-mismo) en función de lo que

¹ Con el concepto de *producción comunicativa de la identidad* lo que queremos es rescatar la dimensión comunicativa del trabajo de *presentación personal* que realiza un individuo; esto debido a que toda la puesta en escena que se realiza para definir la situación hablando de sí mismo se hace a través de la producción de varios mensajes comunicativos para persuadir/convencer al otro.

² Incluso en un trabajo anterior (Arcila, 2011) argüíamos que la identidad se podía considerar una categoría mediadora en la comunicación en los entornos virtuales, en tanto posibilita, cataliza y condiciona toda la actividad comunicativa.

deseo conseguir en dicho contexto, sin que esto signifique necesariamente que estemos hablando de identidades *falsas* o *verdaderas*, pues todas representan proyecciones del sujeto.

Asimismo, hemos categorizado la producción comunicativa de la identidad con el concepto de *esfuerzo comunicativo*, esto es: el trabajo (recursos y tiempo) realizado por un individuo para hablar de sí mismo, especialmente desde una perspectiva lingüística. Dicha noción de *esfuerzo* no ayudó a desarrollar una metodología comparativa ya que permitió elaborar indicadores claros sobre la implicación de un individuo a la hora de construir su identidad comunicativamente. En este sentido, la pregunta que se plantea esta investigación es saber ¿cómo varía la esfuerzo de presentación personal de un grupo de individuos sometidos a diversos espacios de interacción virtual? y ¿cuál es la consistencia/inconsistencia de sus *máscaras* en cada una de estas interacciones?

En este sentido, hemos sacado provecho de varios estudios anteriores, en los cuales se ha estudiado la presentación personal en chats (Paolillo, 1999; Bowker y Tuffin, 2003) y en Blogs (Huffaker y Calvert, 2005; Nowson y Oberlander, 2006; Qian y Scout, 2007; Stefanone y Jang, 2007) y Redes Sociales (Baker, 2001; Liu, 2007; Lange, 2007; Lampel y Bhalla, 2007), y en las cuales se ha examinado a los mismos sujetos, en momentos y sitios distintos, para determinar si sus máscaras identitarias se han mantenido constantes, si han variado o si incluso han sido contradictorias a lo largo del tiempo.

Precisamente, dada la capacidad que tienen los entornos virtuales para que los individuos jueguen con su identidad, otros estudios se han centrado en conocer temas relativos a las identidades falsas, ocultas o anónimas (Nagel et al., 2007; Chester y Gwynne, 1998; Lee, 1996). Un estudio que vale la pena destacar en el ámbito iberoamericano es el de Cáceres, Ruíz San Román y Brändle (2009), quienes llevaron a cabo una encuesta a jóvenes españoles para indagar cómo éstos individuos se presentaban ante los otros en los procesos de comunicación interpersonal mediados tecnológicamente. Sus resultados ponen de manifiesto una “conducta de modificación” de la propia identidad de los jóvenes en los entornos virtuales, especialmente cuando dichos espacios están vinculados a la diversión.

2. Método, procedimiento y criterio de selección muestral para el Análisis

Para seleccionar a los sujetos que formarían parte del análisis comparativo se procedió a contar el número de mediciones (Gráfico 1) a las que habían asistido cada uno de los individuos para ser parte una investigación más amplia (Arcila, 2011), durante 16 meses (entre marzo de 2008 y julio de 2009)³, a saber:

- I. Cuestionario TST (Twenty Statement Test)
- II. Chat – Primera Conversación
- III. Chat – Segunda Conversación
- IV. Perfil Red Social (Facebook)
- V. Perfil Blog
- VI. Post sobre “mis valores” en Blog
- VII. Autoinforme⁴

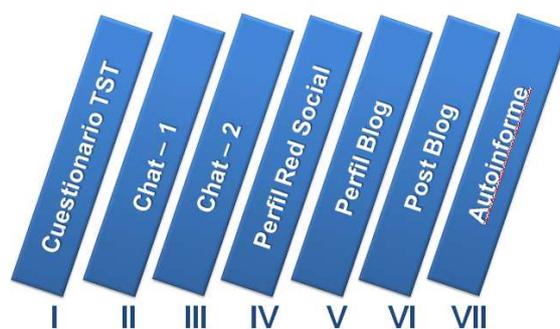


Gráfico 1. Diferentes mediciones identitarias de la investigación

Se seleccionó a los sujetos que hubiesen participado en al menos 5 de las 7 mediciones realizadas, para un **total de 14 individuos** (Tabla 1) y así poder apreciar con detalle la presentación personal de cada uno de ellos en cada uno de los entornos.

³ Esta investigación, como se puede apreciar, tuvo lugar en varias etapas y se procuró trabajar siempre con los mismos sujetos. A pesar de esto, y por razones distintas, muchos de ellos sólo asistieron a algunas de las mediciones.

⁴ Si bien esta fue la última medición identitaria, no fue tomada en cuenta para este análisis comparativo.

Tabla 1. Resumen de la muestra y participación de los sujetos en los distintos estudios										
SUJETOS DE ESTUDIO										
SUJETO	SEXO	EDAD	TST	CHAT 1	CHAT 2	RED SOCIAL	BLOG PERFIL	POST BLOG	AUTO-INFORME	COMPARADO
S12F19	F	19	X	x	X					
S21F17	F	17	X	x	X					
S22F18	F	18	X		X			X		
S26F19	F	19	X	x	X					
S27M19	M	19	X	x						
S31F21	F	21	X	x	X					
S33F17	F	17	X	x	Xxx					
S35F17	F	17	X	x	X					
S10F17	F	17	X	x	X	X				
S36F18	F	18	x	x		X		X	x	x
S14F19	F	19	X	x	X	X		X		x
S20F18	F	18	X	x	X	X		X	x	x
S15F18	F	18	X	x	X	X				
S37M20	M	20	X	x		X		X		
S23F17	F	17	X	x	X	X			x	
S28F17	F	17	X	x	X	X	X	X	x	x
S16F17	F	17	X		X	X		X	x	x
S29F19	F	19		x	X	X				
S25F18	F	18	X	x	X	X		X	x	x
S17F17	F	17	X	x	X	X			x	
S9F17	F	17	X	x	X	X				
S30F17	F	17	X	x	X	X				
S32F17	F	17	X	x	X	X			x	x
S7M17	M	17	X	x	X	X				
S5M18	M	18	X	x	X	X		X	x	x
S19F18	F	18	X	x	X	X		X	x	x
S8M17	M	17	X	x	X	X		X	x	x
S34F17	F	17	X	x	X	X		X		x
S18F17	F	17	X	x	X	X	X	X	x	x
S6M17	M	17	X	x	X	X		X		x
S13M20	M	20	X	x		X		X	x	x
S24F17	F	17	X	x	X	X				
S41F20	F	20					X	X		
S40F19	F	19				X	X	X		
S42F18	F	18					X	X		
TOTALES			31	30	30	25	5	18	13	14
TOTAL GENERAL	35									

Así, luego de obtenidos y procesados los distintos momentos de medición (TST, Chat 1, Chat 2, Perfil Red Social, Perfil Blog, Entrada Blog y Autoinforme), los datos referidos al *esfuerzo* dedicado a la producción comunicativa de la identidad fueron analizados desde una perspectiva **comparativa**, con el fin de conocer las particularidades de la producción identitaria en cada momento de medición (salvo en el caso del Autoinforme) y

de analizar los cambios en el esfuerzo total dedicado a la presentación del sí mismo en cada una de las interacciones comunicativas.

Con el fin de homogeneizar los resultados derivados de lo que hemos llamado *esfuerzo comunicativo* (Arcila 2011) (número de elementos identitarios producidos y tiempo dedicado a ello⁵), para esta medición se utilizó el valor de un indicador diseñado *ex profeso* para esta investigación y que hemos denominado “Esfuerzo Relativo” (ER). Este indicador permite medir el esfuerzo total que cada sujeto dedicó a su presentación identitaria (uniendo los datos desprendidos tanto del número de elementos y como del número de palabras) en *relación* con: (i) la situación comunicativa y (ii) el esfuerzo de otros sujetos. Así, pudimos obtener un valor comprendido entre el 0 y el 10 que orientara cuán intenso había sido el esfuerzo dedicado (más entre más cercano a 10 y menos entre más cercano a 0). La fórmula que utilizamos fue la siguiente:

$$ER = \frac{((\text{No de elementos} \times 10) / \text{No máximo de elementos}) + ((\text{No de palabras} \times 10) / \text{No máximo de palabras})}{2}$$

Cabe destacar que para ejecutar este análisis comparativo nos basamos en las consideraciones realizadas anteriormente (Arcila, 2011), en las que argüíamos que, aunque no es posible hablar de identidades *verdaderas* o *falsas*, sí es posible cotejar la relación de *referencialidad* existente entre las siguientes situaciones (S):

S₁ Lo que un Ego expresa sobre sí mismo en un momento A

S₂ Lo que un Ego expresa sobre sí mismo en un momento B

En este marco comparamos las siguientes situaciones de producción y construcción del sí mismo a través de la comunicación:

S₁ Lo que un Ego expresó sobre sí mismo durante el TST

S₂ Lo que un Ego expresa sobre sí mismo durante la interacción de chat (dos mediciones: conversación 1 y conversación 2)

S₃ Lo que un Ego expresa sobre sí mismo en su perfil de Facebook

⁵ El tiempo se midió en función del número de palabras utilizadas para describir una categoría identitaria.

S₄ Lo que un Ego expresa sobre sí mismo en el perfil de su blog (dos mediciones: perfil del blog y post en el blog)

Estas mediciones, basadas en las comparaciones de los protocolos de análisis, nos permitieron, por una parte, verificar la importancia de las máscaras que utilizamos durante las interacciones virtuales, y, por otra, comprender la naturaleza de flexibilidad que tiene nuestra construcción y producción identitaria en un entorno como el virtual; y en último caso nos permitió aproximarnos a la verificación de otra de nuestras hipótesis sostenida en trabajos anteriores (Arcila, 2006) referida a la identificación de los individuos que transitan y se comunican en las redes con aquellos sujetos denominados posmodernos.

3. Resultados

En el presente apartado analizamos la actividad comunicativa que un grupo de 14 sujetos ejecutaron durante distintas mediciones (la mayor parte de ellas en entornos virtuales) de su presentación personal. Para ello lo hemos dividido en dos sub-apartados; el primero dedicado al análisis del *esfuerzo relativo* que cada sujeto realizó en las mediciones donde participó; y el segundo –más específico- destinado a comparar las distintas *máscaras* que Ego mostró a Álter en cada una de dichas mediciones. Estos análisis comparados de la actividad de los sujetos nos permitirán tener una visión longitudinal de la actividad de cada individuo, al tiempo que nos conducirá a comprender el carácter flexible y situacional de la identidad y de la presentación de esa identidad en los entornos virtuales de comunicación.

3.1 Análisis del Esfuerzo Relativo de los sujetos

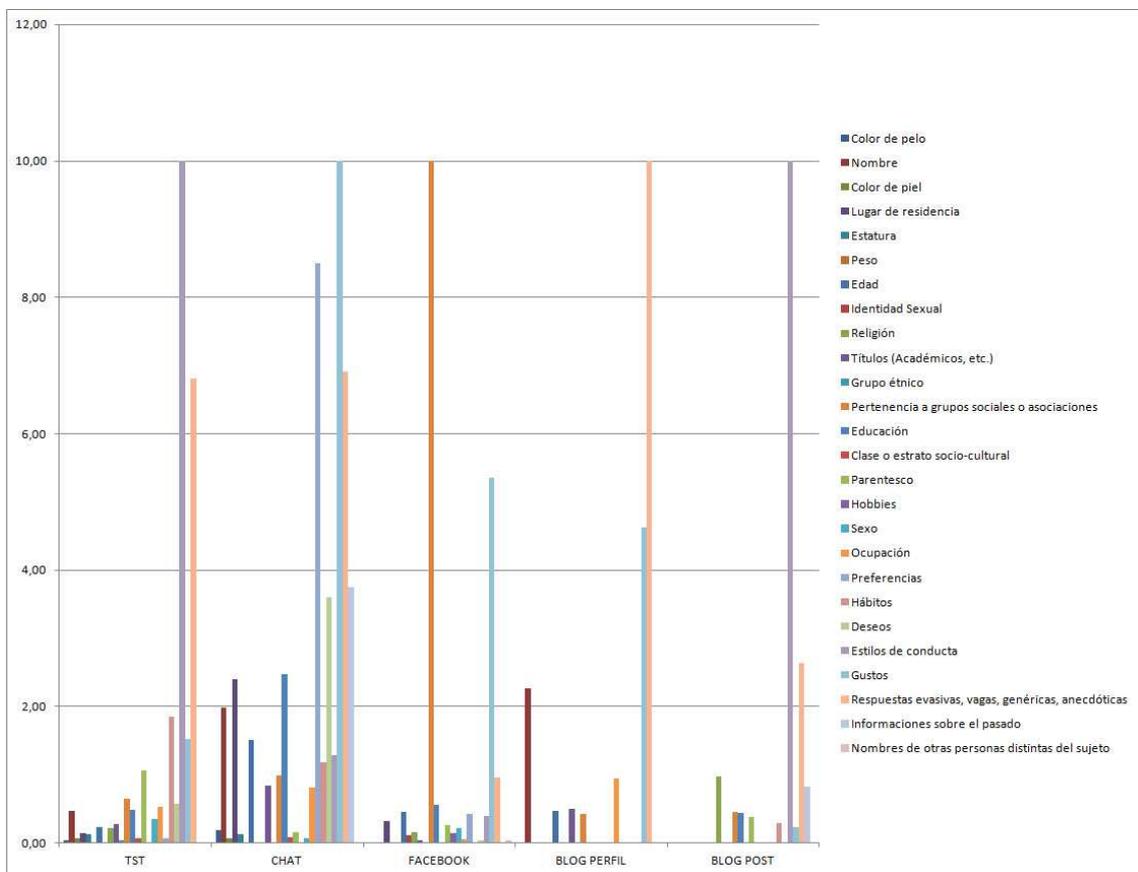
Aunque los sujetos seleccionados para esta primera etapa del análisis comparado no participaron necesariamente de todas las mediciones realizadas (TST, Chat, Facebook, Blog Perfil, Blog Post), sí que estuvieron presentes en la mayoría de ellas, lo que nos permite conocer las diferencias de su presentación personal en términos de *esfuerzo comunicativo*, es decir, de cuánto esfuerzo dedicaron a hablar de sí-mismos.

En la Tabla 2 podemos observar el indicador de *Esfuerzo Relativo* para cada una de las categorías identitarias en cada uno de los entornos donde los sujetos de estudio se presentaron a sí mismos. Este indicador nos ha permitido homogeneizar y ponderar la lectura que hacemos del esfuerzo comunicativo dedicado a la elaboración *narrativa* de identidades en los distintos entornos virtuales considerados, aunque también incorporamos los resultados del TST que tuvo lugar en un entorno presencial. En promedio, el entorno en donde hubo una mayor producción comunicativa de la identidad fue el Chat (1,80), seguido por el TST (0,99), la Red Social Facebook (0,75), el perfil del Blog (0,74) y el post en el Blog (0,62).

Tabla 2. Indicadores de esfuerzo relativo(ER) por categorías en las distintas mediciones

		TST	CHAT	FACEBOOK	BLOG PERFIL	BLOG POST
Categoría	Identidad	ER	ER	ER	ER	ER
A	Color de pelo	0,05	0,19	0,00	0,00	0,00
A	Nombre	0,46	1,98	0,00	2,27	0,00
A	Color de piel	0,07	0,06	0,00	0,00	0,00
A	Lugar de residencia	0,15	2,40	0,31	0,00	0,00
A	Estatura	0,13	0,12	0,00	0,00	0,00
A	Peso	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
A	Edad	0,23	1,50	0,45	0,47	0,00
B	Identidad Sexual	0,00	0,00	0,11	0,00	0,00
B	Religión	0,22	0,00	0,16	0,00	0,97
B	Títulos (Académicos, etc.)	0,28	0,84	0,04	0,49	0,00
B	Grupo étnico	0,05	0,00	0,00	0,00	0,00
B	Pertenencia a grupos sociales o asociaciones	0,64	0,98	10,00	0,43	0,45
B	Educación	0,48	2,47	0,56	0,00	0,44
B	Clase o estrato socio-cultural	0,07	0,09	0,00	0,00	0,00
B	Parentesco	1,07	0,16	0,26	0,00	0,37
B	Hobbies	0,00	0,00	0,14	0,00	0,00

B	Sexo	0,35	0,07	0,21	0,00	0,00
B	Ocupación	0,53	0,81	0,05	0,94	0,00
C	Preferencias	0,08	8,50	0,43	0,00	0,00
C	Hábitos	1,85	1,18	0,00	0,00	0,30
C	Deseos	0,58	3,60	0,04	0,00	0,00
C	Estilos de conducta	10,00	1,28	0,39	0,00	10,00
C	Gustos	1,52	10,00	5,35	4,63	0,23
D	Respuestas evasivas, vagas, genéricas, anecdóticas	6,80	6,92	0,97	10,00	2,63
D	Informaciones sobre el pasado	0,00	3,75	0,00	0,00	0,83
D	Nombres de otras personas distintas del sujeto	0,00	0,00	0,04	0,00	0,00
	PROMEDIO DEL ESFUERZO	0,99	1,80	0,75	0,74	0,62



Como vemos en el **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**, los esfuerzos máximos (ER=10,00) fueron diferentes en los distintos momentos de medición, salvo en el caso del TST y el Post en Blog, en el que coincidió ser el *estilo de conducta* la categoría con ER=10. Mientras en el Chat el esfuerzo máximo se produjo en los *gustos*, en el Perfil del Facebook fue en la *pertenencia a grupos sociales y asociaciones*, y en el Perfil del Blog en *respuestas evasivas, vagas, genéricas o anecdóticas*. En síntesis:

	TST	CHAT	FACE-BOOK	BLOG perfil	BLOG post
Categoría en la que se ha empleado mayor esfuerzo	Estilo de conducta	Gustos	Pertenencia a grupos sociales	Respuestas vagas, etc.	Estilo de conducta

En líneas generales, también observamos que existe una gran diferencia entre los topes máximos y el resto de los datos, es decir, que a la variedad de las producciones identitarias de la mayoría de las categorías se le dedicó un índice de esfuerzo muy bajo en comparación con la dos o tres categorías que se llevaron el grueso de la presentación personal. Veamos:

- En el TST, por ejemplo, además de los *estilos de conducta* (ER=10), sólo las *respuestas evasivas, vagas, genéricas o anecdóticas* (ER=6,8) obtuvieron un índice saliente.
- En el Chat, luego de los gustos (ER=10), vale la pena mencionar el esfuerzo dado a preferencias (ER=8,5), *respuestas evasivas, vagas, genéricas o anecdóticas* (ER=6,92) *informaciones sobre el pasado* (ER=3,75) y *deseos* (ER=3,6).
- En el Perfil del Facebook, después de la *pertenencia a grupos sociales o asociaciones* (ER=10), sólo los *gustos* (ER=5,35) obtuvieron un índice destacable.
- En el caso del Perfil del Blog, además de las *respuestas evasivas, vagas, genéricas o anecdóticas* (ER=10), sólo vale la pena destacar los *gustos* (ER=4,63).

- En el Post del Blog, luego de los *estilos del conducta* (ER=10), la categoría con esfuerzo relativo más cercano fue *respuestas evasivas, vagas, genéricas o anecdóticas* (ER=2,63).

3.2 Análisis de las máscaras del sujeto

El segundo análisis comparativo consistió en detallar las características identitarias que los individuos pusieron en escena durante su presentación personal en cada uno de los entornos donde se tuvieron lugar las mediciones (TST, Chat, Facebook, Perfil Blog y Post Blog). El objetivo inicial fue hacerle un seguimiento a cada uno de los 14 individuos seleccionados para este estudio, con el fin de detectar las *máscaras* que mostraban en diferentes situaciones comunicativas (5 de ellas en entornos virtuales) y, más específicamente, averiguar si estas máscaras se repetían (eran congruentes) o si en algún momento, por el contrario, se contradecían. Asimismo, este análisis nos permitió encontrar qué cantidad de elementos habían sido elaborados “independientemente”, es decir, cuántos elementos identitarios habían sido producidos en una sola de las mediciones, sin que se volviera a hacer referencia a ellos en ninguna otra presentación personal.

Tabla 3. Total de categorías con relaciones de repetición y relaciones de contradicción en las máscaras de los sujetos

		Repeticiones	Contradicciones
Categoría	Identidad	No	No
A	Nombre	8	
A	Lugar de residencia	8	1
A	Edad	9	
B	Religión	2	1
B	Pertenencia a grupos sociales o asociaciones	2	
B	Educación	2	
B	Hobbies	1	
B	Sexo	2	
B	Ocupación	1	
C	Preferencias	7	

C	Deseos	2	
C	Estilos de conducta	6	2
C	Gustos	7	
D	Respuestas evasivas, vagas, genéricas, anecdóticas	2	2

La Tabla 3 nos resume las categorías donde se hallaron las relaciones de repetición (consistencia en las máscaras) y relaciones de contradicción (inconsistencia en las máscaras). El resto de elementos que no están incluidos en esta tabla los llamamos elementos “independientes”, pero conformaron el grueso de los enunciados identitarios desarrollados por los sujetos sometidos al estudio.

Es evidente que las máscaras más constantes se hallaron en las categorías de *edad, nombre y lugar de residencia*; seguida por *preferencias, gustos y estilos de conducta*. Aunque fueron menos que las constantes, las máscaras contradictorias se encontraron en las *respuestas, evasivas, vagas, genéricas o anecdóticas*, los *estilos de conducta*, la *religión* y el *lugar de residencia*. Lo anterior no hace suponer que existe una tenencia muy clara a mantener una mayor *referencialidad* de las máscaras relativas a *edad, nombre y lugar de residencia*. Otras máscaras relativas a preferencias y gustos también pueden apelar a esta constancia. *Estilos de conducta*, por su parte, muestra un doble comportamiento, es decir, que notoriamente admite máscaras repetidas y máscaras contradictorias; lo que nos hace pensar que estamos ante una categoría controvertida. Lo mismo sucede con las *respuestas, evasivas, vagas, genéricas o anecdóticas*, en donde se mostraron la misma cantidad de casos con *máscaras* repetidas que con *máscaras* contradictorias.

En líneas generales, el análisis sobre las máscaras de los sujetos en cada uno de los entornos donde fueron realizadas las mediciones nos lleva a entender que:

1. El mayor número de *máscaras* han sido elaboradas de forma “independiente”, es decir, que los sujetos apelan a múltiples identidades para hablar sobre ellos mismos y que estos enunciados identitarios se producen *ad hoc*, con el fin de describirse en una situación determinada.

2. Algunas *máscaras* tienden a mantenerse constantes, como la *edad*, *nombre* y *lugar de residencia*. Lo que nos recuerda que no necesariamente procuramos falsear nuestros datos identitarios en un entorno virtual.
3. Otras *máscaras* pueden –efectivamente– falsearse, cuestión que hemos detectado en las relaciones de contradicción. Sin embargo el número de *máscaras* contradictorias es menor que el de *máscaras* repetidas.

4. Discusión y Conclusiones

Con respecto a los resultados, podemos concluir que en promedio, el entorno en donde hubo una mayor producción comunicativa de la identidad fue el Chat (ER= 1,80), seguido por el TST (ER= 0.99), la Red Social Facebook (ER= 0,75), el perfil del Blog (ER= 0,74) y el post en el Blog (ER= 0,62). Observamos también que en cada categoría existe una gran diferencia entre los topes máximos y el resto de los datos, lo que quiere decir que a la variedad de las producciones identitarias de la mayoría de las categorías se le dedicó un índice de *esfuerzo* muy bajo en comparación con las dos o tres categorías que se llevaron el grueso de la presentación personal en todas las mediciones.

Quizá lo más interesante es que vimos que algunas *máscaras* tienden a mantenerse **constantes**, como la *edad*, *nombre* y *lugar de residencia*, lo que nos recuerda que no necesariamente procuramos falsear nuestros datos identitarios en un entorno virtual. Otras *máscaras* pueden -efectivamente- falsearse, cuestión que hemos detectado en las relaciones de **contradicción** (sin embargo el número de *máscaras* contradictorias es menor que el de *máscaras* repetidas). A pesar de esto, el mayor número de *máscaras* han sido elaboradas de forma "independiente", es decir, que los sujetos apelan a múltiples identidades para hablar sobre ellos mismos y que estos enunciados identitarios se producen *ad hoc*, con el fin de describirse en una situación determinada.

A diferencia de estudios como los de Cáceres et al. (2009), en donde se detectan importantes "modificaciones" de la identidad en los individuos en función del espacio de interacción, en nuestra investigación las *máscaras*

“constantes” e “independientes” son las que tienen un mayor peso. Esto nos hace pensar que aunque el anonimato (Nagel et al., 2007) y el falseamiento pueden ser exitosos, los individuos en situaciones de cotidianidad tienden a mantener una identidad más estable, aunque en ciertos algunos momentos decidan falsearla para jugar con ella y establecer la estrategia de interacción.

Los estudios que hemos desarrollado en esta investigación aportan datos de primera mano para la investigación psico-social en las redes informáticas. Los planteamientos aquí expuestos constituyen materia prima para la construcción de una ciencia de la comunicación digital –o una Teoría de la Comunicación Digital, como preferimos llamarle- y, en general, contribuyen al enriquecimiento de un cuerpo de conocimiento sobre nuestro comportamiento y sentir comunicativo en presencia de una mediación tecnológico que, hoy por hoy, comienza a invadir todos los ámbitos de nuestra cotidianidad. En este sentido, los enunciados propuestos, así como los resultados empíricos, pueden ser de gran utilidad para otras investigaciones en este campo que intente comprender las prácticas de comunicación digital y su relación con la identidad.

5. Referencias

Arcila, C. (2011). *La presentación del sí-mismo en los entornos virtuales. Comunicación, identidad y alteridad en chats, blogs y redes sociales*. Saarbrücken, Alemania: Editorial Académica Española / LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co.

Arcila, C. (2006). El Ciudadano Digital. Una aproximación al individuo posmoderno inmerso en un caos de información. *Revista Latinoamericana de Comunicación “Chasqui”* (93). Disponible en línea en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/160/16009304.pdf>

Baker, P. (2001). Moral Panic and Alternative Identity Construction in Usenet. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7(1)

Bowker, N. y Tuffin, K. (2003). Dicing with Deception: People with Disabilities' Strategies for Managing Safety and Identity Online. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 8(2)

- Cáceres, M., Ruíz San Román, J. y Brändle, G. (2009). Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet. *CIC, Cuadernos de Información y Comunicación*, 14.
- Chester, A. y Gwynne, G. (1998). Online Teaching: Encouraging Collaboration through Anonymity. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 4(2)
- Goffman, E. (1981/2006). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. (6ª Reimpresión). Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Huffaker, D. A. y Calvert, S. L. (2005). Gender, identity, and language use in teenage blogs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(2), Artículo 1.
- Lampel, J. y Bhalla, A. (2007). The Role of Status Seeking in Online Communities: Giving the Gift of Experience . *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(2), Artículo 5.
- Lee, G. B. (1996). Addressing Anonymous Messages in Cyberspace. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2(1)
- Liu, H. (2007). Social network profiles as taste performances. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), Artículo 13.
- Mead, G. H. (1982). *Espíritu, Persona y Sociedad*. Barcelona: Paidós.
- Nowson, S. y Oberlander, J. (2006). The identity of bloggers: Openness and gender in personal weblogs. Ponencia presentada en el taller "Computational Approaches to Analysing Weblogs". Stanford: Stanford University.
- Nagel, L., Blignaut, S. y Cronjé, J. (2007). Methical Jane: Perspectives on an Undisclosed Virtual Student. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4)
- Paolillo, J. (1999). The Virtual Speech Community: Social Network and Language Variation on IRC. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 4(4)
- Qian, H. y Scott, C. R. (2007). Anonymity and Self-Disclosure on Weblogs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), Artículo 14.

Stefanone, M. A. y Jang, C. (2007). Writing for Friends and Family: The Interpersonal Nature of Blogs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), Artículo 7.

Thomas, William I. (2005). La definición de la situación. *Cuadernos de Información y Comunicación (CIC)*, (10).

Turkle, S. (1997). *La vida en la pantalla*. Barcelona: Paidós.

Watzlawick, P., Bavelas, J. B. y Jackson, D. D. (1981). *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona: Herder.