Microvalidación diplomática: la lógica social del «*like* por compromiso» en la interacción digital cotidiana

Diplomatic microvalidation: the social logic of 'obligatory likes' in everyday digital interaction

Microvalidação diplomática: a lógica social dos 'gostos obrigatórios' na interação digital quotidiana

—

Gregory Pek BARDALES PEREYRA
Universidad Científica del Sur
gbardales@cientifica.edu.pe
https://orcid.org/0000-0002-5296-347X

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 162, agosto-noviembre 2026 (Sección Diálogo de saberes, pp. 267-282)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 13-05-2026 / Aprobado: 20-08-2026

Resumen
Este artículo analiza el fenómeno del «like por compromiso» desde una perspectiva microsociológica, proponiendo y desarrollando el concepto de *microvalidación diplomática*. A partir de los aportes teóricos de Goffman, Garfinkel, Baym y perspectivas contemporáneas sobre la fatiga digital y la gestión algorítmica de la visibilidad, se argumenta que ciertas interacciones digitales cumplen funciones sociales que exceden la simple aprobación de contenido. Se trata de gestos mínimos orientados a sostener vínculos, evitar conflictos y reproducir normas de cortesía en entornos de alta visibilidad. El artículo adopta una metodología teórico-exploratoria, articulando revisión bibliográfica con el análisis de ejemplos ilustrativos situados en plataformas como *Instagram, Facebook y WhatsApp*. Se problematiza la relación entre esta práctica y el agotamiento digital documentado en estudios recientes (2020–2025), y se propone la gestión de la visibilidad como dimensión analítica central para comprender la economía simbólica del reconocimiento en la vida cotidiana digital.
Palabras clave: cortesía digital; microinteracción; validación simbólica; fatiga digital; gestión de la visibilidad; redes sociales

Abstract
This article analyzes the phenomenon of the 'obligatory like' from a microsociological perspective, proposing and developing the concept of *diplomatic microvalidation*. Drawing on Goffman, Garfinkel, Baym, and contemporary perspectives on digital fatigue and algorithmic visibility management, it argues that certain digital interactions serve social functions well beyond genuine content appreciation. These minimal gestures aim to maintain ties, avoid conflict, and reproduce courtesy norms in high-visibility environments. The article adopts a theoretical-exploratory methodology, combining bibliographic review with the analysis of illustrative examples situated in platforms such as Instagram, Facebook, and WhatsApp. It critically examines the relationship between this practice and digital burnout documented in recent studies (2020–2025), and proposes visibility management as a central analytical dimension for understanding the symbolic economy of recognition in everyday digital life.
Keywords: digital courtesy; microinteraction; symbolic validation; digital fatigue; visibility management; social media

Resumo
Este artigo analisa o fenómeno do 'like obrigatório' numa perspectiva microssociológica, propondo e desenvolvendo o conceito de microvalidação diplomática. Baseando-se em Goffman, Garfinkel, Baym e nas perspetivas contemporâneas sobre a fadiga digital e a gestão algorítmica da visibilidade, defende que certas interações digitais servem funções sociais muito para

além da apreciação genuína do conteúdo. Estes gestos mínimos visam manter laços, evitar conflitos e reproduzir normas de cortesia em ambientes de grande visibilidade. O artigo adota uma metodologia teórico-exploratória, combinando a revisão bibliográfica com a análise de exemplos ilustrativos situados em plataformas como o Instagram, Facebook e WhatsApp. Examina criticamente a relação entre esta prática e o esgotamento digital documentado em estudos recentes (2020-2025) e propõe a gestão da visibilidade como uma dimensão analítica central para a compreensão da economia simbólica do reconhecimento na vida digital quotidiana.
Palavras-chave: cortesia digital; microinteração; validação simbólica; fadiga digital; gestão da visibilidade; mídia social

1. Introducción

En los ecosistemas digitales contemporáneos, el simple acto de presionar un botón —«me gusta», «corazón», «aplauso»— puede tener múltiples sentidos: apoyo, aprobación, cortesía, devolución de atención o compromiso afectivo mínimo. Esta pluralidad de funciones convierte a los mecanismos de reacción digital en un objeto de análisis sociológicamente relevante, en especial cuando se observa que muchos de estos gestos no responden a una valoración genuina del contenido, sino a lógicas relacionales más complejas.

En este contexto, emerge una práctica ampliamente extendida, pero escasamente problematizada en la literatura especializada: el *like* por compromiso. Más que una expresión espontánea o sincera, muchos «me gusta» son emitidos como parte de una negociación social implícita. Más que valoraciones del contenido en sí, constituyen gestos de equilibrio relacional. Este artículo propone el concepto de *microvalidación diplomática* para describir esta práctica, entendida como una forma de interacción simbólica orientada a sostener el lazo social, gestionar impresiones y evitar conflictos en contextos de visibilidad digital permanente.

El tema cobra aún mayor relevancia cuando se advierte que las plataformas digitales han transformado radicalmente las condiciones de la interacción social. La visibilidad algorítmica, la permanencia del registro y la expectativa de reciprocidad constante generan un entorno en el que la omisión puede ser interpretada como una forma de agresión simbólica (Marwick & Boyd, 2011). En este escenario, el *like* por compromiso no es un gesto banal —como podría parecernos a simple vista—, sino una tecnología social de regulación infinitesimal del vínculo.

La pregunta central que guía este trabajo es: ¿cómo funciona el «*like* por compromiso» en tanto forma de regulación simbólica del vínculo en la vida social digital? Para responderla, el artículo se organiza en cuatro secciones: (1) la presente introducción; (2) un apartado de metodología que explicita el

enfoque teórico-exploratorio adoptado; (3) el desarrollo analítico, que incluye el marco teórico, la propuesta conceptual, las funciones sociales del fenómeno y una discusión crítica con la literatura reciente sobre fatiga digital; y (4) las conclusiones, junto con una agenda de investigación futura.

2. Metodología

Este artículo es de naturaleza teórico-exploratoria; es decir, su propósito no es contrastar hipótesis mediante datos primarios, sino desarrollar un marco conceptual original para un fenómeno observable pero escasamente teorizado. La estrategia metodológica combina tres procedimientos complementarios: (a) revisión bibliográfica sistemática de literatura clásica sobre interacción social y nuevos estudios sobre comunicación digital, cortesía en línea y fatiga por redes sociales; (b) análisis conceptual comparativo entre marcos teóricos clásicos (microsociología de Goffman, etnometodología de Garfinkel) y perspectivas contemporáneas (estudios de plataformas, teoría de los algoritmos y psicología social del agotamiento digital); y (c) construcción de ejemplos arquetípicos que permiten operacionalizar el concepto propuesto en situaciones concretas, experimentadas con frecuencia en las plataformas digitales.

Los ejemplos utilizados en este trabajo no provienen de una recolección sistemática de datos, sino que son casos construidos con base en la literatura existente y patrones reconocibles en las prácticas de plataformas como *Instagram, Facebook, WhatsApp y TikTok*. Esta decisión metodológica es coherente con la tradición de los artículos teórico-conceptuales en sociología y comunicación, en los que los casos arquetípicos tienen valor ilustrativo y heurístico, no evidencial en sentido estricto. El objetivo es proveer suficiente ancla empírica para que el concepto sea evaluable y abierto a futuras contrastaciones.

La búsqueda bibliográfica se realizó en las bases de datos *Scopus, Web of Science* y *Google Scholar*, utilizando los descriptores: *digital courtesy*, *like behavior*, *social media fatigue*, *algorithmic visibility*, *digital interaction* y *impression management online*. Se priorizaron publicaciones en inglés y español de los últimos cinco años, sin excluir trabajos fundacionales anteriores cuando su relevancia teórica así lo justificaba.

3. Desarrollo analítico

3.1. Marco teórico clásico: Goffman, Garfinkel y la economía de la atención

Erving Goffman (1959) propuso que la vida social está compuesta por situaciones de representación en las que los individuos gestionan activamente la impresión que causan en los demás. En las redes sociales, cada publicación, comentario o

reacción se inscribe en un frente de escena público donde cada usuario suele actuar un personaje. Dar «*like*» por compromiso puede verse como un acto dramatúrgico: no es el contenido lo que se valida, sino la relación con el autor. Este gesto busca proteger la imagen (*face* en términos de Goffman), evitar desaires y confirmar la pertenencia a una comunidad o red. La distinción goffmaniana entre el frente y el bastidor adquiere nuevas dimensiones en los entornos digitales, donde la separación entre escena pública y espacio privado se vuelve porosa y contingente (Hogan, 2010).

Desde la etnometodología, Harold Garfinkel (1967) demostró que los sujetos producen y sostienen el orden social a través de prácticas rutinarias que rara vez son conscientes. Estas prácticas cotidianas no son meras repeticiones vacías: son el sustrato performativo del orden social. El «me gusta» por compromiso puede entenderse como una de esas acciones indexicales que reafirman el sentido común, reproduciendo una expectativa tácita: si alguien forma parte de tu red, «deberías» reaccionar a su contenido. La violación de esta norma —visible en los llamados «experimentos de ruptura» garfinkelianos— puede generar incomodidad, reclamos y hasta conflictos relacionales. En este sentido, dar un *like* puede ser socialmente tan significativo como no darlo.

La teoría de la cortesía y la gestión de la imagen (*face management*) desarrollada por Brown y Levinson (1987), a partir de Goffman, ofrece herramientas adicionales para analizar el *like* por compromiso. Según estos autores, las prácticas de los actores sociales constituyen una amenaza potencial para la imagen propia o ajena (FTAs, por sus siglas en inglés); por lo cual, simultáneamente, se despliegan estrategias para mitigar dichos riesgos. El *like* por compromiso puede interpretarse como una estrategia de cortesía: refuerza el vínculo con el interlocutor, reduce la amenaza de desafiliación y contribuye a la co-elaboración de una identidad relacional positiva. Esta dimensión de la cortesía digital ha sido subrayada por estudios recientes como los de Darics (2020), quien analiza cómo los marcadores paraverbales en la comunicación mediada por computadora —emojis, signos de puntuación expresivos, reacciones— funcionan como recursos de mantenimiento relacional. En una línea convergente, Heitmayer y Schimmelpfennig (2023), en un estudio cualitativo con grupos de discusión de jóvenes profesionales publicado en el *International Journal of Human–Computer Interaction*, conceptualizan la «netiqueta» como un sistema de normas sociales digitales que emerge de manera dinámica a través de la interacción, y no como un conjunto de reglas fijas. Sus hallazgos revelan que estas normas varían en función de la plataforma, la jerarquía de poder y la proximidad relacional —variables que determinan cuándo y cómo se emite el *like* por compromiso.

Por su parte, tanto los estudios de Baym (2015) como los de Marwick y Boyd (2011), han explorado cómo las relaciones en redes sociales están moldeadas por la visibilidad constante y la expectativa de reciprocidad. El *like* funciona como una moneda simbólica de intercambio en una economía de la atención donde la

escasez no es de información, sino de reconocimiento; no darlo puede ser leído como desinterés, rechazo o incluso agresión pasiva. El *like* por compromiso puede ser leído, en este marco, como un acto de diplomacia: se regula el riesgo de conflicto y se mantiene el equilibrio simbólico de la red.

3.2. Perspectivas contemporáneas: algoritmos, visibilidad y affordances

La comprensión del *like* por compromiso requiere trascender los marcos clásicos e incorporar las condiciones materiales y técnicas que organizan la interacción en las plataformas digitales. Para dicho propósito, el concepto de *affordances* —desarrollado originalmente por Gibson (1979) en psicología ecológica y retomado por Hutchby (2001) para el análisis de las tecnologías de comunicación— resulta particularmente útil. Las plataformas no son meros canales neutros: ofrecen posibilidades específicas de acción que configuran y constriñen las prácticas de los usuarios. El botón de «me gusta» es un *affordance* que habilita una forma de interacción mínima, muy funcional para abaratar los costos de transacción, especialmente la inversión de tiempo y la exposición emocional que implica la co-presencia, lo cual lo convierte en el vehículo ideal para la microvalidación diplomática.

Plantin y Punathambekar (2019) han señalado que las plataformas digitales contemporáneas deben entenderse como infraestructuras que moldean activamente las prácticas sociales. En este sentido, el *like* no es sólo una acción propia del usuario, sino un recurso que los sistemas algorítmicos registran, clasifican y utilizan para optimizar la distribución de contenido. Eslami et al. (2015) demostraron que los usuarios de Facebook tienen una comprensión parcial y frecuentemente errónea del funcionamiento de los algoritmos que regulan su *feed*, lo que genera estrategias adaptativas que incluyen interacciones «seguras» —como el *like*— para no comprometer su presencia en el ecosistema.

Un factor adicional que complejiza la gestión de la interacción mínima en plataformas es el fenómeno del colapso de contextos (*context collapse*), descrito originalmente por Marwick y Boyd (2011) y revisado recientemente por Yao et al. (2024) y Masur y Ranzini (2025). Cuando distintas audiencias —familia, colegas, amistades, conocidos ocasionales— coexisten en un mismo espacio digital, el actor debe tomar decisiones de interacción que sean simultáneamente apropiadas para todos esos contextos. El *like* por compromiso opera en este escenario como el gesto de menor riesgo: es suficientemente neutro para no ofender a ningún segmento de la audiencia y suficientemente presente para no ser leído como indiferencia. De otro lado, Masur y Ranzini (2025), estudiando el colapso de contextos en Instagram, confirman que la percepción de audiencias mezcladas incrementa la preocupación por la privacidad y la carga cognitiva de la autopresentación, lo que puede llevar a estrategias de interacción mínima como el *like* por compromiso.

Van Dijck (2013) acuñó el término *cultura de la conectividad* para describir el modo en que las plataformas codifican la sociabilidad en términos cuantificables: el número de seguidores, la tasa de interacción, el alcance de una publicación. En este marco, el *like* por compromiso adquiere una dimensión adicional: no sólo regula el vínculo social, sino que también participa en la producción de capital simbólico algorítmicamente mediado. Dar «me gusta» a la publicación de un conocido no es únicamente un gesto relacional: es también una acción que, acumulada con otras, puede incidir en la visibilidad del otro en la plataforma. Esta dimensión infraestructural del gesto escapa frecuentemente a la conciencia de los actores, pero es plenamente operativa.

Investigaciones recientes han profundizado en la dimensión de género y poder en las economías de la atención digital. En un estudio publicado en *Scientific Reports* con más de 800.000 interacciones en Instagram a lo largo de tres años, Lasser et al. (2022) demostraron que las usuarias mujeres exhiben mayor homofilia que los hombres —es decir, tienden a interactuar más con personas similares a ellas— y que esta asimetría varía según el tipo de interacción: es más pronunciada en los comentarios que en los *likes*. Así también, Serrano-Puche (2016) ha explorado las emociones asociadas al uso de redes sociales, señalando que la ansiedad por el número de «me gusta» recibidos constituye un componente significativo de la experiencia afectiva digital contemporánea.

Desde una perspectiva psicológica y cognitiva, Brady y Crockett (2024) argumentan que los algoritmos de las plataformas moldean activamente la psicología normativa de los usuarios: al incentivar ciertos tipos de interacción sobre otros —mediante métricas de engagement como los *likes*, los comentarios o las comparticiones—, los sistemas algorítmicos enseñan a los usuarios qué conductas son «apropiadas» en ese entorno. Esta dinámica es especialmente relevante para la microvalidación diplomática: el *like* es el gesto que los algoritmos premian con mayor regularidad, lo que refuerza su uso incluso cuando no responde a una valoración genuina.

Por su parte, Robertson et al. (2024) demuestran que las normas sociales generadas y visibles en las redes sociales tienden a ser más extremas que las normas reales de los usuarios, constituyéndose una fábrica de «espejos deformantes». A través de la ignorancia pluralista, los usuarios perciben que «todos» interactúan con cierto contenido o que «nadie» ignora una publicación, aunque la realidad sea más heterogénea. Esta distorsión de las normas percibidas es un mecanismo complementario que refuerza el *like* por compromiso: los actores no solo responden a expectativas relacionales reales, sino también a una imagen amplificada de lo que se supone que todo el mundo hace en la plataforma.

3.3. Propuesta conceptual: microvalidación diplomática

Sobre la base de los marcos teóricos anteriores, definimos la *microvalidación diplomática* como una acción simbólica mínima y ambigua, emitida en plataformas digitales, que busca sostener una relación social evitando la confrontación directa o la exposición emocional explícita. Esta categoría articula tres dimensiones analíticas:

a) **Dimensión relacional:** La microvalidación diplomática es, ante todo, un gesto de mantenimiento del vínculo. No pretende expresar una valoración auténtica del contenido, sino señalar la presencia y disposición del actor hacia el otro. En términos goffmanianos, opera como una forma de trabajo proactivo de la imagen (*face work*), que previene la amenaza de desafiliación.
b) **Dimensión performativa:** El *like* por compromiso es también una práctica que reproduce normas sociales tácitas. En términos garfinkelianos, es una acción que reconstituye el orden interaccional de la red: confirma que el actor es un «buen» miembro de la comunidad digital, alguien que reconoce y devuelve atención. La performatividad de este gesto es particularmente visible cuando se considera que su ausencia —no dar *like*— puede generar consecuencias sociales reales: malestar, interpretaciones negativas o renegociaciones del vínculo.
c) **Dimensión algorítmica:** A diferencia de los gestos de cortesía en la interacción presencial, la microvalidación diplomática digital es registrada, cuantificada y procesada por sistemas algorítmicos. Esto introduce una capa adicional de complejidad: el gesto tiene efectos no sólo en el receptor humano, sino también en la economía de la visibilidad de la plataforma. Un actor puede emitir microvalidaciones diplomáticas no sólo para gestionar relaciones, sino también para «alimentar» el algoritmo y mantener su presencia en el *feed* del otro.

Esta triple dimensionalidad permite distinguir la microvalidación diplomática de otros tipos de interacción digital mínima:

Tipo de acción	Finalidad social principal	Relación con el contenido
Like genuino	Expresar interés o aprobación real	Alta: se valora el contenido en sí
Like estratégico	Gestión de imagen o reciprocidad	Media: el contenido es pretexto
Microvalidación diplomática (like por compromiso)	Sostener vínculo, evitar conflicto	Baja o nula: el contenido es irrelevante
Like algorítmico	Mantener visibilidad en plataforma	Nula: el gesto responde a lógica técnica

Es importante señalar que estas categorías no son mutuamente excluyentes. Un mismo *like* puede cumplir simultáneamente funciones relacionales y algorítmicas, o puede deslizarse de una categoría a otra en función del contexto. La microvalidación diplomática no designa un tipo fijo de acción, sino una *lógica*

que puede subyacer a distintos gestos digitales en función del marco relacional en que se inscriben.

3.4. Funciones sociales del like por compromiso: análisis de ejemplos

Para ilustrar la operatividad del concepto, se presentan a continuación cuatro situaciones paradigmáticas, construidas a partir de patrones recurrentes documentados en la literatura:

Ejemplo 1: El like al jefe

Un empleado observa que su superior jerárquico ha publicado en su perfil de LinkedIn una reflexión sobre liderazgo. Independientemente de si comparte o no el contenido, el empleado da «me gusta» a la publicación. Este gesto cumple varias funciones simultáneas: señala presencia y lealtad, evita ser percibido como desinteresado o distante, y gestiona la impresión de ser un colaborador comprometido. La microvalidación diplomática opera aquí en un contexto de asimetría de poder, donde la omisión podría ser interpretada como una forma de resistencia simbólica. Investigaciones sobre el uso de LinkedIn como espacio de sociabilidad profesional, como las de van Dijck y Poell (2013), han documentado cómo las interacciones en esta plataforma están fuertemente mediadas por consideraciones de imagen y gestión de carrera.

Ejemplo 2: El like a la expareja

Una persona da «me gusta» a una publicación de su expareja en Instagram. El gesto puede tener múltiples lecturas: señal de que no hay rencor, intento de conservar un residuo del vínculo o simple cumplimiento de una norma de cortesía mínima con alguien que sigue en la red. Lo que resulta significativo desde la perspectiva de la microvalidación diplomática es que el actor no está evaluando el contenido —la foto de un viaje, por ejemplo—, sino gestionando una relación social compleja a través del menor gesto posible. Este ejemplo ilustra cómo el *like* por compromiso puede operar como un sustituto del contacto relacional más directo, ofreciendo una presencia amigable sin mayor compromiso explícito.

Ejemplo 3: El like en el grupo de WhatsApp

En un grupo familiar de WhatsApp, un conspicuo miembro comparte una cadena de mensajes con información sanitaria de una fuente no confiable. Varios participantes responden con emojis de aprobación (,) no porque crean en el contenido, sino para no generar tensión en el grupo o para no dar la impresión que no les importa lo que diga la abuela o la madre. Este caso expande el concepto más allá de las plataformas de redes sociales tradicionales y lo sitúa

en el espacio de la mensajería instantánea, donde las normas de grupo y las jerarquías familiares o amicales ejercen una presión adicional. Nesi et al. (2018) han documentado cómo la presión de reciprocidad en los grupos de mensajería genera formas específicas de ansiedad en adolescentes y adultos jóvenes.

Ejemplo 4: El like cruzado entre creadores de contenido

Dos personas que producen contenido en Instagram —fotógrafos, artistas o divulgadores con audiencias modestas— mantienen una práctica de reciprocidad: se dan «me gusta» mutuamente de manera sistemática, independientemente de si el contenido les interesa. Esta práctica, denominada en la literatura de marketing digital «pods de engagement» (Cotter, 2019), ilustra cómo la microvalidación diplomática puede institucionalizarse como estrategia colectiva de gestión algorítmica. El gesto relacional y el gesto técnico se fusionan: se mantiene el vínculo interpersonal y se alimenta simultáneamente el algoritmo.

3.5. Gestión de la visibilidad como dimensión analítica

La propuesta de la microvalidación diplomática no puede comprenderse plenamente sin una reflexión sobre la gestión de la visibilidad como categoría analítica central. En los entornos digitales contemporáneos, la visibilidad no es un estado dado: es el resultado de una gestión activa, tanto por parte de los usuarios como de los algoritmos de las plataformas.

Hogan (2010) propuso distinguir entre actuación (*performance*) y exhibición (*exhibition*) en los entornos digitales: mientras la primera implica una adaptación activa al contexto de recepción —como en Goffman—, la segunda consiste en depositar artefactos en una plataforma que actúa como curador, seleccionando qué mostrar a quién. Esta distinción es fundamental para entender la microvalidación diplomática: en muchos casos, el actor no sólo gestiona su propia imagen, sino también la visibilidad del otro en la plataforma. Dar *like* a una publicación contribuye —de manera marginal, pero real— a ampliar su distribución algorítmica.

Estudios recientes han profundizado en cómo los usuarios desarrollan estrategias de gestión de la visibilidad que van más allá de la simple publicación de contenido. Cotter (2019) documentó cómo usuarios de Instagram adaptan sus comportamientos de interacción —incluyendo el patrón y la frecuencia de sus *likes*— en función de su comprensión (frecuentemente imprecisa) de los algoritmos de la plataforma. Bucher (2018) ha analizado cómo el «miedo a la invisibilidad algorítmica» genera formas específicas de comportamiento compulsivo en las redes sociales, entre las que se incluye el *like* sistemático como estrategia de mantenimiento de presencia.

Desde esta perspectiva, la microvalidación diplomática no es sólo un fenómeno interpersonal: es también un fenómeno infraestructural. La decisión de dar o no *like* está inscrita en un entorno técnico que asigna consecuencias específicas a cada gesto, lo cual altera la naturaleza misma de la acción social. Como ha señalado Zuboff (2019), las plataformas digitales no se limitan a mediar la interacción: la transforman en datos que retroalimentan sistemas de predicción y modificación del comportamiento. La microvalidación diplomática es, en este sentido, un ejemplo microscópico pero revelador de cómo la acción social en el capitalismo de plataformas está simultáneamente orientada hacia el otro y hacia el sistema.

4. Discusión: microvalidación diplomática y agotamiento digital

La propuesta del *like* por compromiso como microvalidación diplomática adquiere un relieve particular cuando se la contrasta con la creciente literatura sobre agotamiento digital (*social media fatigue*) y burnout tecnológico documentada en estudios recientes (2020–2025). Esta literatura ofrece un marco complementario que permite comprender no sólo la lógica de la práctica, sino también sus costos psicosociales y sus implicaciones para la sostenibilidad de los vínculos digitales.

Zhang, He y Peng (2022) desarrollaron un modelo empírico del agotamiento digital basado en el marco teórico Estímulo-Organismo-Resultado (S-S-O), en el que identifican la sobrecarga de información, el costo percibido de tiempo y las preocupaciones por la privacidad como factores que producen un impacto positivo y significativo sobre la intención de fatiga en redes sociales. Un hallazgo especialmente relevante para el argumento de este artículo es que la presión social percibida —esto es, la expectativa de que el usuario debe responder, reaccionar o interactuar con el contenido de su red— actúa como estresor que incrementa la fatiga. Esta evidencia sugiere que el *like* por compromiso no es una práctica marginal o anecdótica, sino un componente estructural de la experiencia digital contemporánea, con consecuencias medibles sobre el bienestar del usuario.

Sun et al. (2025), en un estudio empírico con 430 usuarios de WeChat, investigaron cómo la audiencia imaginada —esto es, la representación mental de quién verá nuestras publicaciones— genera fatiga en redes sociales a través de la gestión de impresiones. Sus resultados demuestran que los usuarios que perciben una audiencia más diversa y exigente despliegan mayores esfuerzos de autogestión, lo cual se traduce en agotamiento cognitivo y emocional. Este hallazgo conecta directamente con la microvalidación diplomática: el *like* por compromiso es, en parte, una respuesta a la presión de una audiencia imaginada que se presupone esperando reciprocidad. La arquitectura de las plataformas

amplifica esta percepción al hacer visibles las interacciones y sus omisiones, convirtiendo el gesto mínimo en una obligación implícita.

Fu et al. (2020), en un estudio empírico con 412 usuarios de Facebook validado mediante modelado de ecuaciones estructurales, demostraron que la sobrecarga social —entendida como la presión de tener que interactuar con contactos en redes sociales, leer sus publicaciones, responder preguntas y demostrar atención— genera agotamiento emocional, y que ese agotamiento conduce directamente al abandono discontinuo de las plataformas. Este hallazgo introduce una paradoja relevante para el argumento de este artículo: las prácticas de microvalidación diplomática que buscan sostener el vínculo pueden, a mediano plazo, erosionar la disposición a participar en las plataformas que hacen posible esos vínculos.

Valkenburg et al. (2022a), en un estudio longitudinal con metodología de muestreo de experiencia (ESM), pusieron a prueba la llamada «hipótesis del uso pasivo», según la cual la navegación contemplativa en redes sociales —sin interacción activa— es inherentemente perjudicial para el bienestar. Sus resultados cuestionaron esa hipótesis al demostrar que los efectos no dependen del tipo de uso en abstracto, sino de la experiencia subjetiva que el usuario tiene de esa navegación: para algunos participantes, navegar sin interactuar resultaba relajante; para otros, generaba comparación social y malestar. Este hallazgo es relevante para la microvalidación diplomática porque sugiere que el *like* por compromiso puede vivirse de manera radicalmente distinta según el actor y el contexto relacional.

En una dirección complementaria, Valkenburg et al. (2022b), en una revisión paraguas (*umbrella review*) de la evidencia, concluyeron que los efectos de las redes sociales sobre la salud mental son altamente heterogéneos y que las investigaciones que tratan el «uso de redes sociales» como una variable unitaria producen resultados inconsistentes. Los autores señalan que es necesario desagregar los tipos de interacción para comprender sus efectos diferenciales. Este argumento respalda directamente la pertinencia de la distinción conceptual propuesta en este artículo: no es lo mismo el *like* genuino, el estratégico y la microvalidación diplomática; cada uno implica una forma distinta de relación con el contenido, con el otro y con la plataforma, y puede tener consecuencias diferenciadas sobre el bienestar.

La investigación de Reinecke y Hofmann (2016) sobre la culpa por el uso de redes sociales anticipa en cierta medida estos desarrollos recientes: ya entonces se documentaba que muchos usuarios experimentaban una tensión entre el deseo de descanso digital y la obligación percibida de mantenerse activos en sus redes. Lo que los estudios más recientes añaden es la precisión sobre qué tipo de interacciones generan esa tensión: fundamentalmente, las que tienen el carácter de obligación relacional más que de placer comunicativo.

Desde la perspectiva de la gestión de la visibilidad, estos hallazgos permiten formular una hipótesis: el agotamiento digital no se genera sólo por el exceso

de contenido, sino también por el exceso de gestión relacional. El *like* por compromiso no es costoso en términos del tiempo que nos toma presionar un botón, pero sí lo es en términos de atención moral: implica monitorear continuamente el estado de las relaciones, evaluar la expectativa del otro y decidir si se cumple o no con ella. Esta dimensión cognitiva y emocional de la microvalidación diplomática es un campo fértil para la investigación futura.

Finalmente, es importante señalar que la relación entre microvalidación diplomática y agotamiento digital no es unidireccional. Algunos estudios sugieren que ciertos usuarios utilizan el *like* por compromiso precisamente como estrategia de reducción de la carga interaccional: en lugar de escribir un comentario elaborado, se opta por el gesto mínimo. En este sentido, la microvalidación diplomática puede funcionar tanto como generador de agotamiento (cuando se vive como obligación) como mecanismo de gestión del agotamiento (cuando se vive como atajo). Esta ambivalencia es coherente con su naturaleza esencialmente diplomática: el *like* por compromiso es, ante todo, una práctica de negociación.

5. Conclusiones

El *like* por compromiso no es un gesto banal. Es un dispositivo de regulación relacional mínimo que revela las nuevas formas de cortesía, afectividad y control simbólico en la vida digital. A través del concepto de *microvalidación diplomática*, este artículo ha propuesto un marco para comprender cómo se negocian el reconocimiento, la visibilidad y la pertenencia en los ecosistemas digitales contemporáneos, articulando tradiciones teóricas clásicas con perspectivas emergentes sobre las plataformas, los algoritmos y el agotamiento digital.

Las principales contribuciones del trabajo son tres. En primer lugar, la propuesta conceptual de la microvalidación diplomática como categoría analítica que integra la dimensión relacional, la dimensión performativa y la dimensión algorítmica de las interacciones mínimas en redes sociales. En segundo lugar, la sistematización de una tipología de interacciones digitales mínimas que permite distinguir entre *like* genuino, *like* estratégico, microvalidación diplomática y *like* algorítmico. En tercer lugar, la articulación crítica entre la propuesta conceptual y la literatura reciente sobre agotamiento digital, que permite identificar la gestión de la visibilidad como dimensión analítica central y situar el *like* por compromiso en el contexto más amplio de las «obligaciones de visibilidad» que estructuran la experiencia digital contemporánea.

La microvalidación diplomática revela también las contradicciones de la sociabilidad digital. La pérdida de autenticidad, la carga emocional implícita y la erosión del significado del *like* como signo de aprobación genuina son consecuencias previsibles de una práctica que prioriza el mantenimiento del

vínculo sobre la sinceridad expresiva. Dichas tensiones se amplifican en el contexto del agotamiento digital, donde las obligaciones de reciprocidad pueden convertirse en fuente de malestar antes que de conexión.

Por supuesto, el presente trabajo tiene limitaciones que abren líneas de investigación futura. Al ser un artículo teórico-exploratorio, sus proposiciones no han sido contrastadas empíricamente de manera sistemática. La agenda de investigación que se desprende del análisis incluye al menos tres líneas prioritarias:

a) **Estudios empíricos cualitativos:** entrevistas en profundidad y grupos de discusión con usuarios de diferentes plataformas y contextos culturales, orientados a comprender cómo los propios actores conceptualizan y justifican sus prácticas de *like* por compromiso, qué emociones las acompañan y en qué condiciones optan por dar o no dar «me gusta».
b) **Análisis de datos comportamentales:** estudios cuantitativos basados en datos de plataformas que permitan identificar patrones sistemáticos de microvalidación diplomática —como las tasas de reciprocidad de *likes*, la correlación entre el tipo de relación y la frecuencia de interacción, o el efecto de la proximidad relacional en la velocidad de respuesta— y contrastarlos con indicadores de bienestar subjetivo.
c) **Comparación transcultural:** análisis comparativo de las normas de reciprocidad digital en diferentes contextos culturales, con especial atención a las variaciones en las expectativas de interacción entre culturas de alta y baja distancia al poder, y entre contextos urbanos y rurales con diferentes niveles de conectividad.

En suma, la microvalidación diplomática no es sólo un fenómeno de cortesía digital: es un revelador microsociológico de las tensiones que organizan la vida social en los ecosistemas de plataformas del siglo XXI. Comprender su lógica es comprender, en miniatura, las formas contemporáneas de negociación simbólica entre el deseo de conexión y el agotamiento que resulta de estar siempre disponibles.

Referencias bibliográficas

Baym, N. K. (2015). *Personal connections in the digital age* (2.ª ed.). Polity Press.

Brown, P. & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge University Press.

Bucher, T. (2018). *If... then: Algorithmic power and politics*. Oxford University Press.

Brady, W. J., & Crockett, M. J. (2024). Norm psychology in the digital age: How social media shapes the cultural evolution of normativity. *Perspectives on Psychological Science*, *19*(1), 62–64. https://doi.org/10.1177/17456916231187395

Cotter, K. (2019). Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram. *New Media & Society*, *21*(4), 895–913. https://doi.org/10.1177/1461444818815684

Darics, E. (2020). E-leadership or «how to be boss in instant messaging»? The role of non-verbal communication. *International Journal of Business Communication*, *57*(1), 3–29. https://doi.org/10.1177/2329488416685068

Eslami, M., Rickman, A., Vaccaro, K., Aleyasen, A., Vuong, A., Karahalios, K., Hamilton, K., & Sandvig, C. (2015). «I always assumed that I wasn't really that close to [her]»: Reasoning about invisible algorithms in news feeds. En *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 153–162). ACM. https://doi.org/10.1145/2702123.2702556

Fu, S., Li, H., Liu, Y., Pirkkalainen, H., & Salo, M. (2020). Social media overload, exhaustion, and use discontinuance: Examining the effects of information overload, system feature overload, and social overload. *Information Processing and Management*, *57*(6), Artículo 102307. https://doi.org/10.1016/j.ipm.2020.102307

Garfinkel, H. (1967). *Studies in ethnomethodology*. Prentice-Hall.

Gibson, J. J. (1979). *The ecological approach to visual perception*. Houghton Mifflin.

Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.

Hogan, B. (2010). The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions. *Bulletin of Science, Technology & Society*, *30*(6), 377–386. https://doi.org/10.1177/0270467610385893

Heitmayer, M., & Schimmelpfennig, R. (2023). Netiquette as digital social norms. *International Journal of Human–Computer Interaction*, *40*(13), 3334–3354. https://doi.org/10.1080/10447318.2023.2188534

Hutchby, I. (2001). Technologies, texts and affordances. *Sociology*, *35*(2), 441–456. https://doi.org/10.1177/S0038038501000219

Lasser, J., Seuken, S., & Helbing, D. (2022). Gender-specific homophily on Instagram and implications on information spread. *Scientific Reports*, *12*, Artículo 21392. https://doi.org/10.1038/s41598-022-25041-0

Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, *13*(1), 114–133. https://doi.org/10.1177/1461444810365313

Masur, P. K., & Ranzini, G. (2025). Privacy calculus, privacy paradox, and context collapse: A replication of three key studies in communication privacy research. *Journal of Communication*, jqaf007. https://doi.org/10.1093/joc/jqaf007

Nesi, J., Choukas-Bradley, S., & Prinstein, M. J. (2018). Transformation of adolescent peer relations in the social media context: Part 1—A theoretical framework and application to dyadic peer relationships. *Clinical Child and Family Psychology Review*, *21*(3), 267–294. https://doi.org/10.1007/s10567-018-0261-x

Plantin, J.-C., & Punathambekar, A. (2019). Digital media infrastructures: Pipes, platforms, and politics. *Media, Culture & Society*, *41*(2), 163–174. https://doi.org/10.1177/0163443718818376

Robertson, C. E., del Rosario, K., & Van Bavel, J. J. (2024). Inside the funhouse mirror factory: How social media distorts perceptions of norms. *Current Opinion in Psychology*, *60*, Artículo 101918. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2024.101918

Reinecke, L., & Hofmann, W. (2016). Slacking off or winding down? An experience sampling study on the drivers and consequences of media use for recovery versus procrastination. *Human Communication Research*, *42*(3), 441–461. https://doi.org/10.1111/hcre.12082

Serrano-Puche, J. (2016). Internet and emotions: New trends in an emerging field of research. *Comunicar*, *24*(46), 19–26. https://doi.org/10.3916/C46-2016-02

Sun, J., Ahmad Ghazali, A. H., & Abdul, R. S. N. (2025). Imagined audiences and social media fatigue among young adults: The mediating role of impression management. *SAGE Open*, *15*(1). https://doi.org/10.1177/21582440251397448

Valkenburg, P. M., Beyens, I., Pouwels, J. L., van Driel, I. I., & Keijsers, L. (2022a). Social media browsing and adolescent well-being: Challenging the «passive social media use hypothesis». *Journal of Computer-Mediated Communication*, *27*(1), zmab015. https://doi.org/10.1093/jcmc/zmab015

Valkenburg, P. M., Meier, A., & Beyens, I. (2022b). Social media use and its impact on adolescent mental health: An umbrella review of the evidence. *Current Opinion in Psychology*, *44*, 58–68. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.08.017

Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.

Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication*, *1*(1), 2–14. https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70

Yao, Y., Taylor, S. H., & Leiser Ransom, S. (2024). Who's viewing my post? Extending the imagined audience process model toward affordances and self-disclosure goals on social media. *Social Media + Society*, *10*(1). https://doi.org/10.1177/20563051231224271

Wolf, M. (2003). *Sociologías de la vida cotidiana*. Cátedra.

Zhang, Y., He, W., & Peng, L. (2022). How perceived pressure affects users' social media fatigue behavior: A case on WeChat. *Journal of Computer Information Systems*, *62*(2), 337–348. https://doi.org/10.1080/08874417.2020.1824596

Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.