

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE MEDICINA HUMANA
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA



**RELACIÓN DE VARIABLES PSICOLÓGICAS: NARCISISMO Y
AUTOESTIMA ASOCIADAS AL USO DE FACEBOOK**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA**

AUTORA:

BR. VIVIANA RAQUEL GUERRERO TUESTA

ASESOR:

MG: JOSÉ RICARDO SEMINARIO LAVANDER

Trujillo-Perú

2015

DEDICATORIA

*A mi creador y Padre celestial, por ser guía en mi continuo andar y fuerza
en los momentos difíciles.*

VIVIANA RAQUEL GUERRERO TUESTA

AGRADECIMIENTOS

*A Dios sobre todas las cosas por darme la vida y guiar
mis pasos a cada instante.*

*A mis padres por su amor y apoyo en todo momento,
porque gracias a su ejemplo y esfuerzo puedo dar un
paso más en mi vida profesional.*

*A ti, que siempre estuviste cuando más te necesité, y
me diste el ánimo y fuerzas para seguir adelante. Te
agradezco no sólo por la ayuda brindada sino por tu
amor incondicional y constante.*

*A mis maestros por brindarme sus conocimientos en
diferentes áreas, en especial al Dr. Carlos Borrego por
su paciencia y guía académica constante.*

*A mi asesor Mg. Ricardo Seminario Lavander, por su
dirección, aportes y paciencia que hicieron posible esta
investigación.*

VIVIANA RAQUEL GUERRERO TUESTA

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

Dando cumplimiento con las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, someto a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: “RELACIÓN DE VARIABLES PSICOLÓGICAS: NARCISISMO Y AUTOESTIMA ASOCIADAS AL USO DE FACEBOOK.” Luego de haber culminado nuestros estudios en esta superior casa donde nos formamos profesionalmente para estar al servicio de la sociedad.

El presente trabajo realizado con el propósito de obtener el Título de Licenciada en Psicología, es producto de una investigación ardua y constante, cuyo producto final es un análisis correlacional de las variables psicológicas asociadas al uso de la red Social Facebook.

Atentamente

Br. VIVIANA RAQUEL GUERRERO TUESTA

RESUMEN

El presente estudio examina la influencia correlacional entre las variables Psicológicas Narcisismo y Autoestima y el uso de la red social Facebook en alumnos de la Universidad Privada Antenor Orrego de la provincia de Trujillo, cuya evaluación se llevó a cabo aplicando 3 instrumentos: Inventario de Personalidad Narcisista (NPI), Cuestionario de autoestima de Coopersmith para adultos y la Ficha de datos sociodemográficos y uso de Facebook, todos aplicados de forma voluntaria a la misma muestra de alumnos de la mencionada casa de estudios.

Los datos analizados dan cuenta que no existe una relación significativa entre las variables, sin embargo existe relación parcialmente significativa entre los indicadores de las mismas, permitiendo tener un alcance de los principales factores que influyen en el uso de la red social Facebook

Palabras Clave: Narcisismo, Autoestima, Uso de la red social Facebook

ABSTRACT

This research examines the correlation between psychological variables influence Narcissism and self-esteem and the use of social network Facebook in students Antenor Orrego Private University in the province of Trujillo, whose evaluation was conducted using 3 instruments: Narcissistic Personality Inventory (NPI), Coopersmith self-Esteem Questionnaire for adults and sociodemographic data sheet and using Facebook, all voluntarily applied to the same sample of students of that university.

The data analyzed realize that there is no significant relationship between the variables, but there is partially significant relation between the indicators of the same, allowing to have a range of key factors influencing the use of social network Facebook

Keywords: narcissism, self-esteem, social network Using Facebook

INDICE

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTOS.....	ii
RESUMEN.....	iii
ABSTRACT.....	iv
CAPÍTULO I	
MARCO METODOLÓGICO	
1.1. EL PROBLEMA.....	1
1.1.1. Delimitación del problema.....	1
1.1.2. Formulación del Problema.....	8
1.1.3. Justificación del estudio.....	9
1.1.4. Limitaciones.....	10
1.2. OBJETIVOS	
1.2.1. Objetivo general.....	10
1.2.2. Objetivos específicos.....	10
1.3. HIPÓTESIS	
1.3.1. Hipótesis general.....	11
1.3.2. Hipótesis específicas.....	11
1.4. VARIABLES E INDICADORES.....	12
1.5. DISEÑO DE EJECUCIÓN.....	12
1.5.1. Tipo de investigación.....	12
1.5.2. Diseño de investigación.....	13
1.6. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	14
1.6.1. Universo	14
1.6.2. Muestra.....	14
1.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	16
1.8. PROCEDIMIENTO.....	20

1.9. ANÁLISIS ESTADÍSTICO.....	21
CAPITULO II.....	22
MARCO REFERENCIAL TEÓRICO.....	22
2.1. Antecedentes.....	22
2.1.1 A nivel internacional.....	22
2.1.2 A nivel nacional.....	28
2.1.3 A nivel regional y local.....	30
2.2. MARCO TEÓRICO.....	30
2.2.1 Narcisismo.....	31
2.2.2 Autoestima.....	41
2.2.3 Uso de redes sociales en universitarios.....	49
2.2.4 Diferencias entre la comunicación real y virtual	50
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	57
2.3.1 Variable de estudio Narcisismo.....	57
2.3.2 Variable de estudio Autoestima.....	57
2.3.3 Variable Uso de Facebook.....	57
CAPITULO III.....	58
RESULTADOS.....	58
CAPITULO IV.....	82
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	82
CAPITULO V.....	107
5.1 Conclusiones.....	107
5.2 Recomendaciones	108
CAPITULO VI.....	112
REFERENCIAS Y ANEXOS.....	112
6.1. Referencias.....	112
6.2. Anexos.....	117

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	
Distribución por edad de los alumnos de una Universidad Particular de Trujillo	58
Tabla 2	
Distribución por sexo de los alumnos de una Universidad Particular de Trujillo	59
Tabla 3	
Distribución por carrera profesional de los alumnos de una Universidad Particular de Trujillo	60
Tabla 4	
Nivel de Narcisismo en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo	61
Tabla 5	
Nivel de narcisismo según la dimensión Autoridad en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo	62
Tabla 6	
Nivel de narcisismo según la dimensión Exhibicionismo en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo.....	63
Tabla 7	
Nivel de narcisismo según la dimensión Superioridad en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo.....	64
Tabla 8	
Nivel de narcisismo según la dimensión Pretensión en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo.....	65
Tabla 9	
Nivel de narcisismo según la dimensión Explotación en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo.....	66
Tabla 10	
Nivel de narcisismo según la dimensión Autosuficiencia en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo.....	67

Tabla 11	
Nivel de narcisismo según la dimensión Vanidad en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo	68
Tabla 12	
Nivel de Autoestima en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo	69
Tabla 13	
Nivel de Autoestima según la dimensión Ego Central en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo.....	70
Tabla 14	
Nivel de Autoestima según la dimensión Ego Social en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo.....	71
Tabla 15	
Nivel de Autoestima según la dimensión Ego Académico-Laboral en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo	72
Tabla 16	
Nivel de Autoestima según la dimensión Ego Hogar Padres en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo	73
Tabla 17	
Frecuencia de revisión de Facebook en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo	74
Tabla 18	
Horas diarias que se emplean en Facebook los alumnos de una Universidad Particular de Trujillo	75
Tabla 19	
Horas semanales que se emplean en Facebook los alumnos de una Universidad Particular de Trujillo	76
Tabla 20	
Número de amigos que tienen en Facebook los alumnos de una Universidad Particular de Trujillo	77
Tabla 21	
Número de fotos que tienen en Facebook los alumnos de una Universidad Particular de Trujillo	78

Tabla 22

Contrastación De Hipótesis - Prueba Gamma entre dimensiones de Narcisismo e indicadores de uso de Facebook en alumnos de una Universidad Particular De Trujillo..... 79

Tabla 23

Contrastación De Hipótesis - Prueba Gamma entre dimensiones de Autoestima e indicadores de uso de Facebook en alumnos de una Universidad Particular De Trujillo..... 80

CAPITULO I

MARCO METODOLÓGICO

1.1. EL PROBLEMA

1.1.1. Delimitación del problema:

El individuo al atravesar distintas etapas de su proceso de desarrollo humano llega a un periodo decisivo e importante para la constitución de su personalidad, así en la adolescencia y la adultez temprana; se incrementa progresivamente la independencia, de manera que se planifican metas personales, profesionales y educativas. El ingresar a estudiar a una institución universitaria simboliza para la mayoría de jóvenes una época de búsqueda no sólo intelectual sino de crecimiento personal que incluye el moldear una nueva identidad como adulto, que va de la mano con establecer nuevas relaciones interpersonales y entablar nuevas amistades, dado el novedoso entorno al que ingresa el joven. Ello puede conducir a una crisis de identidad y originar problemas graves como abuso de alcohol, drogas, desorden en la alimentación, problemas de personalidad, adicciones diversas, etc.

La transición de la adolescencia a la edad adulta es un periodo donde surgen cambios personales, cognoscitivos y morales. Así por ejemplo, los adolescentes superan el egocentrismo a través del proceso de descentramiento, debido a que cada vez más se involucran en la sociedad y empiezan a tomar en cuenta las opiniones de los demás (la habilidad para analizar los propios procesos del pensamiento). (Papalia, 2005), en este contexto entra en juego la herramienta de internet como un medio de comunicación altamente influyente en la relaciones interpersonales que el joven entabla, y se puede constatar tal hecho gracias a las redes sociales existentes en línea. (Raacke & Bonds-Raacke, 2008).

Podemos señalar, en base a la experiencia adquirida al entrevistar a adolescentes y jóvenes que el internet ofrece multitud de servicios comunicativos, sin embargo genera múltiples desventajas, tal es así que existen redes sociales y páginas web a favor de la anorexia, bulimia y el bullying.

Si bien las redes sociales cuentan con fines muy claros como son la comunicación como vínculo social entre personas jóvenes y adultos, el entretenimiento recreativo y educativo en algunos casos; existen riesgos y consecuencias personales al que están expuestos los individuos que le dan un uso continuo, llegando a convertirse en un problema psicológico, ya que su uso se relaciona con la vulnerabilidad psicológica pudiéndose desarrollarse adicciones que empiezan como un abuso, ello subyace a un problema de personalidad, timidez excesiva, baja autoestima, rechazo de la imagen corporal, o un estilo de afrontamiento inadecuado ante las dificultades cotidianas. A su vez, los problemas psiquiátricos previos (depresión, TDAH, fobia social u hostilidad) aumentan el riesgo de engancharse a Internet y por ende a las redes sociales (Estévez, Bayón, De la Cruz y Fernández-Liria, 2009; García del Castillo, Terol, Nieto, Lledó, Sánchez, Martín-Aragón, et al., 2008; Yang, Choe, Balty y Lee, 2005).

Dentro de las redes sociales más usadas por el entorno universitario y en general por la población se encuentra Facebook la cual es relativamente nueva y su difusión ha traspasado culturas, ya que se considera una nueva forma de comunicación y socialización, no obstante es necesario analizar las formas en que produce cambios en las relaciones sociales físicas y reales. En base a ello se ha podido constatar que el empleo que se hace del sitio depende del género de la persona que lo utiliza. Se ha comprobado que las mujeres lo utilizan para dar seguimiento a las relaciones y mantenerse en contacto con amigos, compañeros de trabajo, escuela, familia y demás, mientras que los hombres acceden a él para seguir ciertos impulsos y

relaciones de fantasía en las que se puede llegar a obtener alguna gratificación sexual (Raacke & Bonds-Raacke, 2008).

El uso de Facebook de manera recurrente influye en la percepción que una persona construye de sí misma. Una investigación realizada a 881 estudiantes universitarias de EE.UU analizó el uso de Facebook, los hábitos alimenticios, los ejercicios realizados y cómo evaluaban su cuerpo. Como resultado, los sociólogos fueron capaces de predecir con qué frecuencia las mujeres se sentían mal con su propio cuerpo después de ver las fotos de otra persona o leer sus mensajes, y con qué frecuencia las mujeres comparaban sus propios cuerpos con los de sus amigas, informa la Universidad de Strathclyde.

Este estudio llega a la conclusión de que a pesar de que el tiempo empleado en Facebook no tenía relación con los trastornos alimentarios, sí predijo la caída de la autoestima sobre la imagen física entre las participantes. Como saben los expertos, una mala imagen corporal puede conducir gradualmente a relaciones enfermizas con la comida, dice Petia Eckler, de esta universidad.

Eckler advierte de que la atención a los atributos físicos puede ser aún más peligrosa en las redes sociales que en los medios tradicionales porque los participantes de las redes son personas que conocemos. “Estas comparaciones son mucho más relevantes y más tangibles. Sin embargo, pueden ser tan poco realistas como las imágenes que vemos en los medios de comunicación tradicionales”, explica la investigadora.

Los resultados de su trabajo también demostraron que cuanto más tiempo se pasa en Facebook, más sentimientos negativos y más comparaciones con los cuerpos de los amigos surgen. También los sociólogos descubrieron que cuando las mujeres quieren perder peso, un mayor tiempo en Facebook conduce a una mayor atención a la apariencia física. Esto incluye la atención sobre el cuerpo y la ropa.

La manera de relacionarse con el entorno también se ve influenciada por el uso de Facebook y otras redes sociales. Según la psicóloga Amaya Terrón lo que nos mueve a usar estas redes es que cumplen muchas funciones relacionadas con la comunicación. Relacionarse socialmente, mantener amistades, buscar viejos amigos de la infancia, dar a conocer productos o servicios de la empresa, ampliar el círculo social, incluso buscar pareja o trabajo son algunas de ellas. La rapidez, facilidad y eficacia en la comunicación es lo que hace de las redes sociales excelentes recursos, ya que se adaptan a las demandas actuales, como la escasez de tiempo y la búsqueda de satisfacción inmediata.

Además, las redes sociales nos aportan reforzadores naturales que el ser humano necesita para su existencia, por ejemplo, los tan conocidos “Me gusta” tienen un gran poder entre los usuarios de las 2.0, según Terrón “los “Me gusta” son reforzadores naturales en el ser humano. Simbolizan una aprobación, un refuerzo, y esto encanta al ser humano.

Por otra parte, las redes sociales minimizan las consecuencias de nuestros actos y además las consecuencias no son tan inmediatas como en la comunicación personal, podríamos decir que funcionan como escudo protector, lo que hace que sea otro motivo para su gran aceptación por parte de los usuarios. También a través de estas redes nos atrevemos a decir lo que no nos atrevemos a expresar en persona. Porque las consecuencias son no inmediatas y sí de menor impacto.

La identidad que creamos virtualmente puede mostrar una versión idealizada o distorsionada de nuestra personalidad. Lo que mostramos al exterior, bien virtual o real, nos da información acerca de la persona, sin duda. Si, por ejemplo, colgamos una foto de perfil de una persona que no somos nosotros evidentemente la imagen no corresponde con la realidad, pero lo que sí dice mucho de la persona

es el hecho de que haya mostrado una imagen distinta, apunta Amaya Terrón.

Mucho qué decir de nosotros también tiene nuestra foto de perfil. Desde el plano psicológico existe mucha información detrás de nuestra foto de perfil, las fotos que tenemos expuestas al público en nuestros perfiles sociales son exquisitamente escogidas. No son fotos aleatorias, todas tienen un significado y un sentido relacionado con la persona y la circunstancia que esté viviendo en ese momento, indica la psicóloga. Además, estas fotos se suelen usar para proyectar una mejor imagen de nosotros mismos, lo que nos gustaría ser, en lo que nos gustaría convertirnos. De manera consciente o no, todos intentamos proyectar una imagen más positiva de nosotros mismos.

El uso de las redes sociales también puede traer consigo consecuencias nefastas si no se les da el uso adecuado, incluso pueden crear adicciones importantes, indica Amaya Terrón. Además, en algunos casos pueden provocar aislamiento social: “cuando utilizamos redes sociales de manera saludable no tendrían por qué crear aislamiento social si no lo hay previamente, de hecho, bien utilizadas fomentan el acercamiento a tus amigos e incluso creación de nuevos. Cuando el uso de las redes suple la faceta y el contacto social se pone de manifiesto un problema previo. En estos casos las redes sociales funcionan a modo sustitutivo, dejando en evidencia el problema subyacente”, añade.

Las personas que constantemente comentan estados ajenos o propios, ponen frases o citas suelen tener una alta motivación por aparecer, por ser atendidas por tener un impacto en los demás, buscan la atención principalmente. Suele ser uno de los síntomas de estar enganchado/a a las redes sociales”, explica Terrón.

Según la psicóloga, “en el momento que sentimos ansiedad o cierto grado de nerviosismo cuando no tenemos o prevemos que no vamos a tener acceso a ellas podemos decir que estamos enganchados”

El uso de las redes sociales no sólo influye en la autoestima o construcción de la imagen de una persona sino que causa afecciones psicopatológicas por el uso excesivo de las mismas. Como señala un estudio realizado por la Universidad Estatal Dominguez Hills de California, el cual reveló que la gente que pasa demasiado tiempo en Facebook puede llegar a sufrir trastornos psicológicos, según un comunicado de la Asociación Americana de Psicología.

En los adolescentes que han sido frecuentes usuarios de Facebook, se encontró que el narcisismo es algo común. En unos pocos usuarios, ligeramente de más edad como los adultos jóvenes, se encontraron conductas antisociales, manías y evidentes tendencias agresivas.

El Dr. Larry Rosen señala que si bien nadie puede negar que Facebook ha cambiado el panorama de la interacción social, especialmente entre los jóvenes, apenas estamos empezando a ver una sólida investigación psicológica que demuestre tanto los aspectos positivos como los negativos.

Hay otra situación frecuente que ocurre en personas que usan el Facebook. Algunos de los usuarios de Facebook consideran que no tienen amigos suficientes en esta red social y llegan a sufrir una depresión, que ahora comienza a llamarse depresión social.

Otras afecciones psicopatológicas generadas por el uso de Facebook son las que menciona la consultora TechHive; entre las que figuran: La depresión del Facebook, llamada así porque muchas personas se deprimen si su actividad en Facebook es escasa o nula, si tienen pocos amigos o si los que tienen no les escriben en sus muros o

comentan sus fotos. La dependencia de Internet también es considerada . Este trastorno lo padecen aquellos que tienen la necesidad de estar las 24 horas conectados a Internet. Se acuestan mirando Internet y sus redes sociales y se despiertan con la necesidad de conectarse. Esta dependencia muchas veces afecta la vida de las personas y su relación con amigos y familiares.

Por otro lado el psicólogo social Erving Goffman (citado en Young, 2009) señala que las redes sociales facilitan la creación de personalidades virtuales que son aquellas que se usan como reflejo del verdadero ser y que pueden idealizarse para agradar a otros. En base a ello se puede identificar el mecanismo narcisista y la autoestima como variables psicológicas que influyen en el uso de esta red social.

Por ello se ve necesario determinar la relación significativa de uso de Facebook con las variables psicológicas implícitas asociadas, para ello citar la investigación de Soraya Mehdizadeh, estudiante de la Toronto's York University, llega a ser útil; en su estudio llega a una conclusión interesante: mientras más las personas revisan y actualizan su perfil en Facebook, más alto puntúan en la escala de narcisismo.

La conexión entre narcisismo y cantidad de veces que se revisa y actualiza el perfil de Facebook podría parecerle demasiado evidente a muchos, pero otro resultado aún más curioso emergió: las personas con muy baja autoestima también son aquellas que revisan con más frecuencia su página de Facebook. De manera natural, en este punto a algunas personas les será difícil comprender las relaciones entre narcisismo y baja autoestima ya que en el imaginario popular se ha correlacionado el narcisismo con una autoestima alta. Una explicación interesante proviene de Bossom, quien afirma que realmente el narcisismo sería una máscara para esconder una baja autoestima.

La autoestima se ve significativamente comprometida con el uso continuo de Facebook, como lo señala una investigación de la Universidad de Gothenburg, encontrando una relación negativa y significativa entre estas dos variables. Es decir, mientras el uso de Facebook aumenta, la autoestima disminuye. Aunque la principal diferencia se encontró entre los géneros. Las mujeres que utilizaron Facebook eran menos propensas a sentirse felices y contentas con sus vidas. Asimismo se constata que de la comunicación “cara a cara” se está pasando a una virtual que va provocando un alejamiento del contacto interpersonal. Kujath (2011)

Dado que múltiples estudios han ratificado que ciertas variables tienen relevancia en el accionar de las personas, encontrándose entre ellas la autoestima y el narcisismo. Ambas actúan de algún modo en la relación que las personas establecen con los demás, sobre todo en las etapas de la juventud donde el desarrollo del ego social es crucial (Herrera, Pacheco, Palomar, Zavala, 2010; Mehdizadeh, 2010).

La presente investigación tiene el propósito de conocer, si la autoestima y el narcisismo se relacionan con el uso de la red social Facebook y a su vez si influencia en las habilidades sociales por su uso continuo. Precisar las características de esa relación nos brindará ciertas pautas de intervención en grupos juveniles universitarios. El fin último de la investigación psicológica es favorecer el bienestar y la satisfacción con la vida de las personas, y dar a conocer el mecanismo de intervención psicológica oportuna; para lograr ello es importante conocer previamente como se relacionan ciertas variables psicológicas que pueden afectar dicho estado.

1.1.2. Formulación del problema:

¿Qué tipo de relación existe entre las variables psicológicas: Narcisismo y Autoestima con el uso de la Red Social Facebook en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo?

1.1.3. Justificación del estudio:

La presente investigación se orienta al estudio de las variables psicológicas Narcisismo y Autoestima que se presume; influyen en el uso de la Red Social Facebook, misma que en la actualidad es usada por una población global y más específicamente por usuarios jóvenes para diversos fines tanto comunicativos como emocionales. Al ser un estudio que abarca a una población universitaria, la cual constituye un gran porcentaje de la población peruana, este estudio se traduce en un conocimiento de relevancia social. Es así que se generan nuevos conocimientos acerca del comportamiento que los jóvenes universitarios que usan la red social Facebook sostienen.

Este medio que impacta a tantos millones de personas y que sigue en crecimiento, ha hecho que se reduzca nuestra privacidad, que tengamos un contacto más frío con la gente, que creemos una falsa identidad, que tengamos celos en nuestras relaciones amorosas, entre otras cosas negativas. Por lo tanto la relevancia social es clara, en la medida que los resultados alcanzados proporcionan una perspectiva enriquecedora acerca del uso de Facebook, dado que esto puede llegar afectar el desempeño del individuo en las diversas esferas de interacción, tales como: social, personal, académica y laboral del sujeto en cuestión.

Asimismo el estudio permitirá concientizar las consecuencias del uso de esta red social mencionadas anteriormente y las recomendaciones dadas serán de beneficio para el público usuario en la medida que sean aplicadas racionalmente, teniendo conocimiento de los factores psicológicos que se esconden detrás del uso incorrecto o excesivo de la misma. Se podrán constituir medidas de prevención de desarrollo de conductas disfuncionales, así como pautas de intervención para aumentar el nivel de autoestima en los usuarios, lo que conduce a evitar el uso excesivo y adictivo de esta red social y a generar una

identidad personal adecuada y favorable para el individuo y por consiguiente a disminuir el índice de esta problemática social.

1.1.4. Limitaciones

En lo que respecta a las Limitaciones que puedan encontrarse en la investigación se pueden mencionar las siguientes:

- Los resultados de la investigación se centrarán en la teoría de Raskin y Hall para la variable Narcisismo y de Coopersmith, para la variable Autoestima.
- En nuestra región, hasta la actualidad no se han desarrollado investigaciones relacionando las variables de narcisismo y autoestima asociadas al uso de la Red social Facebook por lo que no existen estudios realizados en una población similar en cuestión de cultura con la que se pueda contrastar los resultados obtenidos en la presente. No obstante existe una investigación a nivel nacional de Tarazona Lujan (2013),
- Los resultados de la investigación no son directamente generalizables a otras poblaciones por diferencias culturales; no obstante es generalizable en la medida que es un fenómeno masivo.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo general:

Determinar la relación de las dimensiones de las variables psicológicas: Narcisismo y Autoestima con los indicadores del uso de la Red Social Facebook en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo.

1.2.2. Objetivos específicos

- ✓ Medir el nivel Narcicismo en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo.
- ✓ Medir el nivel de Autoestima en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo.
- ✓ Determinar la relación entre los indicadores (Frecuencia de Uso, Horas Diarias, Horas Semanales, Número de Amigos, Número de Fotos) de Facebook con las dimensiones (Autoridad, Exhibicionismo, Superioridad, Pretensión, Explotación, Autosuficiencia, Vanidad) de Narcicismo y las dimensiones (Ego central, Ego social, Ego Hogar Padres, Ego académico laboral) de Autoestima en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo.
en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo.

1.3. HIPÓTESIS

1.3.1. Hipótesis general:

H_A: Existe relación significativa entre las dimensiones de las variables psicológicas Narcicismo y Autoestima con los indicadores del uso de la Red Social Facebook en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo.

1.3.2. Hipótesis específicas

- ✓ H_{A1}: Los indicadores (Frecuencia de Uso, Horas Diarias, Horas Semanales, Número de Amigos, Número de Fotos) de Facebook se relacionan con las dimensiones (Autoridad, Exhibicionismo, Superioridad, Pretensión, Explotación, Autosuficiencia, Vanidad) de Narcicismo y con las dimensiones (Ego central, Ego social, Ego Hogar Padres, Ego académico laboral) de Autoestima en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo.

1.4. VARIABLES E INDICADORES

Variable de estudio 1- Narcicismo.

Dimensiones:

1. Autoridad.
2. Exhibicionismo.
3. Superioridad.
4. Pretensión
5. Explotación.
6. Autosuficiencia.
7. Vanidad.

Variable de estudio 2 - Autoestima

Dimensiones:

1. Ego central.
2. Ego social.
3. Ego hogar padres
4. Ego académico laboral

Variable de estudio 3 – Uso de Facebook

Indicadores:

1. Frecuencia de revisión de Facebook en el transcurso de la semana
2. Horas diarias que emplea en Facebook
3. Horas semanales que emplea en Facebook
4. Número de amigos en Facebook.
5. Número de fotos en Facebook.

1.5. DISEÑO DE EJECUCIÓN

1.5.1. Tipo de investigación:

Sustantiva:

Es aquella que trata de responder a los problemas teóricos o sustantivos o específicos, en tal sentido, está orientada, a describir, explicar, predecir o la realidad, con lo cual se va en búsqueda de

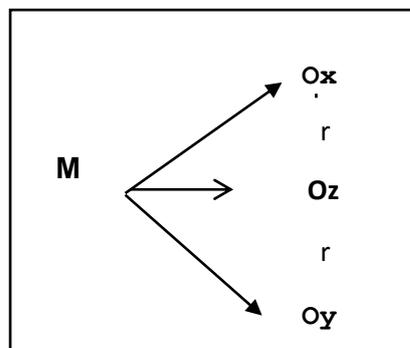
principios y leyes generales que permita organizar una teoría científica. En este sentido, podemos afirmar que la investigación sustantiva al perseguir la verdad nos encamina hacia la investigación básica o pura. La investigación sustantiva tiene dos niveles: la investigación descriptiva y la investigación explicativa (Sánchez y Reyes 1996)

1.5.2. Diseño de investigación:

Descriptiva- Correlacional:

El diseño de la presente investigación es Descriptiva – Correlacional debido a que tiene como propósito medir el grado de relación que exista entre variables de interés en una misma muestra de sujetos (Sánchez y Reyes, 2006).

Puede ser esquematizado de la siguiente forma:



Dónde:

M: Jóvenes universitarios que usan la red Social Facebook.

Ox: Nivel de Narcisismo

Oy: Nivel de autoestima

Oz: Variables de uso de Facebook.

r: Relación entre las variables

1.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

1.6.1. Universo:

El universo poblacional estuvo constituido por 18557 alumnos de la Universidad Privada Antenor Orrego, los mismos que cursaban sus estudios durante el periodo 2014-I

1.6.2. Muestra:

Se determinó que la muestra estuviera constituida por 376 alumnos de las 23 carreras profesionales que brinda la universidad sometida a investigación. Asimismo se usó el muestreo estratificado para representar de manera correcta y precisa a cada carrera profesional

GRÁFICO N°1: MUESTRA ESTRATIFICADA POR CARRERA PROFESIONAL

CARRERA PROFESIONAL	POBLACIÓN TOTAL	MUESTRA ESTRATIFICADA
ADMINISTRACION	2010	41
ARQUITECTURA	1420	29
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	619	
		13
CONTABILIDAD	962	19
DERECHO	1966	40
ECONOMIA Y FINANZAS	152	3
EDUCACION INICIAL	250	5
EDUCACIÓN PRIMARIA	61	1
INGENIERIA ELECTRONICA	338	7
ECONOMIA Y NEGOCIOS INTERNAC.	46	1
ENFERMERIA	516	10
ESTOMATOLOGÍA	824	17
ING. COMPUTACION Y SIST.	719	15
ING.INDUSTRIAS ALIMENT.	239	5
INGENIERÍA INDUSTRIAL	1119	23
INGENIERIA AGRONOMA	312	6
INGENIERIA CIVIL	2722	55
INGENIERIA DE SOFTWARE	101	2
ING TELECOMUNICACIONES Y REDES	96	2
MEDICINA HUMANA	2913	59
MEDIC.VETERINARIA Y ZOOTECNIA	346	7
OBSTETRICIA	262	5
PSICOLOGÍA	564	11
TOTAL	18557	376

1.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Técnicas:

1.7.1 Evaluación Psicométrica:

Para la presente investigación se utilizan los siguientes instrumentos de medición psicométrica:

- a) Inventario de Personalidad Narcisista (NPI)
- b) Cuestionario de autoestima de Coopersmith para adultos.

1.7.2. Evaluación Sociométrica:

Para la evaluación sociométrica, se emplean los siguientes instrumentos:

- a) Ficha de datos Socio – demográficos y de uso de Facebook.

1.7.3 Instrumentos:

Se emplean los siguientes medios para recolectar datos:

- Inventario de Personalidad Narcisista (NPI). Su objetivo es examinar el grado en que los individuos difieren en sus niveles de narcisismo como rasgo de personalidad. La prueba fue creada por Raskin y Hall (1979). Los estudios revelaron que el NPI es un instrumento que posee validez de constructo (García, 2000).

La versión utilizada es la consta 40 ítems, esta última desarrollada bajo una investigación de Raskin y Terry (1988 en García y Cortés, 1998) y abarca las siguientes áreas: Autoridad, asociada a dominancia, asertividad, liderazgo, criticidad y autoconfianza; Exhibicionismo, relacionado a la búsqueda de sensaciones,

extraversión y falta de control de impulsos; Superioridad, asociado a la capacidad de tener estatus, presencia social, autoconfianza y elevado ego; Vanidad, articulada a la creencia de ser físicamente atractivo y serlo también ante los demás; Explotación, relacionado con la rebeldía, inconformidad, hostilidad, falta de consideración y tolerancia hacia otros; Pretensión, concerniente a la ambición, necesidad de poder, dominancia, hostilidad, dureza, falta de autocontrol y tolerancia hacia otros; y Autosuficiencia que está relacionada con la asertividad, independencia, la autoconfianza y la necesidad de logro (García y Cortés, 1998).

En investigaciones anteriores (Tarazona 2013) se realizaron los análisis de fiabilidad ítem – test y área test. El grado de confiabilidad de la prueba total fue de 0.82.

- El Cuestionario de Autoestima de Coopersmith forma “C”, adaptado por Betancourt de Contreras (1986) para adultos consta de 25 ítems y se aplica a personas cuyas edades sean superiores a 16 años. Esta nueva versión consta de cuatro áreas: Ego central (confianza en sí mismo, auto aceptación, auto respeto, imagen de sí en el plano físico, fuerza personal y recursos internos para adaptarse a diversas situaciones) compuesta por 12 ítems; Ego Social (aceptación por parte de otros, respeto, confianza de los otros y nivel de inserción al medio por parte del individuo) constituido por 4 ítems; Ego académico-laboral (apreciación de las propias capacidades y recursos internos para afrontar situaciones

académico-laborales) que incluyen 3 ítems: y Ego Hogar Padres (clima del hogar, aspiraciones, familiares sentimiento de pertenencia a la familia y vivencia de realización personal), formada por 6 ítems. El mismo debe responder “SI” ó “NO”, según considere que cada frase corresponde con aspectos puntuales de su persona. El mencionado instrumento evalúa la variable atendiendo a diversas áreas: personal, académica, familiar y social; lo cual permite obtener una visión global del nivel de autoestima del sujeto de estudio. Puede ser evaluado de forma individual o colectiva.

En cuanto a su corrección se asigna el valor “1” a las respuestas positivas, y el valor “0” a las respuestas negativas. Posteriormente se suman todas las respuestas cuya puntuación sea “1”, multiplicándolas por cuatro, obteniendo valores que fluctúan entre 0 y 100 según sea el caso. Los puntajes comprendidos entre 0 y 50 indican un bajo nivel de autoestima; puntajes entre 51 y 74 indican un nivel medio de autoestima y los puntajes entre 75 y 100 son indicativos de un nivel alto de autoestima.

En el Perú, el cuestionario de autoestima de Coopersmith ha sido validado y adaptado para diferentes grupos. De acuerdo a Coopersmith, la correlación entre la segunda y la tercera versión es superior a 0.80. El coeficiente de confiabilidad por mitades reporta un nivel de 0.78. Su validez de contenido según el índice de concordancia es superior a 0.80.

- Formato de datos sociodemográficos y de uso de Facebook. Se creó la ficha de datos para obtener información general de la muestra, la misma que fue aprobada mediante criterio de jueces. En ella se solicitan datos acerca del objeto y frecuencia de uso de la red social Facebook. Para ello se consideraron diversos aspectos que a continuación se precisan:
 - ✓ Usuario de Facebook: se requiere conocer si el participante cuenta con un perfil creado en Facebook o no.
 - ✓ Frecuencia de uso de Facebook: se busca determinar la frecuencia de conexión de la persona con su cuenta de Facebook.
 - ✓ Horas empleadas: se requiere saber, de acuerdo a lo reportado, el número de horas diarias y semanales que se le dedica a Facebook.
 - ✓ Contactos: se trata de precisar el número de personas con las que se puede establecer contacto a partir de la cuenta personal de Facebook
 - ✓ Fotos: se busca conocer, de modo aproximado, la cantidad de fotos que tiene la persona, incluyéndose en este rubro las fotos en donde otras personas lo o la han etiquetado.
 - ✓ Razones de uso: se precisan cuáles son los argumentos por los cuales se usa Facebook, ello permitirá obtener datos adicionales que enriquezcan los resultados de la presente investigación.

1.8. PROCEDIMIENTO:

La presente investigación correlacional, se sustenta en el análisis de las variables: Uso de Facebook, Autoestima y Narcisismo. Los datos corresponden a las respuestas reportadas por jóvenes universitarios que participaron voluntariamente en el estudio.

La información se recogió a través de evaluaciones colectivas en las aulas de diferentes carreras de la Universidad en estudio y vía online. En primer lugar se informó a los participantes el motivo por el cual eran evaluados, a fin de que brinden su consentimiento voluntario para la prueba.

Para la aplicación virtual, se utilizó el programa *Google Docs* que permitió organizar formalmente la batería de pruebas. Se solicitó, primero, los datos sociodemográficos y las preguntas referidas al Inventario de Personalidad Narcisista (NPI), luego las preguntas del Cuestionario de Autoestima de Coopersmith y por último lo referente al uso de Facebook. Al tener el instrumento diseñado y listo para insertar la información a través de medios virtuales, se creó un link para que los participantes tuvieran acceso sólo a la página de respuestas y no tuvieran opción de modificar las preguntas.

Es importante mencionar que a los participantes de esta encuesta no se les manifestó que era un estudio de los constructos de Autoestima y Narcisismo, sino que era relacionado al Facebook y la Personalidad. Este link fue mandado a los usuarios que cumplían con los requisitos de la muestra y se les solicitó que se compartiera este link con otros contactos que guardaran el mismo perfil.

Luego de la recolección de datos, se trasladó la base de datos generada por *Google Docs* al programa estadístico SPSS por Windows Versión 19. Para esto se tuvo que codificar la información brindada y revisar el filtro a fin de eliminar aquellos que no se ajustaban a las características

de la muestra objetivo. Se codificó los ítems, realizando la inversión de aquellos que lo requerían. Se realizó un análisis de fiabilidad de cada prueba.

Se procedió a desarrollar un análisis de frecuencias de las preguntas relacionadas con el uso de Facebook, ello con la finalidad de precisar las características de la muestra estudiada. También se realizó un análisis descriptivo de las variables psicológicas.

1.9. ANÁLISIS ESTADÍSTICO:

La información recolectada a través de los instrumentos descritos fueron ingresadas y procesadas en el programa estadístico SPSS por Windows Versión 19. Los resultados se presentarán en tablas de una y doble entrada, de forma numérica y porcentual. Para determinar si existe relación entre variables se hizo uso de la prueba no paramétrica Gamma, ésta fue elegida como ideal para realizar el análisis estadístico por ser una prueba que mide variables cualitativas ordinales como es el uso de Facebook. Cabe resaltar que Narcisismo y Autoestima son variables cuantitativas pero para ser trabajadas junto con el uso de Facebook se tuvo que transformar esta cantidad en cualidad, es por ello que se consideró los niveles de las mismas (bajo, medio y alto) pasando a ser tratadas como variables cualitativas ordinales. De esta manera se pudo trabajar las 3 variables con la prueba Gamma.

Para medir la relación entre las variables; se considera que existen evidencias suficientes de significación estadística si la probabilidad de equivocarse es menor o igual al 5 por ciento ($p < 0.05$), en caso la probabilidad sea menor o igual al 1 por ciento ($p < 0.01$) se considera relación altamente significativa entre variables.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Antecedentes

A nivel Internacional:

El desarrollo de la autoestima y habilidades sociales tienen su base en las prácticas de crianza familiar, en la escucha activa, grado de protección, estilos de resolución de los problemas entre los miembros de la familia y en las estrategias autorregulatorias dentro del funcionamiento de la dinámica familiar (Ison 2004). Actualmente las redes de apoyo primarias de los niños, jóvenes y adultos vienen a ser dadas desde la virtualidad y no desde lo afectivo, porque sus familias han estado ausentes/ocupadas en los negocios para ganar dinero y adquirir bienes y servicios que dotan de comodidad y placer y/o las familias han asumido una actitud de negligencia frente a las necesidades emocionales, de seguridad y protección de sus hijos, que pueden iniciar el afloramiento de problemáticas comportamentales, emocionales y sociales que pueden desencadenar en problemas de autoestima y evolucionar a trastornos psicológicos, lo cual es una muestra de la carencia de afecto, compañía, apoyo de los padres hacia sus hijos en la etapa de la primera infancia y que puede en ocasiones prolongarse hasta la etapa adulta.

El informe, elaborado por una universidad en Canadá, apunta a que la red social permite establecer amistades "huecas". Los "enganchados" a Facebook, aquellos que actualizan su perfil continuamente y que no pueden irse a dormir sin ver los últimos comentarios en su muro, son más narcisistas e inseguros que la media, según indica un estudio realizado en el año 2007. El informe, elaborado por la Universidad de York, en Canadá, revela cómo esta red social es el refugio perfecto para las personas que reúnen estas características, dado que les permite establecer un gran número de amistades "huecas" sin tener que mantener una relación real con ellas. Universidad de York (2007)

Cruzado, Matos y Kendall (2006) citado en Herrera, María., Pacheco María., Palomar, J., Zavala, D (2010). analizaron el perfil del tipo de adicto a redes sociales y los factores de Autoestima; encontraron que 80% de sus sujetos adictos tenían una historia de disfunción familiar, también detectaron tendencias al aislamiento social, patrones de evasión de la realidad y otras anomalías tanto conductuales como químicas, como predisposición a la depresión, inestabilidad emocional, pobre tolerancia a la frustración, volubilidad e irritabilidad. Otros rasgos que se encontraron fueron: egocentrismo, timidez, introversión, baja empatía, baja autoestima, predisposición al aburrimiento, búsqueda de sensaciones, preferencia por actividades solitarias, autosuficiencia, reactividad emocional elevada e inconformidad con las normas sociales. También notaron que estos tipos de rasgos parecen corresponder a personalidades evitativas, dependientes, esquizoides y antisociales.

Jiménez y Pantoja (2007) hicieron un estudio acerca de la relación que existe entre la autoestima y las relaciones interpersonales de sujetos adictos a las redes sociales como Facebook. Estas autoras encontraron que los sujetos adictos y con un número mayor de contactos presentaban niveles medios y bajos de autoestima. Por el contrario, los niveles del grupo de no adictos eran elevados, lo que las autoras atribuyeron al hecho de tenerla capacidad de confiar en sus propios juicios y percepciones, tener actitudes positivas hacia sí mismos y hacia el manejo de eventos críticos así como receptividad las relaciones e intercambios con los demás. Una de las conclusiones de este trabajo es que las personas que presentaban bajos niveles de autoestima tendían a ser más propensas a desarrollar adicción a Internet y, a su vez, presentaban menos recursos psíquicos disponibles.

Por lo tanto, mientras más bajos fueran estos, mayor era la dificultad para establecer relaciones interpersonales significativas y, por consiguiente, mayor también la tendencia a la depresión y el suicidio, En síntesis, los sujetos adictos mostraron menor capacidad de mantener la dirección de

su propia conducta y menor habilidad para soportar los aumentos de su tensión psíquica. A diferencia de ellos, los sujetos no adictos se mostraron más equilibrados, y lograban un mayor autocontrol cuando debían hacer frente a elementos estresantes.

Raacke y Bonde-Raacke (2008) llevaron a cabo una investigación en la que descubrieron que 87% de 116 estudiantes de licenciatura en la Costa Este de Estados Unidos tiene una cuenta y perfil de Facebook. Este dato los llevó a destacar la importancia que ha asumido la forma de socialización actual por Internet, sin dejar de lado el hecho de que los estudiantes se sientan más cómodos con estos métodos que con el “cara a cara”, lo que puede llegar a repercutir en la socialización per se.

La investigadora Soraya Mehdizadeh (2010), los que se basan en una encuesta realizada a estudiantes de entre 18 y 25 años sobre el uso que le dan a la red social Facebook, y la aplicación de un test psicológico para averiguar si eran vanidosos y engreídos y en qué medida buscaban atención. Las conclusiones mostraron que existe una relación positiva entre el nivel de narcisismo detectado por la prueba, el número de veces al día y las horas semanales que empleaban los estudiantes para chequear su perfil en la red social y para actualizarlo. También los estudiantes que presentaron niveles más bajos de autoestima, se identificaron con aquellos que más veces al día entraban en la red social. Según los expertos, esto no es un dato sorprendente, ya que el narcisismo podría arraigar en una falta de autoestima. Por último, la investigación, en la que participaron en igual número hombres y mujeres, demostró también cómo los hombres son más propensos a revisar los comentarios en su perfil, mientras que las mujeres seleccionan con cuidado las fotografías que suben a la red.

Otro estudio realizado con una muestra de 100 estudiantes en New York se observó que las personas de puntaje más alto en el Inventario de Personalidad Narcisa (NPI-16) tienden a revisar la cuenta de Facebook más veces al día y estar más tiempo online. Lo mismo ocurre con aquellos

que reportan baja autoestima. Ambas variables se encuentran asociadas al uso intenso de esta red social particular (Mehdizadeh, 2010).

En esta misma línea el investigador Isidro Maya (2010), psicólogo social y analista de redes sociales de la Universidad de Sevilla, explicó a BBC Mundo que lo que en la práctica revela nuestra personalidad en internet es nuestro grado de interacción con otros perfiles. Según esta investigación la personalidad "exhibicionista" tiende a aceptar cualquier invitación de amistad (cuanta más audiencia mejor) y a actualizar continuamente su perfil sin interactuar mucho con los demás.

Como se indica en el estudio llevado a cabo por Investigadores de la Universidad estadounidense de Western Illinois (2011) los cuales han estudiado el comportamiento de 294 estudiantes, de entre 18 y 65 años, y han identificado en ellos dos de las características más perjudiciales de la personalidad narcisista entre las cuales resalta el exhibicionismo exagerado que incluye excesiva admiración por sí mismo, vanidad, superioridad, y tendencias exhibicionistas. Las personas que tienen esta característica muy marcada necesitan ser siempre el centro de atención por lo que recurren a expresiones impresionantes o inapropiadas que impiden que puedan ser ignorados. La mencionada Institución y el Portal Sky News de noticias británico publicaron que las personas que más amigos virtuales tienen en Facebook, responden con más agresividad a comentarios despectivos que reciben en las redes sociales junto a una actitud arrogante relativa a los propios derechos que contrastan con una relación de explotación hacia los demás.

Un dato empírico significativo obtenido por la Universidad de York (2011) es el predominio de la imagen en los perfiles de los estudiantes; las fotos son protagónicas del Facebook, y también, la batería de comentarios que desencadenan de los amigos. Surge como relevante, la valoración de la buena apariencia e imagen personal, y la búsqueda de la confirmación del buen aspecto a través de los comentarios. La expectativa de gustar,

sentirse aprobados y aceptados por su red social está en el centro del interés de los estudiantes.

Otra investigación coordinada entre científicos británicos y estadounidenses ha tratado de averiguar la relación entre autoestima y uso de Facebook (2012). Estos científicos estudiaron el caso de 881 jóvenes universitarias en un análisis que, entre otros factores, tuvo en cuenta sus hábitos de vida, su alimentación, el ejercicio que realizaban, cuál era su uso de la red social Facebook y cuál era su percepción de su propia imagen. Al cruzar los datos comprobaron que emplear mucho tiempo en Facebook se asociaba con "más sentimientos negativos" sobre su propia imagen y "más comparaciones con los cuerpos de amigos a través de la comparación de fotografías". Asimismo, también observaron que, en el caso de las mujeres que estaban tratando de perder peso, el tiempo en la red social se correlacionaba con prestar más atención a la apariencia física.

La adquisición de relaciones con otras personas extrapoladas a un entorno virtual, con capacidad de ampliar el número de amigos que están conectados a nuestros amigos hasta el infinito es un ámbito de estudio importante, como lo indica un estudio realizado por Mudra Mukesh (2013) en éste se descubrió que el número de seguidores o amigos en Facebook tenía relación con la autoestima de los usuarios, puesto que las personas con más amigos tendían a mostrar más síntomas depresivos luego de revisar las publicaciones de éstos, a diferencia de quienes tenían un menor número de contactos, y que no mostraron cambios de ánimo tras revisar sus páginas. El estudio también arrojó que quienes revisaban constantemente durante la semana el estado de sus amigos en Facebook se calificaban negativamente a sí mismos en comparación a sus contactos en la red, por el contrario de quienes no habían usado el sitio recientemente.

El estudio realizado por Carpenter (2013) considera a personas que mostraron "comportamientos de autopromoción en Facebook", como actualizar su estado, subir un número significativo de fotos e información

personal, además de varios comportamientos que incluyen buscar demasiado apoyo social, como individuos que tienden a aceptar más invitaciones de amistad de perfectos desconocidos, publican con mayor frecuencia en sus muros, cambian su perfil de manera continua, y publican una gran cantidad de fotografías solo para llamar la atención, demostrando características exhibicionistas, ya que actividades de este tipo se mostrarían a toda la red de contactos asociados a la persona.

Según otro estudio realizado por investigadores de la Universidad de Michigan (2013) que explora las redes sociales en internet; aplicaciones como Facebook aumentan el narcisismo de las personas. El estudio fue realizado por Elliot Panek, Yioryos Nardis y Sara Konrath.

Estos investigadores encontraron que, entre los jóvenes estudiantes universitarios, aquellos que puntuaban alto en ciertos indicadores de narcisismo publicaban y empleaban más horas durante la semana en Facebook. Según estos investigadores, Facebook funciona como un espejo para los narcisistas señalando que al emplearlo "se trata reparar tu propia imagen, cómo eres visto y además comprobar cómo los demás responden a esta imagen", dice Panek (2013).

El estudio de Carol Craig (2013), investigadora social y jefa ejecutiva de un centro de Confianza y Bienestar, quien ha explicado que los jóvenes británicos se están volviendo cada vez más narcisistas y que Facebook está proporcionando la plataforma para estos desórdenes. En sus conclusiones señala que los estudiantes de edades comprendidas entre 18 y 35 años que tendían aceptar mayor cantidad de solicitudes de Facebook y por ende tenían más amigos en su cuenta presentaban un alto afán por autopromocionarse.

Los hallazgos en las investigaciones previamente mencionadas, resaltan la relación entre el uso de Facebook y ciertas variables vinculadas al sistema del self y/o la personalidad. La autoestima como parte del sistema del self tiende a ser baja cuando hay un juicio valorativo negativo hacia sí

mismo, pues hay distancia entre el sí mismo real e ideal. La relación entre este estado de baja valoración personal y el narcisismo es próxima, pues esta variable representa también la autoevaluación negativa y busca por tanto modificar ciertos aspectos que no son agradables, respecto a sí mismas, para las personas (Acosta y Hernández, 2004; De Tejada, 2010). Los reportes científicos que resaltan la presencia de celos asociada al uso del Facebook deben ser también considerados desde el punto de vista teórico, fundamentalmente porque dicho estado psicológico se asocia de algún modo a la autoestima.

A Nivel Nacional:

Tarazona Luján (2013) ha desarrollado hasta la fecha una investigación en el Perú, en torno a este tema. En dicha investigación se tuvo como propósito conocer cómo se relacionan el uso de la red social Facebook con la Autoestima y el Narcisismo en jóvenes universitarios peruanos que viven en Lima. El universo poblacional del cual se seleccionó la muestra para la dicha investigación fue la de los jóvenes universitarios peruanos cuyas edades se encuentran en el rango de 17 y 25 años; de este universo se seleccionó, mediante muestreo no probabilístico accidental, 146 jóvenes pertenecientes a distintas universidades de Lima Metropolitana. La composición de la muestra en función género concentró un mayor número de mujeres 60.3% (n=88); al género masculino lo representó el 39.7% (n=58) de la muestra.

Con respecto a las edades, los datos nos permiten indicar que el grupo seleccionado oscila entre 17 y 25 años, siendo el mayor porcentaje de participantes, los jóvenes cuyas edades se encuentran entre 20 y 23 años (63.0%). La edad promedio es de 20.8 años.

El 93.84% de la muestra estuvo compuesta por estudiantes de las Universidades privadas. Sólo el 6.16% representó el grupo de jóvenes que representaba a las Universidades Públicas. La distribución de la muestra por área de especialización alcanza un 57.5% para los que se orientan hacia las carreras de Letras como Psicología, Antropología,

Administración, Comunicaciones, Derecho, Hotelería y turismo, entre otras; y 42.5% para aquellos que estudian en el área de Ciencias como Ingeniería Industrial, Informática, Ingeniería de Sistemas, Ingeniería Mecánica, entre otras.

Para cumplir con el propósito de la investigación y determinar las características sociodemográficas de los participantes, además de la intensidad de uso del Facebook, así como medir la autoestima y narcisismo, se hizo uso de un conjunto de documentos virtuales entre los que figuran una ficha de datos y dos instrumentos psicológicos que cumplan con las exigencias psicométricas de validez y confiabilidad. Los instrumentos utilizados fueron: El inventario de Personalidad Narcisista (NPI), el Cuestionario de Autoestima de Coopersmith para adultos y la ficha de datos sociodemográficos y frecuencia de uso de la red social Facebook.

Los resultados indican que existen ciertas asociaciones entre la intensidad del uso del Facebook y las variables de Autoestima y Narcisismo. De manera específica destacan las correlaciones entre uso del Facebook y sentimiento de pertenencia a la familia ($r = -.22$); también la asociación entre frecuencia de uso y autoritarismo ($r = .24$).

Tarazona Luján (2013), encontró una relación positiva entre frecuencia de uso del Facebook (horas semanales) y el área de Explotación, indicando que aquellos que usan más esta red tienden a ser rebeldes, hostiles y en ocasiones con baja tolerancia hacia otros. Asimismo llega a la conclusión que existe una gran probabilidad que los períodos prolongados de conexión virtual y el elevado número de contactos se asocien a ciertos aspectos vinculados a la autoridad, particularmente a la dominancia, capacidad de liderazgo, juicios críticos y autoconfianza.

Al analizar la relación entre el uso de la variable Facebook y Autoestima observó que a mayor cantidad de horas diarias de conexión con el Facebook, menor es la puntuación en el área de Autoestima denominada Ego Hogar Padres. Esto permite inferir que las personas que pasan mayor tiempo conectados a la red tienden a no evaluarse como parte del grupo

familiar; es probable que al interior del sistema familiar existan discrepancias de no fácil resolución, con la posibilidad de que esta sea una de las razones por las cuales los participantes dedican mayor tiempo esta red social. Es posible que a través de las redes sociales se obtenga la comunicación y soporte social necesario para enfrentar diversas situaciones entre las cuales puede estar presente un clima familiar que podría ser adverso.

Por otro lado el autor resalta la relación significativa entre número de fotos en el perfil de Facebook y el puntaje del área de Autoestima referida a Ego Académico Laboral y Ego Social. El interpreta la relación entre de esta manera: A más fotos en su perfil mayor tendencia a evaluar positivamente sus capacidades para afrontar situaciones sociales y académico laborales de manera positiva. Es posible que al estar la muestra construida por estudiantes universitarios, se reporten, mediante imágenes, ciertos logros o experiencias específicas que, a lo largo de la vida diaria y carrera universitaria se van adquiriendo. Es altamente probable que los participantes tiendan a colocar fotos de distintas hazañas o logros que han tenido a nivel personal, académico o laboral. Tal vez esperando comentarios respecto a dichas imágenes.

Los hallazgos son relevantes para orientar, mediante diversas opciones de consejo psicológico, a los jóvenes universitarios que cotidianamente se aproximan a la red social Facebook.

A nivel Regional y local:

En nuestra región, hasta la actualidad no se han desarrollado investigaciones relacionando las variables de narcicismo y autoestima asociadas al uso de la Red social Facebook.

2.2. Marco teórico

Las redes sociales virtuales en general, y las redes sociales en internet, particularmente, han generado notables cambios en las dinámicas de socialización, de comunicación, y tienen un fuerte impacto a nivel social.

El peso adquirido por las redes sociales ha llegado al punto de que, según la Universidad de Maryland (2006), la forma en la que se interrelaciona en ellas contribuye a crear la identidad del usuario frente a los demás y frente a uno mismo, y partir de ello construir su autoestima en forma positiva o negativa. Internet en general y las redes sociales en particular, han creado un nuevo modelo de relaciones personales, que ha cambiado el significado de los conceptos respecto a los que son habituales fuera de la red.

En un estudio realizado en Castilla-La Mancha (2009). Se ha señalado que la comunicación virtual puede contribuir a empobrecer la calidad de las relaciones humanas, reemplazando las relaciones fuertes y directas por unas más débiles y, a menudo, falsas. La auténtica amistad se disuelve en la masa indeterminada y superficial de los “contactos” o “amigos”. De esta forma, en medio de tanta comunicación virtual las personas pueden tener un profundo sentimiento de soledad e incluso en ocasiones llegar a sustituir su vida real por una virtual. Los ciudadanos tienden cada día a dedicar más tiempo y a vivir con más intensidad el mundo virtual de las “redes sociales” que el mundo real. Especialmente entre los jóvenes, existe una alta tendencia a crear mundos virtuales que acaban centrando más la vida social que las relaciones reales.

2.2.1 NARCISISMO:

2.2.1.1 Evolución histórica del concepto de Narcisismo

El término *narcisismo* proviene de la descripción clínica y fue escogido por Paul Näcke en 1899 para designar aquella conducta por la cual un individuo da a su cuerpo propio un trato parecido al que daría al cuerpo de un objeto sexual; vale decir, lo mira con complacencia sexual, lo acaricia, lo mimó, hasta que gracias a estos manejos alcanza la satisfacción plena. En la tradición griega, se llamaba narcisismo al amor a sí mismo. La leyenda y el personaje de Narciso se hicieron célebres gracias al libro tercero de las Metamorfosis de Ovidio.

Havelock Ellis usa el término “narcisismo” en 1892 por primera vez en un estudio psicológico sobre el autoerotismo, describiendo la raíz mitológica y literaria del mito de Narciso, y extendía el término narcisismo al comportamiento no manifiestamente sexual. Posteriormente, en 1908, Isidor Sadger (alumno de Freud que intervenía en las reuniones de los miércoles de Viena), lo hace entrar definitivamente en la terminología psicoanalítica.

En 1899, Paul Nacke fue el primero en utilizar el término "narcisismo" en un estudio de las perversiones sexuales.

En 1923, Martin Buber publicó un ensayo "Ich und Du", en el que señaló que nuestro narcisismo a menudo nos lleva a relacionarnos con los demás como objetos en vez de igual a igual.

Desde el año 2000, en las pruebas psicológicas diseñadas para detectar el narcisismo, las puntuaciones de los residentes de los Estados Unidos han aumentado continuamente. Los psicólogos han sugerido un vínculo a las redes sociales.

2.2.1.2 Definición de Narcisismo:

(Sigmund Freud 1914). En psicoanálisis indica que se entiende por narcisismo una forma de estructuración de la personalidad, y una etapa del desarrollo del ser humano. Distinguen los psicoanalistas dos tipos: el narcisismo primario de los primeros meses de la existencia y donde el niño dirige todas sus energías a la satisfacción de sus necesidades. De una manera general, se refiere, con el término de narcisismo primario, al momento en que el niño se toma a sí mismo como objeto de amor, antes de elegir objetos externos. Todo su erotismo y/o energía libidinal es autodirigida y el mundo exterior no existe.

El narcisismo secundario, es un concepto que refiere en la extensa obra freudiana a dos ideas distintas:

- a) Una forma de designar estados mentales patológicos (narcisismo esquizofrénico, por ejemplo, o en la «neurosis narcisista», que es modo como Freud denominó inicialmente las psicosis, también a lo que hoy se llamaría depresiones mayores o endógenas) donde la investidura libidinal que previamente estaba puesta en objetos recae ahora, regresivamente sobre el yo.

- b) Una estructura estable (Yo realidad definitivo), donde no hay psicosis, porque existe equilibrio desde el punto de vista económico (flujo de energía psíquica libidinal). Las investiduras (catexis) estarían repartidas armónicamente entre los sistemas y los objetos; desde el punto de vista tópico se puede afirmar que el componente estructural «ideal del yo» y superyó definitivo, se generan a partir del llamado sepultamiento del Complejo de Edipo

2.2.1.3 Características de la personalidad Narcisista:

La Personalidad Narcisista podría definirse como una estructura de carácter rígido y defensivo que parapeta la angustia de enfrentarse a una realidad interna y externa de recorte de expectativas, frustración y cierta duda sobre su verdadera identidad personal. Reich enfatiza el componente afectivo del narcisismo (la autoestima) para indicar oscilaciones en la patología narcisista. A la pregunta acerca de si el narcisismo es definido por grandiosidad o vulnerabilidad, él responde “ambos”, queriendo decir que la vulnerabilidad en la autoestima es fundamental, siendo la grandiosidad narcisista compensatoria (defensiva). Las personas que presentan rasgos de este tipo de personalidad manifiestan las siguientes características

a) Grandiosidad o Superioridad: El narcisista se cree enormemente importante, considerándose por encima de cualquier persona, incluida su pareja o amistades.

b) Necesidad de aprobación: Tienen una gran necesidad de sentirse aprobados y admirados por los demás, quienes, sin duda, tienen que

saber lo maravillosos que son. Sienten que merecen una gran admiración y respeto por parte de los demás, de quienes esperan que deseen de buena gana satisfacer todos sus deseos y darles un trato especial (como perdonar sus deudas). Les gusta ser el centro de atención y conversación.

c) Falta de empatía: No es capaz de ponerse en el lugar del otro y compartir sus sentimientos. Padecen un déficit en la percepción de los demás; una dificultad para identificarse con otras personas que a la larga les genera un sentimiento de aislamiento y soledad.

d) Muestran desdén hacia sus parejas: Piensan que deben sentirse queridos por ellas sin necesidad de corresponderles. Muchos ven a los demás de forma negativa y pesimista. Quiere ser el centro de la vida de su pareja, quien debe estar deseosa de satisfacer todas sus necesidades.

e) Envidia: Envidian a los demás y creen que los otros son envidiosos también. Aunque prefieren la lógica a los sentimientos, al mismo tiempo envidian a las personas que tienen capacidad de empatía y son emocionalmente accesibles.

f) Arrogancia e intolerancia a las críticas: La persona narcisista se siente ofendida con facilidad, reacciona con rabia cuando la critican o si alguien muestra una opinión diferente a la suya.

h) Manipulación: Dado que consideran que los demás están ahí para satisfacer sus necesidades, no dudan en manipularlos y en tratarlos como objetos que le sirven para lograr sus objetivos.

k) Otros sentimientos: Vergüenza, humillación, depresión, Escasa conciencia de sus sentimientos íntimos y necesidades profundas que les evita enfrentarse a una crisis de identidad. Se ha asociado con abuso de sustancias psicoactivas y redes sociales.

Según la teoría de Raskin y Hall (1981), las características de primer orden que definen rasgos de personalidad narcisista y sobre las cuales está basado este estudio son las siguientes:

- a) **Autoridad:** Está asociado con dominancia, asertividad, liderazgo, criticidad y autoconfianza.
- b) **Exhibicionismo:** Asociado con búsqueda de sensaciones, extraversión y falta de control de impulsos.
- c) **Explotación:** Asociada con rebeldía, inconformidad, hostilidad y falta de consideración y tolerancia hacia otros.
- d) **Pretensión:** Relacionada con ambición, necesidad de poder, dominancia, hostilidad, dureza y falta de autocontrol y tolerancia hacia otros.
- e) **Autosuficiencia** con asertividad, independencia, autoconfianza y necesidad de logro.
- f) **Vanidad:** Asociada con la creencia de que uno es físicamente atractivo y por ser atractivo ante los demás.
- g) **Superioridad:** Está asociado con características tales como capacidad para tener estatus, presencia social, autoconfianza e inflación del ego.

2.2.1.4 Tipos de Personalidad Narcisista:

Variaciones del Rasgos de personalidad Narcisista según Néstor Mario Saúl Koldobsky (2008).

En este grupo situaría a las personalidades con rasgos narcisistas que podemos ver con más frecuencia en las consultas de psicología y psiquiatría, personas que pueden ser o no habilidosas pero que independientemente de su eficacia, se sienten mal con ellos mismos y presentan un sufrimiento que les limita en su vida cotidiana, por lo menos en alguna o varias áreas de su vida. Existen según el autor 8 subgrupos de personalidades con rasgos narcisistas:

1. **El narcisista desesperado** (basado en A. Freeman): Son personas que se caracterizan por presentar un estilo “si-pero”. Se trata de individuos que si bien buscan ayuda, demandan tratamientos y acuden a las citas, no permiten ser tratados. Acuden con una aparente baja autoestima que suele movilizar atención y cuidados por parte de otros, pero para los que nunca es suficiente la atención y ayuda que reciben, es como si necesitasen “algo más”, algo que no encuentran y que les acabe de llenar. Sería una especie de narcisista ambivalente, en el que cuando se le propone algo que aparentemente acepta, acaba haciendo lo contrario (predominando en algunos, los comportamientos pasivo-agresivos).

2. **El narcisista frustrado**. Se trata de un estilo similar al anterior, un individuo que acude en busca de ayuda, que acude a las citas y aparentemente escucha las sugerencias pero que en los momentos críticos expone realmente lo que siente y piensa.

El narcisista desesperado también acude a terapia con una “aparente baja autoestima” aunque cuando se le cuestiona surgen razonamientos del tipo “yo estoy por encima de los demás”, “Mis valores son superiores”, “La injusticia proviene del mundo y yo soy una víctima inmerecida”. Es decir, suelen atribuir sus dificultades a algo externo, por ejemplo: la falta de cuidado en su infancia, gente que les hace o ha hecho daño, funcionamiento del entorno, etc, cuando la realidad es que presentan una gran dificultad para asumir su responsabilidad o centrarse en lo que depende de ellos. La frustración principal es la de no haber conseguido lo que esperaban para sí mismos o no llevar una vida como les gustaría o como creen “merecer”.

3. **El narcisista aparente o “inflado”**. Un estilo en el que predomina la tendencia a encantar y agradar. Para estas personas, la valoración de los demás es importante, necesitan ser reconocidos y sentir la aprobación de los que les rodean. Son sujetos muy vulnerables a la crítica aunque presentan un amplio repertorio de habilidades y tienen gran capacidad para captar la atención de los demás y generar

sentimientos positivos. La dificultad principal en estas personas es el temor a ser “descubiertos” pues en este caso la autoestima es inferior de lo que aparentan y se cubren de fachadas en un intento de vender su imagen tal y como creen que será aceptada.

4. El narcisista dependiente. Un estilo en el que predomina una predisposición y servicialidad que no encaja. Aparentemente muestra preocupación por los demás, pero ésta es percibida como excesiva y “artificial”. En este subtipo la sensación de vacío y el temor a quedarse solos tienen un peso importante. Se trata de personas que parecen vivir “por” y “para” otros; que intentan encajar, “caer bien” y gustar. Es un subtipo que tiene muchas dificultades con la crítica. Con los desconocidos se muestra muy seguro, tiene facilidad para conectar con la gente y causar buena impresión pero en el fondo sabe que su actitud no es “real” y se puede sentir muy vulnerable si intuye que otros lo sospechan. Un aspecto que le desconcierta y no entiende, es por qué los demás no son capaces de “corresponder” de la misma manera (dando respuesta a sus deseos verdaderos: que sus necesidades sean cubiertas por aquellos a los que “elige” como posibles candidatos a suplir sus carencias). Aunque parece “disfrutar” complaciendo a los demás, en realidad espera algo a cambio. Es un subtipo que puede “explotar” y ser verbalmente abusivo cuando “ya no puede más” (por la tendencia a acumular resentimiento y rencor cuando los elegidos no responden como él espera que respondan). Sería una especie de narcisista “codependiente”, en el que la preocupación por los demás y el volcarse en ellos tiene como fin satisfacer su ego mediante la aprobación y el reconocimiento de lo que hace. En el fondo lo que busca es ser reconocido y recompensado.

5. El narcisista aparentemente funcional. Se trataría de un estilo que es capaz de desarrollarse adaptativamente en las distintas áreas de su vida, pero necesita utilizar la manipulación y el adoptar cualquier rol que considere útil para conseguir sus propósitos (por ejemplo una apariencia servicial, amable, y colaboradora), aunque internamente esté buscando

destacar, sin importarle lo que ocurra con los de su entorno, o si resultan perjudicados por las estrategias que ha empleado. Una vez que ha obtenido lo que persigue, es probable que esa fachada “servicial y amable” se desmonte y surja la verdadera “personalidad”, ya que los demás habrán dejado de ser útiles a sus propósitos. La dificultad para este subtipo de personalidades puede surgir cuando se encuentran con personalidades similares (se dará una lucha de poder), o cuando se ven frustrados sus objetivos. Llevado al extremo se podría hablar de personalidades psicopáticas, pero en un grado menor se trataría de un patrón relativamente común. En ocasiones son catalogados como “trepas” a nivel laboral, o como “aprovechados” en otros ámbitos.

6. El narcisista salvador. Es un perfil habitualmente funcional, si las cosas van bien se puede mantener estable y funcionar con éxito. Para algunos, su vida gira en torno a los demás, sobre los que sienten una gran responsabilidad, atribuyéndose mayor poder o capacidad de solucionar sus problemas, y limitando la responsabilidad ajena en las dificultades de cada uno. Este tipo sobrevalora sus capacidades y potenciales sintiéndose responsable de lo que le ocurre a otros. Pueden ejercer profesiones relacionadas con la salud o los cuidados (médicos, psiquiatras, psicólogos, enfermeros, trabajadores sociales, etc.). La dificultad principal de este subtipo es la falta de control sobre los demás o sobre factores externos: si algo no sale como espera, se puede desarmar y venirse abajo.

7. El narcisista compensador: Subgrupo planteado por Millon. El narcisista compensador intenta superar su sentimiento de vacío mediante la creación de una ilusión de superioridad y construyendo una imagen propia de gran valía, en vez de usurpar el poder y el control que los otros poseen o mediante la acumulación de posesiones”; “necesitan que los demás secunden su esfuerzo por conseguir prestigio”; “son extremadamente sensibles a las reacciones de las otras personas, vigilan y escuchan atentamente en busca de cualquier juicio crítico y se sienten ofendidos por cualquier signo de desaprobación”; “saben que

son un fraude, que pretenden una posición más elevada de la que se merecen”.

Una vez planteados estos subtipos es importante aclarar que si bien estas personalidades pueden mostrar rasgos narcisistas, son susceptibles de ser tratadas. Se trata de personas que sufren y que no están a gusto con su vida. En la mayoría de los casos existe una alteración de la identidad importante y múltiples mecanismos de defensa.

2.2.1.5 Teorías del Narcisismo:

a) Análisis de Teorías del Narcisismo

El Narcisismo según el Psicoanálisis es el primer periodo evolutivo en la afectividad del niño que se caracteriza por una libido dirigida hacia sí mismo, es decir, el objeto de deseo es el propio Yo. Esta fase vital es anterior al Edipo, donde el objeto de amor es la madre (o la persona con la que se produce el primer vínculo)

Los problemas surgen cuando esta etapa no se supera por problemas de abandonos, frialdad emocional del cuidador/a, rechazo. Sigmund Freud descubrió que un trauma vivido producía una “congelación del tiempo” relacionada con la capacidad de la persona de efectuar un proceso evolutivo hacia la conquista de la madurez. Luego la Personalidad Narcisista es aquella que en algún punto de su emotividad quedó sin desarrollarse.

Theodore Millon (1990) concibe la personalidad como un continuo que va desde la normalidad (algunos rasgos) hasta la patología (trastorno), así, este autor encuentra un punto medio y denomina “narcisista saludable” al que combina autoconfianza y empatía con el prójimo.

En este sentido la Psicología Gestalt y Millon coinciden, ya que basan la diferencia entre personalidad narcisista y trastorno narcisista, en el grado

de polaridad en el que cada individuo se encuentra posicionado con respecto a los rasgos que caracterizan a esta patología.

Muchos de los psicólogos que han estudiado este trastorno han encontrado casos en que el sentimiento de grandiosidad es debido a un introyecto parental, donde se contemplaba al niño con una veneración excesiva y se le inculcaba una magnificación de sus aptitudes desproporcionada con respecto a los logros evolutivos naturales del desarrollo, que le llevaron a la formación distorsionada de auto-percepción.

En esta misma línea se sitúa la visión de Horney (1930) que sin embargo va más allá al afirmar que estos padres que transfieren sus propias ambiciones al niño, considerándolo como un genio embrionario, desarrollan en ellos el sentimiento de que son amados por cualidades imaginarias en vez de por su propio sí mismo.

Para Kernberg (1997), autor de línea cognitiva, la personalidad narcisista es básicamente una organización defensiva. Los narcisistas no son capaces de desarrollar concepciones integradas del sí mismo y desarrollan una organización intrapsíquica que compensa en cierto modo la difusión de la identidad y la acusada labilidad emocional que experimentan, mediante el uso de diferentes mecanismos de defensa .

Según este autor el narcisismo se gesta debido a la falta de amor auténtico que los padres no han sabido dar y que han tratado de compensar encontrando en el niño algún talento excepcional. La auto-percepción de grandeza es, para Kernberg (1997), una adaptación que sirve para ocultar un sí mismo inadecuado y defectuoso, una ira oral, y una agresividad dirigida originariamente contra unos progenitores incapaces de ofrecer amor incondicional.

Desde la Gestalt, Yontef (1993) propone que el narcisista no fue visto en sus necesidades afectivas cuando era niño, lejos de eso, fueron utilizados al servicio de las necesidades de sus padres, los cuales, no

les consideraron como personas individuales con sus verdaderas necesidades valoradas. El niño que ha sufrido esta falta de empatía vive subjetivamente de imágenes grandiosas e idealizadas para proteger su verdadero sí mismo. El narcisista fue un niño cuyos sentimientos no fueron reconocidos ni respetados.

Su dificultad para manejar emociones como la desilusión se explica por la falta de apoyo emocional. Una importante necesidad insatisfecha en los primeros años de vida del narcisista fue la de sufrir un trastorno y no ser tranquilizado por unos padres emocionalmente sensibles.

Según la Gestalt la percepción exagerada de auto-importancia que presentan estos pacientes, es un signo que debe hacernos sospechar la existencia de una polaridad contraria no explorada, que además, supone una defensa para evitar los profundos sentimientos de minusvalía personal.

Para finalizar este apartado puede resultar interesante la aportación de algunos autores que, como Roland (1979), han encontrado en estudios de psicología social una correlación positiva entre el carácter narcisista y las culturas individualistas como EEUU, donde se valora la identidad individual por encima de la grupal.

2.2.2 AUTOESTIMA:

2.2.2.1 Conceptos autoestima:

La autoestima es un complejo y dinámico sistema de percepciones, creencias y actitudes de un individuo sobre sí mismo. La autoestima es un factor de la personalidad que marca los caminos del éxito o del fracaso de cada persona. Esta proporciona a las actitudes que le permiten afrontar con valor y decisión todas las dificultades de la vida. La persona que posee una autoestima elevada tiene muchas posibilidades de triunfar y, en general suele sentirse muy feliz. Según Schwartz (1992) la felicidad de las personas y su ajuste a la vida depende básicamente de cómo las personas se observan a sí mismas. La autoestima

corresponde a un aspecto complejo de la personalidad. Han sido muchas las definiciones dadas a este término.

Coopersmith (1967), autor en la que se basa el análisis de la relación de la variable autoestima asociada al uso de la red social Facebook; define a la misma como “la evaluación que el individuo hace y mantiene cotidianamente con respecto a sí mismo, o sea, expresiones y actitudes de aprobación o desaprobación, indica la amplitud de la cual el individuo se cree capaz, importante, feliz y digno”.

Para William James (1963) “la autoestima es el valor de los sentimientos hacia sí mismo, los cuales están determinados por el área que va del talento actual a las potenciales supuestas”.

En la actualidad, científicos del desarrollo humano; como Peretz, Elkins, Rogers, Maslow, Bettelheim, afirman que la autoestima es una parte fundamental para que el hombre alcance su plenitud y autorrealización que es la plena expresión de sí mismo. Tomando en cuenta las definiciones anteriores se considera como autoestima, los sentimientos y actitudes de la persona hacia sí misma. La persona, en su evaluación de sí misma, puede verse con orgullo o vergüenza, considerar que posee valor o falta de él.

Las actitudes con relación a sí mismo incluyen también creencias, convicciones, ideales, aspiraciones y compromisos. De acuerdo con algunos estudios citados por Ortuño (1978) las personas con autoestima alta, presentan una serie de características tales como: mayor control de sus impulsos, se auto refuerzan con mayor frecuencia, refuerzan a otros más a menudo, se auto afirman, son persistentes para la búsqueda de soluciones constructivas, son poco agresivos, tienen una actitud positiva hacia su propio cuerpo, la autoestima se desarrolla cuando se han satisfecho adecuadamente las necesidades primarias de la vida. Además la autoestima puede desarrollarse convenientemente cuando los niños y adolescentes experimentan positivamente cuatro aspectos:

- **Vinculación:** Resultado de la satisfacción que obtiene el la persona al establecer vínculos que son importantes para él y que los demás también como importantes.
- **Singularidad:** Resultado del conocimiento y respeto que el adolescente siente por aquellas cualidades o atributos que le hacen especial o diferente, apoyado por el respeto y la aprobación que recibe de los demás por esas cualidades.
- **Poder:** Consecuencia de la disponibilidad de medios, de oportunidades y de capacidad en el adolescente para modificar las circunstancias de su vida de manera significativa.
- **Modelos o pautas:** Puntos de referencia que dotan al adolescente de los ejemplos adecuados, humanos, filosóficos y prácticos, que le sirven para establecer su escala de valores, sus objetivos, ideales y modales propios.

Estas cuatro condiciones deben estar siempre presentes para que se desarrolle y se mantenga la autoestima. Los padres pueden influir en la autoestima del adolescente organizándole nuevas experiencias y relacionándose convenientemente con él.

2.2.2.2 Niveles y características de la autoestima.

Además de existir características de la autoestima, según Coopersmith (1967) también se pueden dividir en niveles los cuales, poseen sus características propias, de cada área explorada para el individuo.

Méndez (2001), plantea que existen distintos niveles de autoestima, por lo cual cada persona reacciona ante situaciones similares, de forma diferente; teniendo expectativas desiguales ante el futuro, reacciones y autoconceptos disímiles. Por lo cual, caracteriza a las personas con alta, media y baja autoestima.

Al respecto, las personas que poseen una autoestima alta son expresivas, asertivas, con éxito académico y social, confían en sus propias percepciones y esperan siempre el éxito, consideran su trabajo de alta calidad y mantienen altas expectativas con respecto a trabajos futuros, manejan la creatividad, se autorespetan y sienten orgullo de sí mismos, caminan hacia metas realistas. Por su parte las personas con una media autoestima, son personas expresivas, dependen de la aceptación social, igualmente tienen alto número de afirmaciones positivas, siendo más moderadas en sus expectativas y competencias que las anteriores.

Por último, las personas con baja autoestima son desanimadas, deprimidas, aisladas, consideran no poseer atractivo, son incapaces de expresarse y defenderse; se sienten débiles para vencer sus deficiencias, tienen miedo de provocar el enfado de los demás, su actitud hacia sí mismo es negativa, carecen de herramientas internas para tolerar situaciones y ansiedades.

2.2.2.3 Desarrollo de la autoestima.

Según Coopersmith (1967), “los niños y niñas forman imágenes de sí mismas, basadas en la forma en que son tratados por personas allegadas que le son significativas, como los padres, maestros y maestras, compañeras y compañeros. La autoestima es un fenómeno de la actitud favorable o desfavorable, que el individuo tiene hacia sí mismo, es decir , un grupo de cogniciones y sentimientos así los componentes del él sí mismo , para el dicho autor son los mismos que los de las actitudes; un aspecto afectivo que se equipara junto con la evolución y aspecto cognitivo que representa la conducta que se dirige hacia el mismo”.

También ha encontrado, una relación directa entre los métodos de crianza y la autoestima, la autoestima de los padres interviene e influye en la autoestima de los hijos. Un padre con autoestima baja espera fracasar en la vida, anticipa rechazo; es débil y pasivo, le quita

oportunidad a los hijos de enfrentarse a la vida con seguridad en sí mismo y con la fuerza de voluntad necesaria.

Cabe considerar el desarrollo de la autoestima como un proceso que se lleva a cabo mediante una serie de fases que permiten su desarrollo, según la teoría de Coopersmith (1990), las fases son:

- El grado de trato respetuoso, de aceptación e interés que el individuo recibe de las personas significativas de su vida.
- La historia de éxito, el status y la posición que el individuo tiene en el mundo.
- Los valores y las aspiraciones por los cuáles estos últimos pueden ser modificados e interpretados.
- La manera singular y personal de responder a los factores que disminuyen la autoestima, ya sea que el individuo minimice, distorsione o suprima las percepciones de las fallas propias y las de los demás.

2.2.2.3 Etapas de Desarrollo de Autoestima:

- a) Etapa de “confianza básica contra “desconfianza””: Es la etapa en la que la autoestima queda conformada, según sea esta, así llevará la confianza, la fe, la aceptación de sí mismo y hacia los demás. La satisfacción de obtener logros les dará la seguridad necesaria para “arriesgarse” a dar el siguiente paso. La crisis, depresiones y ansiedades serán constructivas y no destructivas. En esta etapa el individuo está para recibir, no para dar.
- b) En la segunda etapa el individuo se da cuenta de que puede dar, empieza a tener autocontrol y fuerza de voluntad. Se atreve y no (se recuerda que es importante alentar lo positivo de cada etapa).
- c) Etapa lúdica: De los 4 a 6 años aproximadamente. Dirige su voluntad a un propósito (juego), hace y deshace, construye y

destruye, compone y descompone, todo esto le va produciendo seguridad.

- d) Etapa “industria contra inferioridad”: Aquí su autoestima lo lleva a ser responsable, es cooperativo en grupo, despierta su interés por aprender (es importante reforzar cada logro que tenga)
- e) Etapa de identidad: Etapa de crisis en donde se cuestionan las etapas anteriores. La persona se vuelve egoísta solitaria cambio de carácter algunas veces está feliz, otras enojada. En esta etapa puede aclarar, recuperar y fortalecer su autoestima, darle comprensión, respeto y ayuda le facilitará superar esta.
- f) Etapa “intimidad contra aislamiento”. La persona es madura y busca trascender, son creativas, productivas, consolidan su familia. Hay una total proyección del ser humano.

2.2.2.4 Componentes de la autoestima.

Según Cortés de Aragón (1999), la autoestima tiene una serie de componentes de diversa índole, entre los cuales señala: el componente cognoscitivo, el componente emocional y componente conductual:

1. Componente Cognoscitivo: Denominado autoconocimiento, autoconcepto, autocomprensión, autoimagen y autopercepción. Todos estos conceptos están referidos a la representación mental que cada uno elabora de sí mismo; a los conocimientos, percepciones, creencias y opiniones de los diversos aspectos que conforman la personalidad. De suerte que el conocimiento personal es absolutamente necesario para poder autorregularse, autodirigirse y establecer relaciones. De igual manera la autoestima se ve afectada por la eficacia de cada uno para superar los problemas por iniciativa propia y para la autorrealización personal.

2. Componente Emocional- Evaluativo: No se puede separar los sentimientos y emociones de los deseos y las necesidades del ser humano. Todos los sentimientos referidos a sí mismo determinan la autoestima que es la base de la autorrealización que cada uno desea conseguir. Este componente como conjunto de sentimientos se denomina autoaceptación, autoevaluación, autovaloración y autoaprecio. En la medida que estos sentimientos sean asertivos, en esa medida puede una persona gestionar su propio crecimiento personal. Sobre todo el individuo debe ser auténtico, de manera que reconociendo sus potencialidades y limitaciones, pueda a su vez fortalecerse como persona, y buscar ayuda cuando crea que la situación lo amerite.

3. Componente Conductual: Partiendo de la premisa que la autoestima es conocerse, evaluarse y aceptarse, no es menos cierto que implica la acción hacia el exterior o actividad con el entorno, en otras palabras interacción y adaptación al medio, constituyendo habilidades de contacto. La persona con una rica autoestima se manifiesta por medio de una actividad permanente, que puede definirse en términos como: conducta coherente, conducta congruente, conducta responsable, conducta autodirigida, autonomía, autodirección y muchas otras.

De esta manera se presenta como una estructura que se subdivide de ésta forma para facilitar su estudio, pero tales componentes están tan estrechamente relacionados que es imposible concebir uno sin el otro, solamente con el objeto de analizarlos es posible aceptar esta categorización.

Igualmente Barroso (1998), en su modelo de desarrollo de la autoestima la enfoca como una energía que fluye y se mueve en una línea ondulada, llenando huecos, terminando situaciones incompletas y permitiendo un crecimiento armónico e integral a partir de etapas en un continuo dinámico, donde el individuo a la vez que satisface sus necesidades, vive procesos y desarrolla el sí mismo y el contexto hasta

llegar al final de su existencia, donde por fin se funda con el Universo. Ahora bien, como lo señala Albarrán (2004), todos los autores convergen en la idea que la autoestima es la fuerza interna que da sentido, propósito, coherencia, canaliza capacidades y permite trabajar con certeza en el logro de objetivos realistas y planificados.

2.2.2.5 Dimensiones de la autoestima

Desde la perspectiva que se ha adoptado, Coopersmith (1996), señala que la autoestima posee cuatro dimensiones que se caracterizan por su amplitud y radio de acción, logrando identificar las siguientes:

1. Autoestima en el área personal: Consiste en la evaluación que el individuo realiza y con frecuencia mantiene de sí, en relación con su imagen corporal y cualidades personales, considerando su capacidad, productividad, importancia y dignidad, lleva implícito un juicio personal expresado en la actitud hacia sí mismo.
2. Autoestima en el área académica: Es la evaluación que el individuo hace y con frecuencia sostiene sobre sí mismo, en relación con su desempeño en el ámbito escolar teniendo en cuenta su capacidad, productividad, importancia y dignidad, lo cual nuevamente implica un juicio personal manifestado en la Actitud hacia sí mismo.
3. Autoestima en el área familiar: Consiste en la evaluación que el individuo hace y frecuentemente mantiene con respecto a sí, en relación con sus interacciones con los miembros de su grupo familiar, su capacidad, productividad, importancia y dignidad , implicando un juicio personal manifestado en las actitudes asumidas hacia sí mismo.
4. Autoestima en el área social: Es la valoración que el individuo realiza y con frecuencia mantiene con respecto a sí mismo en relación con sus interacciones sociales, considerando su capacidad, productividad, importancia y dignidad, lo cual igualmente lleva implícito un juicio personal que se manifiesta en las actitudes asumidas hacia sí mismo.

En pocas palabras el individuo realiza frecuentes estimaciones de sus frecuentes interacciones consigo mismo y con el ambiente en el que se desenvuelve, logrando monitorear constantemente como influye dentro de él, posterior a lo cual y de acuerdo con la satisfacción que esto le brinde, va a asumir una actitud hacia sí mismo.

2.2.3 USO DE REDES SOCIALES EN UNIVERSITARIOS Y SU RELACIÓN CON EL NARCISISMO Y LA AUTOESTIMA

Estudios recientes confirmaron la creciente necesidad de muchos usuarios de estar permanentemente conectados para interactuar con sus conocidos a través de plataformas como Facebook, la más popular de las redes sociales, u otros servicios de mensajes a través del teléfono. Lo que conllevaría a diversos fenómenos de uso disfuncional. Esto ha generado campañas como el Día Nacional de la Desconexión, que se celebra en países desarrollados como Estados Unidos, intentando concientizar hacia un empleo más sano de las redes sociales, cuyo uso puede derivar en un narcisismo patológico, según un estudio publicado en el año 2012 en la revista *Personality and Individual Differences*.

Tras analizar los hábitos en Facebook de casi 300 personas de entre 18 y 65 años, los investigadores de esta revista, hallaron evidencias significativas de dos elementos socialmente perjudiciales identificables con el narcisismo y la incapacidad de reaccionar a la crítica de su imagen, el ansia de protagonismo y la voluntad de aprovecharse de los demás.

Esas actitudes resultaron estar más patentes en aquellos que tenían más amigos en la red social, actualizaban su cuenta y su foto de perfil con más frecuencia y reaccionaban más agresivamente a quienes les criticaban en Facebook.

Para las personas que facilitan información, fotos o vídeos sobre sí mismos, la exposición a la vida pública da lugar a sentimientos relacionados con el exhibicionismo de la vida pública, el ansia de

notoriedad, o la lucha por la autoestima de una gran complejidad psicológica, que en jóvenes con problemas de comportamiento puede llegar a lo patológico. La envidia, la lucha por aparecer como más popular en ese mundo virtual, la formación de grupos de “amigos” contra otro grupo de “amigos” y lograr más apoyos lleva a una competición en la que tratan de compensar sus problemas para estructurar una imagen realista.

2.2.4 DIFERENCIAS ENTRE LA COMUNICACIÓN REAL Y VIRTUAL - REALIDAD PSICOLÓGICA DEL JOVEN USUARIO VIRTUAL.

Las relaciones interpersonales en estos últimos tiempos han sufrido numerosas y profundas transformaciones a partir de las revoluciones tecnológicas surgidas en el transporte y en las comunicaciones. Hemos pasado de las relaciones entre las personas desarrolladas básicamente en el esquema "cara a cara" a una ampliación de nuestro mundo social que nos ha llevado hacia un orden extenso llamado hoy “aldea global”, Morris (1992).

Además, hay que señalar que el aumento continuo de la cantidad, variedad y frecuencia potencial de las relaciones y contactos humanos que entablamos con las TICS, no deja de ser una contraproducente consecuencia, por cuanto si este aumento se torna extremo, es posible llegar a un estado de saturación mediática tal y como lo denomina Gergen (1992). En efecto, dicho autor, ve en las tecnologías de las telecomunicaciones, los medios centrales de saturación social debido a la incorporación incesante de información, la cual nos expone a una enorme variedad de personas y nos colma de relaciones sociales que llevarían a colonizar nuestra propia identidad o “yo individual.” Así, esta ampliación de la gama de las relaciones humanas, al desplazarse del vínculo cara a cara al vínculo electrónico, traería como consecuencia la disminución de la calidad de ellas, pues a mayor número de relaciones interpersonales (cantidad de personas que se relacionan con nosotros) y a mayor velocidad que registran las mismas, mayores son los grados de superficialidad y desapego.

Un factor determinante de esta situación, desde una explicación biológica, sería el hecho de que las relaciones electrónicas ocultan la información visual (movimientos oculares, expresiones de los labios, etc), de ahí la necesidad de valorar cuidadosamente la distinción entre comunicación informativa (que las nuevas tecnologías potencian) y comunicación sensorio-afectiva (que las nuevas tecnologías merman). Por eso, los individuos, en presencia unos de otros, interactúan de formas muy diferentes, según hayan establecido o no relaciones mutuas basadas en el reconocimiento individual, en tanto los individuos que se han asociado anónimamente pueden formar solamente grupos frágiles. (Smith, 1982).

Hoy en día las personas llevan doble vida: la del mundo real y la del mundo virtual. Las relaciones en el mundo real siguen siendo en apariencia como antaño, todo el mundo tiene una familia y sus amigos. Aún así, estas relaciones se ven afectadas cada vez más por la proliferación de las redes sociales donde la mayoría de los usuarios de Facebook son personas populares con una media de 130 amigos en la página según un estudio llamado *How facebook affects you and your relationships* realizado por la Online dating University. Lo que no tenemos en cuenta es que, Facebook, este programa que nos parece tan útil para comunicarnos, en realidad puede dañar las relaciones que tenemos en el mundo real.

La mayoría de las informaciones que se siguen en Facebook son de amigos que apenas se conocen de vista. El problema es que antaño no todo el mundo tenía teléfono y por lo tanto no tenían acceso a hablar tan seguido los unos con los otros y si lo tenían este no le daba acceso a saber el lugar de residencia, los gustos o preferencias ni las salidas que se efectuaban. El nuevo formato de Facebook llamado biografía ya expone el tipo de información que Facebook proporciona de sus usuarios: ahora, la gente puede conocer gran parte de la vida de otros con solo un clic. Lo que nos parece una gran herramienta de comunicación, en verdad no deja de ser un escaparate en el que todos los usuarios de Facebook están expuestos.

Algunos usuarios de las redes sociales acaban interesándose por las vidas de personas que no tienen presencia en el desarrollo de su vida real pero las acciones de estos desconocidos les afectan, pues invierten mucho tiempo de su vida real para confeccionarse una vida virtual y preocuparse por ella. Tal y como afirmó Vicenç Torras, investigador del Instituto de Inteligencia Artificial, en una entrevista para Portalprogramas "Internet es un gran escaparate. Existe una parte de la información que publicamos para nuestros amigos, aunque normalmente no la ven sólo ellos, y otra parte que publicamos sabiendo que llegará a gente que no conocemos.

A la vista está que las relaciones virtuales dañan directamente las relaciones personales, cara a cara. De hecho en el estudio realizado por la Online dating University se puede observar como esta red social afecta o pone de manifiesto nuestra personalidad. Por ejemplo, una persona que se conecte muy a menudo al Facebook puede sufrir ansiedad y estrés por varios motivos como por ejemplo cuando baja el número de amigos y quiere descubrir quién le ha borrado. Conectarse muy a menudo al Facebook también puede provocar que la persona le dé mucha importancia a la información que hay en él, como por ejemplo, el estado de las relaciones amorosas. La ansiedad y el estrés también pueden aparecer por el hecho de que una parte de la pareja quiere poner de estado que está en una relación y la otra persona no lo quiere hacer público, que nada tiene que ver con el amor que pueden sentir la una por la otra, simplemente son maneras diferentes de exponer la vida real dentro de la vida virtual.

No todos los efectos de Facebook en nuestro bienestar son malos. Como toda práctica, si se realiza con moderación puede tener efectos positivos. Según artículos de expertos los usuarios de Facebook que utilicen poco la red social pueden llegar a subir su autoestima. Por ejemplo, un estudio publicado por el *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking journal*, llega a la conclusión que como solemos mostrar en Facebook nuestras mejores cualidades, la observación de

nuestro perfil durante 3 minutos nos sube la autoestima porque al fin y al cabo nos hace reflexionar día a día sobre nuestros puntos positivos y los exponemos a los demás. El problema empieza cuando se reflexiona demasiado sobre esto y se quiere quedar tan bien delante de los demás que hay quien llega a mentir y a realizar una personalidad virtual distinta a la de su vida real.

Es importante indicar que el aumento de la banda ancha móvil en diferentes países, entre ellos el nuestro ha influido en la frecuencia de conexión de los usuarios de las redes sociales. El informe pone de manifiesto que más de un millón de personas están conectadas de forma continua a ellas. Según el estudio antes citado de la Online Dating University (España), el 50% de los más de 500 millones de usuarios de Facebook se conecta regularmente a la red. De estos 500 millones de usuarios, 250 millones se suele conectar desde un dispositivo móvil y estos son el doble de activos en Facebook que los que no tienen Internet en su teléfono.

Es evidente que todo el tiempo que se gasta permaneciendo conectados a Internet y a las redes sociales no es invertido en hacer otras cosas en la vida real y este hecho perjudica a la personalidad, haciéndola más introvertida y acostumbrando al ser humano a entablar conversaciones a través de la pantalla y no cara a cara.

La comunicación virtual puede sustituir a la virtual. Según la psicóloga Mansi Hasan hay muchas partes de la interacción que no son completamente sustituibles por una interacción virtual. La conexión entre dos personas depende de la información verbal pero también de la no verbal. Según ella la conexión real y profunda requiere de encuentros en persona.

Hay otros aspectos que debemos considerar, el contacto físico segrega oxitocina, la hormona del bienestar (y placer). Cuando nos sentimos mal y

alguien nos abraza esta permite que nos sintamos mejor y algo reconfortados. Un abrazo virtual (un emoticono) puede tener esa misma intención pero no desencadenará la misma respuesta en el que la recibe.

Perdemos mucha información en una interacción por Internet, no podemos sacar información de las pistas del lenguaje no verbal, como son la mirada, la postura corporal, los movimientos o también el tono de voz. Aún con la evolución de los emoticonos esto no se ha podido compensar.

Hablar por teléfono o chatear por ejemplo no nos hace sentir tan bien como intercambiar una sonrisa en persona. Esto se debe a que mucho de lo que procesamos es gracias a la visión y al carecer de ella perdemos claves para juzgar, por ejemplo, si una emoción es genuina, sin embargo contaremos con la clave del tono verbal.

Es necesario tener en cuenta que el contacto virtual no nos prepara mejor para un encuentro real. Mucha gente utiliza este tipo de contactos para evitar el contacto real cara a cara, en estos casos lo cierto es que estamos evitando enfrentarnos a ese contacto real.

En un encuentro virtual tenemos tiempo para pensar y responder a las preguntas, cambiar frases, ocultar información. Además podemos ocultar rasgos que nos desagradan o nos avergüenza, tics, sonidos raros al hablar, sonrojarnos o sudar. Lo que hace el contacto virtual tan exitoso es que nos permite evitar el miedo a las reacciones de los demás, evitar ese encuentro que anticipamos va a ser negativo.

Además los contactos sociales por Internet son más fáciles, más rápidos. Tenemos más relaciones por Internet pero también más superficiales. En Internet no se sabe que es cierto y que no. Una persona puede hacerse pasar por quien desee al igual que muchas otras.

Otro fenómeno que está siendo desencadenado por las redes sociales es la amistad “performance”, es decir amistades que solo se tienen para aparentar una imagen, como una actuación en la que las amistades son el público. La vida se proyecta en las redes sociales solo para ser evaluada, comentada por otros, sin más profundidad, como una necesidad de aprobación de uno mismo, mientras que en las amistades en persona el sujeto realmente comparte con más profundidad y busca algo más de la interacción, se es más genuino y real en persona de lo que promueve y facilita el Internet.

Pero por supuesto si el sistema se mantiene es porque tiene sus ventajas, a parte de la rapidez de la interacción, la comunicación escrita suele ser más precisa, porque tenemos tiempo de plasmar correctamente lo que queremos decir, sin que se vea dilucidado por emociones. La comunicación escrita permite evitar confusiones en ocasiones, pero en contraposición a veces tener mucho contacto virtual puede hacer que acabemos devaluando o menospreciando a las amistades reales. El contacto por Internet es muy conveniente pues es flexible en las horas a las que podemos iniciar una conversación, además nos permite iniciar y terminar una relación cuando queramos sin mayor compromiso.

Es de vital importancia diferenciar. Una cosa es tener una amistad de toda la vida que se va fuera y mantener el contacto vía Internet y otra es conocer a alguien ya de primeras por Internet. En el primer caso el Internet es una gran herramienta que permite mantener más cercana la amistad, o por ejemplo la relación de pareja cuando hay que separarse. Pero cuando el contacto se inicia ya virtualmente, este tipo de relación se postula no puede alcanzar las mismas expectativas de profundidad.

Es decir existen dos tipos de uso de estos sistemas sociales, la gente que usa las redes sociales y el Internet como complemento a su vida social real (fuera de la red) y los que sustituyen el contacto en persona por el contacto online. El Internet, y en especial las redes sociales permiten el

acceso a nuevas ideas, diferentes culturas, expande los horizontes de contactos que podríamos tener en la vida real y nos permite manejar más información y más rápido. Pero todo ese tiempo que se le dedica es tiempo que se resta de situaciones sociales fuera de la red. Además es sabido que el uso prolongado de estas redes puede incidir negativamente sobre las habilidades sociales de una persona y dañar las relaciones fuera de la red, ya que cuando una persona vuelca todo en la red, su mundo se internaliza, y sorprendentemente esto puede tener consecuencias negativas para la salud.

El tipo de vida social que ofrecen las sociedades virtuales puede ser como una especie de videojuego sofisticado que engancha, vicia y desconecta de la realidad, de forma que puede haber gente que tiene muchos amigos en Facebook y contactos en Skype, y sin embargo lleva una vida solitaria entre sus familiares, vecinos y compañeros de estudio o de trabajo.

Ahora bien, en el espacio virtual las cosas se presentan de otro modo particular, pues él se compone de información en vez de materia. La información es extensa y difusa por lo que la interacción social a través de Internet tiene características muy particulares: en el ciberespacio el usuario no necesita “ver” al otro para comunicarse, la persona no tiene ningún indicio de la apariencia física de éste, su tono e inflexiones de voz, sus gestos, etc. Más aún, el individuo puede desconocer el país y la ciudad de proveniencia de su interlocutor. El único indicador que un usuario tiene de la imagen del otro es la representación que éste hace de si mismo a través de Internet. Así, mientras que en la “vida real” el sujeto no decide voluntariamente su nombre, su sexo, raza, edad, etc., es posible que en el ciberespacio la realidad sea distinta, allí el sujeto puede ser lo que él quiera o decida ser. Este aspecto volitivo en la construcción de la identidad virtual, que no está presente en el “yo” de la “vida real” determinaría una identidad ambigua, siendo muy discutible la autenticidad de las relaciones que ahí se atestiguan (Salazar, 2001).

Por tanto, se ha concluido que el hecho de poder exteriorizar por medio de los ordenadores aspectos heterogéneos del Yo, está configurando un “ethos posmoderno” cuyo valor radica en las identidades múltiples. Esto nos estaría llevando hacia una cultura de la simulación en la que se construyen identidades por efecto de la paulatina disolución de las fronteras entre lo real y lo virtual (Turkle, 1997)

2.3. Marco conceptual

2.3.1 Variable de estudio Narcisismo:

Raskin y Terry (1998) caracterizan a las personas narcisistas subclínicas como con tendencia hacia la grandiosidad, exhibicionismo, tendencia a defenderse en respuesta a las críticas, donde sus relaciones interpersonales se caracterizan por la explotación, la falta de empatía y la pretensión.

2.3.2 Variable de estudio Autoestima:

Coopersmith, Stanley (1967) considera a la autoestima como la parte evaluativa y valorativa de nosotros mismos, constituida por el conjunto de creencias y actitudes de una persona sobre sí mismo.

2.3.3 Variable Uso de Facebook:

Variable cualitativa que será medida mediante la ficha de datos sociodemográficos para determinar frecuencia de uso de Facebook así como objeto de uso de dicha red social.

CAPITULO III

RESULTADOS

Luego de haber realizado el análisis estadístico, los resultados de la presente investigación se presentan a continuación.

Tabla 1
Distribución por edad de los alumnos de una Universidad Particular de Trujillo

Edad	N	%
Entre 16 a 19 años	145	38,6
Entre 20 a 30 años	231	61,4
Total	376	100.0

Nota: En la Tabla 1, se aprecia que el 61.4% representa a alumnos cuyas edades oscilan entre 20 a 30 años de edad.

Tabla 2

Distribución por sexo de los alumnos de una Universidad Particular de Trujillo

Sexo	N	%
Femenino	215	57,2
Masculino	161	42,8
Total	376	100.0

Nota: En la Tabla 2 se observa que el mayor porcentaje de alumnos encuestados representado por 57.2% corresponde al sexo femenino.

Tabla 3
Distribución por carrera profesional de los alumnos de una
Universidad Particular de Trujillo

Carrera Profesional	N	%
Administración	41	10,9
Arquitectura	29	7,7
Ciencias de la Comunicación	13	3,5
Contabilidad	19	5,1
Derecho	42	11,2
Economía y Finanzas	3	0,8
Educación Inicial	5	1,3
Educación Primaria	1	0,3
Ingeniería Electrónica	7	1,9
Economía y Negocios Internacionales	1	0,3
Enfermería	10	2,7
Estomatología	17	4,5
Ing. Computación y Sistemas	15	4
Ing. Industrias Alimentarias	5	1,3
Ingeniería Industrial	21	5,6
Ingeniería Agrónoma	6	1,6
Ingeniería Civil	55	14,6
Ingeniería de Software	2	0,5
Ing Telecomunicaciones y Redes	2	0,5
Medicina Humana	59	15,7
Medicina Veterinaria y Zootecnia	7	1,9
Obstetricia	5	1,3
Psicología	11	2,9
Total	376	100.0

Nota: La Tabla 3 muestra la distribución por carrera profesional, de las cuales Medicina humana resulta ser la más numerosa constituyendo el 15.7% de la muestra total, en tanto la menos numerosa representada por el 0.3% de la muestra corresponde a la carrera de Educación Primaria al igual que Economía y Negocios Internacionales la cual constituye el 0.3%.

Tabla 4
Nivel de Narcisismo en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo

Nivel	N	%
Bajo	129	34,3
Medio	131	34,8
Alto	116	30,9
Total	376	100.0

Nota: En la tabla 4 puede apreciarse que el porcentaje de alumnos encuestados que suman los niveles medio y alto de Narcisismo (65.7%), es mayor que el porcentaje de alumnos que alcanza un nivel bajo del mismo.

Tabla 5

Nivel de Narcisismo según la dimensión Autoridad en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo

Indicador	Nivel	N	%
Autoridad	Bajo	107	28,5
	Medio	185	49,2
	Alto	84	22,3
Total		376	100,0

Nota: En la Tabla 5 se aprecia que el porcentaje de alumnos encuestados que suman los niveles medio y alto de la dimensión Autoridad de Narcisismo (71.5%), es mayor que el porcentaje de alumnos que alcanza un nivel bajo en la misma.

Tabla 6

Nivel de Narcisismo según la dimensión Exhibicionismo en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo

Indicador	Nivel	N	%
Exhibicionismo	Baja	109	29
	Media	182	48,4
	Alta	85	22,6
Total		376	100

Nota: En la Tabla 6 se observa que el porcentaje de alumnos encuestados que suman los niveles medio y alto de la dimensión Exhibicionismo de Narcisismo (71%) es mayor que el porcentaje de alumnos que alcanza un nivel bajo en la misma.

Tabla 7

Nivel de Narcisismo según la dimensión Superioridad en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo

Indicador	Nivel	N	%
Superioridad	Baja	112	29,8
	Media	115	30,6
	Alta	149	39,6
Total		376	100

Nota: En la Tabla 7 se observa que el porcentaje de alumnos encuestados que suman los niveles medio y alto de la dimensión Superioridad de Narcisismo (70.2%), es mayor que el porcentaje de alumnos que alcanza un nivel bajo en la misma.

Tabla 8

Nivel de Narcisismo según la dimensión Pretensión en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo

Indicador	Nivel	N	%
Pretensión	Baja	112	29,8
	Media	115	30,6
	Alta	149	39,6
Total		376	100

Nota: En la Tabla 8 se observa que el que el porcentaje de alumnos encuestados que suman los niveles medio y alto de la dimensión Pretensión de Narcisismo (70.2%), es mayor que el porcentaje de alumnos que alcanza un nivel bajo en la misma.

Tabla 9

Nivel de Narcisismo según la dimensión Explotación en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo

Indicador	Nivel	N	%
Explotación	Baja	146	38,8
	Media	114	30,3
	Alta	116	30,9
Total		376	100

Nota: En la Tabla 9 se observa que el porcentaje de alumnos encuestados que suman los niveles medio y alto de la dimensión Explotación de Narcisismo (61.2%), es mayor que el porcentaje de alumnos que alcanza un nivel bajo en la misma.

Tabla 10

Nivel de Narcisismo según la dimensión Autosuficiencia en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo

Indicador	Nivel	N	%
Autosuficiencia	Baja	135	35,9
	Media	131	34,8
	Alta	110	29,3
Total		376	100

Nota: En la Tabla 10 se observa que el porcentaje de alumnos encuestados que suman los niveles medio y alto de la dimensión Autosuficiencia de Narcisismo (64.1%), es mayor que el porcentaje de alumnos que alcanza un nivel bajo en la misma.

Tabla 11

Nivel de Narcisismo según la dimensión Vanidad en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo

Indicador	Nivel	N	%
Vanidad	Baja	114	30,3
	Media	139	37
	Alta	123	32,7
Total		376	100

Nota: En la Tabla 11 se observa que el porcentaje de alumnos encuestados que suman los niveles medio y alto de la dimensión Vanidad de Narcisismo (69.7%), es mayor que el porcentaje de alumnos que alcanza un nivel bajo en la misma.

Tabla 12
Nivel de Autoestima en alumnos de una Universidad particular de Trujillo

Nivel	N	%
Baja	212	56,4
Media	64	17
Alta	100	26,6
Total	376	100.0

Nota: En la Tabla 12 puede apreciarse que el 56.4% de la muestra presenta un Nivel de Autoestima baja.

Tabla 13

Nivel de Autoestima según la dimensión Ego Central en alumnos de una Universidad particular de Trujillo

Indicador	Nivel	N	%
Ego Central	Baja	198	52,7
	Media	73	19,4
	Alta	105	27,9
Total		376	100

Nota: En la Tabla 13 se observa que el 52.7% de alumnos encuestados presentan un nivel bajo en el indicador Ego Central de Autoestima

Tabla 14

Nivel de Autoestima según la dimensión Ego Social en alumnos de una Universidad particular de Trujillo

Indicador	Nivel	N	%
Ego Social	Baja	271	72,1
	Media	0	0
	Alta	105	27,9
Total		376	100

Nota: En la Tabla 14 se observa que el 72.1% de alumnos encuestados presentan un nivel bajo en el indicador Ego Social de Autoestima.

Tabla 15

Nivel de Autoestima según la dimensión Ego Académico-Laboral en alumnos de una Universidad particular de Trujillo

Indicador	Nivel	N	%
Ego Académico-Laboral	Baja	230	61,2
	Media	0	0
	Alta	146	38,8
Total		376	100

En la Tabla 15 se observa que el 61.2 % de alumnos encuestados presentan un nivel bajo en el indicador Ego Académico-Laboral de Autoestima.

Tabla 16

Nivel de Autoestima según la dimensión Ego Hogar Padres en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo

Indicador	Nivel	N	%
Ego Hogar Padres	Baja	242	64,4
	Media	0	0
	Alta	134	35,6
Total		376	100

Nota: En la Tabla 16 se observa que el 64.4 % de alumnos encuestados presentan un nivel bajo en el indicador Ego Académico-Laboral de Autoestima.

Tabla 17

Frecuencia de revisión de Facebook en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo

Indicador	Nivel	N	%
Frecuencia revisa su cuenta de Facebook en el transcurso de la semana	Un día a la semana	31	8,2
	De dos a tres días a la semana	55	14,6
	De cuatro a seis días a la semana	52	13,8
	Todos los días	238	63,3
Total		376	100

Nota: En la Tabla 17 se aprecia que el 63.3% de alumnos encuestados revisa su cuenta de Facebook todos los días de la semana.

Tabla 18

Horas diarias que se emplean en Facebook los alumnos de una Universidad Particular de Trujillo

Indicador	Nivel	N	%
Horas diarias que emplea en Facebook	Menos de 1 hora	126	33,5
	De 1 a 3 horas	143	38
	De 3 a 5 horas	61	16,2
	Más de 5 horas	46	12,2
Total		376	100

Nota: En la Tabla 18 se observa que el 38 % de alumnos encuestados emplea de 1 a 3 horas diarias para dar uso a la red social Facebook.

Tabla 19

Horas semanales que se emplean en Facebook los alumnos de una Universidad Particular de Trujillo

Indicador	Nivel	N	%
Horas semanales que emplea en Facebook	Menos de 3 horas	70	18,6
	De 3 a 7 horas	132	35,1
	De 7 a 14 horas	91	24,2
	Más de 14 horas	83	22,1
Total		376	100

Nota: En la Tabla 19 se observa que el 35.1 % de alumnos encuestados emplea de 3 a 7 horas semanales para dar uso a la red social Facebook, en tanto un 24.2% emplea de 7 a 14 horas para el mismo fin.

Tabla 20

Número de amigos que tienen en Facebook los alumnos de una Universidad Particular de Trujillo

Indicador	Nivel	N	%
Número de amigos que tiene en Facebook	Menos de 100	31	8,2
	Entre 101 y 300	112	29,8
	Entre 301 y 500	82	21,8
	Más de 500	151	40,2
Total		376	100

Nota: En la Tabla 20 se observa que el 40.2 % de alumnos encuestados cuenta con más de 500 amigos en su cuenta de Facebook.

Tabla 21

Número de fotos que tienen en Facebook los alumnos de una Universidad Particular de Trujillo

Indicador	Nivel	N	%
Número de fotos que tiene en su cuenta de Facebook	Menos de 100	146	38,8
	Entre 101 a 300	120	31,9
	Entre 301 a 500	63	16,8
	Más de 500	47	12,5
Total		376	100

Nota: En la Tabla 21 se observa que el 38.8 % de alumnos encuestados tiene menos de 100 fotos en su cuenta de Facebook, en tanto un 31.9% cuenta con un promedio entre 101 a 300 fotos.

Tabla 22

Contrastación De Hipótesis - Prueba Gamma entre Dimensiones de Narcisismo y uso de Facebook en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo

Variables		Indicadores							Nivel de Narcisismo
		Autoridad	Exhibicionismo	Superioridad	Pretensión	Explotación	Autosuficiencia	Vanidad	
Frecuencia revisa su cuenta de Facebook en el transcurso de la semana	Gamma	0,025	0,077	-0,026	-0,052	0,207	-0,004	0,098	0,091
	Probabilidad	0,734	0,317	0,727	0,495	0,004	0,954	0,173	0,205
	Significancia	No significativo	No significativo	No significativo	No significativo	No significativo	No significativo	No significativo	No significativo
Horas diarias emplea en Facebook	Gamma	0,067	0,083	-0,048	0,021	0,118	-0,046	0,127	0,072
	Probabilidad	0,333	0,214	0,466	0,755	0,076	0,500	0,041	0,271
	Significancia	No significativo	No significativo	No significativo	No significativo	No significativo	No significativo	Significativo	No significativo
Horas semanales emplea en Facebook	Gamma	0,085	0,061	-0,052	-0,020	0,145	-0,048	0,145	0,067
	Probabilidad	0,189	0,345	0,413	0,759	0,022	0,470	0,015	0,293
	Significancia	No significativo	No significativo	No significativo	No significativo	Significativo	No significativo	Significativo	No significativo
Número de amigos tiene en Facebook	Gamma	0,178	0,268	0,182	0,091	0,147	-0,105	0,256	0,290
	Probabilidad	0,007	0,000	0,006	0,180	0,024	0,109	0,000	0,000
	Significancia	Altamente significativo	Altamente significativo	Altamente significativo	No significativo	Significativo	No significativo	Altamente significativo	Altamente significativo
Número de fotos tiene en su página de Facebook	Gamma	0,077	0,267	0,074	0,001	0,057	-0,104	0,089	0,175
	Probabilidad	0,275	0,000	0,258	0,989	0,373	0,124	0,152	0,009
	Significancia	No significativo	Altamente significativo	No significativo	No significativo	No significativo	No significativo	No significativo	Altamente significativo

Nota: En la Tabla 22 se aprecia que existe correlación Significativa entre las horas semanales que los alumnos de una Universidad Privada de Trujillo emplean para dar uso a la red social Facebook y las dimensiones Explotación y Vanidad de Narcisismo. Además se observa que existe correlación altamente significativa entre el número de amigos que tienen los alumnos en Facebook y las dimensiones Autoridad, Exhibicionismo, Superioridad y Vanidad; de igual manera el número de amigos en Facebook presenta una correlación significativa con la dimensión Exhibicionismo. En la misma tabla se aprecia que el número de fotos que tienen los alumnos en su cuenta de Facebook presenta una relación altamente significativa con la dimensión Exhibicionismo de la prueba que mide Narcisismo.

Tabla 23

Contrastación De Hipótesis - Prueba Gamma entre Dimensiones de Autoestima y uso de Facebook en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo

Variables		Indicadores				Nivel de Autoestima
		Ego Central	Ego Social	Ego Académico-Laboral	Ego Hogar Padres	
Frecuencia revisa su cuenta de Facebook en el transcurso de la semana	Gamma	-0,177	0,027	0,159	-0,076	0,069
	Probabilidad	0,024	0,786	0,096	0,436	0,417
	Significancia	Significativo	No significativo	No significativo	No significativo	No significativo
Horas diarias emplea en Facebook	Gamma	-0,013	0,099	-0,117	-0,167	-0,081
	Probabilidad	0,847	0,277	0,153	0,045	0,260
	Significancia	No significativo	No significativo	No significativo	Significativo	No significativo
Horas semanales emplea en Facebook	Gamma	-0,015	-0,190	0,018	-0,174	-0,046
	Probabilidad	0,819	0,026	0,819	0,032	0,497
	Significancia	No significativo	Significativo	No significativo	Significativo	No significativo
Número de amigos tiene en Facebook	Gamma	-0,159	-0,393	0,110	-0,044	0,089
	Probabilidad	0,020	0,000	0,177	0,603	0,212
	Significancia	Significativo	Altamente Significativo	No significativo	No significativo	No significativo
Número de fotos tiene en su página de Facebook	Gamma	0,051	-0,219	0,030	-0,111	0,042
	Probabilidad	0,451	0,010	0,712	0,171	0,544
	Significancia	No significativo	Significativo	No significativo	No significativo	No significativo

Nota: En la Tabla 23 se aprecia que existe correlación Significativa entre la Frecuencia de revisión de la cuenta de Facebook en el transcurso de la semana y la dimensión Ego Central del cuestionario de Autoestima. Además se observa que existe correlación significativa entre el número de horas diarias que emplean los universitarios en el uso de Facebook y la dimensión Ego Hogar Padres. De igual manera se aprecia que existe relación significativa entre el número de horas semanales y la dimensión Ego Social. El número de amigos que tienen los alumnos en Facebook presenta una correlación altamente significativa con la dimensión Ego Académico Social así como relación significativa con la dimensión Ego Central. En la misma tabla se aprecia que el número de fotos que tienen los alumnos en su cuenta de Facebook presenta una correlación significativa con la dimensión Ego Social

CAPITULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Luego de haber realizado el análisis estadístico procederemos a contrastar las hipótesis las cuales argumentaremos según nuestro marco teórico y antecedentes.

Se acepta parcialmente la hipótesis que dice: Existe relación entre el indicador horas semanales que emplea en Facebook y las dimensiones (Autoridad, Exhibicionismo, Superioridad, Pretensión, Explotación, Autosuficiencia, Vanidad) de narcisismo en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo, ya que dentro del análisis estadístico se estableció relación significativa entre el indicador número de horas semanales que emplea en Facebook y la dimensión Explotación de Narcisismo.

Esto nos indica que existe una relación entre el tiempo semanal que emplean los alumnos de una universidad privada de Trujillo y la expresión de conductas manipulativas con el entorno que les rodea, así como establecimiento de relaciones interpersonales donde se tiende a sacar provecho de los demás acompañado de un trato despectivo hacia los mismos.

Es decir los alumnos emplean determinadas horas semanales haciendo uso de la red social Facebook en la medida que esta variable les permita cubrir sus necesidades de ejercer dominio sobre su entorno, tomar beneficio de lo que otros poseen para lograr sus propios objetivos, ejerciendo poder y sometimiento con tal de recibir el respeto que creen merecer de los demás de forma continua, lo que permite predecir esta conducta en las etapas subsiguientes y en los distintos ámbitos.

Esto se puede corroborar en la investigación realizada por Tarazona Luján (2013), el cual encontró una relación positiva entre frecuencia de uso del Facebook (horas semanales) y el área de Explotación, indicando que aquellos que usan más esta red tienden a controlar su entorno haciendo uso de actitudes caprichosas y autoritarias.

La Explotación puede ser reforzada por la condición que propone el Facebook, pues permite libertad de expresión; se puede criticar arduamente a un grupo o también adorarlo: se pueden crear eventos para demostrar la disconformidad con algunos hechos que suceden en la actualidad (ambientales, políticos, entre otros), en ocasiones se llega a extremos al promover conductas no aprobadas para la seguridad ciudadana. En este sentido, cabe la hipótesis de que favorezca la elección de respuestas agresivas.

Dentro de esta misma hipótesis se aprecia según el análisis estadístico que existe relación significativa entre el indicador horas semanales que se emplea en Facebook y la dimensión Vanidad de Narcisismo.

Ello nos indica que existe relación entre el número de horas semanales que emplea un alumno en Facebook y la necesidad de comprobar cómo los demás responden a la imagen que éste proyecta, pudiendo emplear una cantidad significativa de su tiempo en actividades propias de esta red como son el verificar el número de likes que recibe en su cuenta, actualizar su estado, publicar en su muro, lo cual se centraría en el objeto de aumentar su ego.

Como nos indica los datos del estudio, coordinado por la investigadora Soraya Mehdizadeh (2010), los que se basan en una encuesta realizada a estudiantes de entre 18 y 25 años sobre el uso que le dan a la red social Facebook, y la aplicación de un test psicológico para averiguar si eran vanidosos y engreídos y en qué medida buscaban atención. Las conclusiones mostraron que existe una relación positiva entre el nivel de narcisismo detectado por la prueba, el número de veces al día y las horas semanales que empleaban los estudiantes para chequear su perfil en la red social y para actualizarlo.

Según otro estudio realizado por investigadores de la Universidad de Michigan (2013) que explora las redes sociales en internet; aplicaciones

como Facebook aumentan el narcisismo de las personas. El estudio fue realizado por Elliot Panek, Yioryos Nardis y Sara Konrath.

Estos investigadores encontraron que, entre los jóvenes estudiantes universitarios, aquellos que puntuaban alto en ciertos indicadores de narcisismo publicaban y empleaban más horas durante la semana en Facebook. Según estos investigadores, Facebook funciona como un espejo para los narcisistas señalando que al emplearlo "se trata reparar tu propia imagen, cómo eres visto y además comprobar cómo los demás responden a esta imagen", dice Panek.

Se acepta parcialmente la hipótesis que dice: El indicador número de amigos en Facebook se relaciona con las dimensiones (Autoridad, Exhibicionismo, Superioridad, Pretensión, Explotación, Autosuficiencia, Vanidad) de narcisismo en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo, pues dentro de análisis estadístico se estableció relación altamente significativa entre el indicador número de amigos en Facebook y el indicador Autoridad de Narcisismo

Esto nos indica que existe una relación entre la cantidad de solicitudes de amistad aceptadas en la cuenta de Facebook y la expresión de habilidades para influir en los demás, ejercer un tipo de liderazgo dictador continuo en el ambiente donde se desenvuelven así como manifestación de seguridad y poder.

Es decir los alumnos aceptan determinada cantidad de solicitudes de amistad y por ende cuenta con un número concreto de amigos en Facebook en la medida que esta variable les permita realizar juicios críticos, demostrar autoconfianza y capacidad de mando, dominio y liderazgo, así como el ser reconocidos como autoridad y figura imponente.

Es altamente probable que el elevado número de contactos virtuales en la red social se asocie a aspectos vinculados con la autoridad, considerando que Facebook es una herramienta donde uno puede acceder al registro de

la información con su entorno, las personas tienden a revisar y a hacer seguimiento en las actividades de otros, dando diferentes opiniones, ello les da la facultad de expresarse libremente y en ocasiones poder manifestar rasgos de su personalidad dominante. Esta característica se puede ver reforzada si el comentario que hicieron a una determinada publicación recibe determinado número de “likes o me gusta”, o si otras personas al emitir otro comentario refuerza su punto de vista.

Como se indica en la investigación realizada por Tarazona Luján (2013) el cual empleando el Inventario de Personalidad Narcisista (NPI) y relacionándolo con el uso de Facebook en alumnos de universidades de la ciudad de Lima llega a la conclusión que existe una gran probabilidad que los períodos prolongados de conexión virtual y el elevado número de contactos se asocien a ciertos aspectos vinculados a la autoridad, particularmente a la dominancia, capacidad de liderazgo, juicios críticos y autoconfianza.

Estos datos se aprecian contrastando la información descrita en la Tabla 20 donde el 40.2% tiene más de 500 amigos en Facebook y la tabla 5 en donde sumando los niveles moderado y alto encontramos que un 71.5% de la población expresa Autoridad, lo cual nos permite inferir resultados similares con la investigación realizada por Tarazona Lujan (2013)

En esta misma hipótesis se aprecia relación altamente significativa entre el indicador número de amigos en Facebook y la dimensión Exhibicionismo de Narcisismo.

Esto nos indica que existe una relación entre la cantidad de solicitudes de amistad aceptadas en la cuenta de Facebook y la posibilidad de mostrar conductas como presumir de logros, atributos físicos e intelectuales así como conquista de retos y metas.

Es decir los alumnos cuentan con determinada cantidad de amigos en Facebook en la medida que esta variable les permita mostrar su

singularidad y ser objeto de atención de los demás, recibiendo elogios por parte de los mismos o reconocimientos de distinta índole. Pudiendo asociarse el hecho de que al contar con una cantidad considerable de amigos así estos se conozcan en la vida cotidiana o sólo sea un contacto virtual, éstos puedan visualizar el perfil de los alumnos evaluados, contactarse con ellos y emitir algún juicio valorativo u opinión que engrandezca y satisfaga su necesidad de exhibicionismo.

Las personas que cuenten con muchos amigos en Facebook tendrán la posibilidad de buscar en ellos la reafirmación de las cualidades que creen tener y captar el interés que creen merecer de parte de otros.

Como se indica en el estudio llevado a cabo por Investigadores de la Universidad estadounidense de Western Illinois los cuales han estudiado el comportamiento de 294 estudiantes, de entre 18 y 65 años, y han identificado en ellos dos de las características más perjudiciales de la personalidad narcisista entre las cuales resalta el exhibicionismo exagerado que incluye excesiva admiración por sí mismo, vanidad, superioridad, y tendencias exhibicionistas. Las personas que tienen esta característica muy marcada necesitan ser siempre el centro de atención por lo que recurren a expresiones impresionantes o inapropiadas que impiden que puedan ser ignorados.

Por otro lado, pueden considerar que merecen el respeto de los demás continuamente y un deseo de manipular y aprovecharse de los otros. Los resultados aportados por el estudio indican que cuanto mayor es la puntuación de este indicador en el test de personalidad narcisista, mayor es el número de personas agregadas en Facebook, alcanzando en algunos casos los 800 amigos.

De igual manera el investigador Isidro Maya (2010), psicólogo social y analista de redes sociales de la Universidad de Sevilla, explicó a BBC Mundo que lo que en la práctica revela nuestra personalidad en internet es nuestro grado de interacción con otros perfiles. Según esta investigación la

personalidad "exhibicionista" tiende a aceptar cualquier invitación de amistad (cuanta más audiencia mejor) y a actualizar continuamente su perfil sin interaccionar mucho con los demás.

Estos datos se pueden apreciar contrastando la información descrita en la Tabla 20 donde el 40.2% tiene más de 500 amigos en Facebook y la tabla 6 en donde sumando los niveles moderado y alto encontramos que un 71 % de la población expresa Exhibicionismo, lo cual nos permite inferir resultados similares con la investigación realizada por la Universidad estadounidense de Western Illinois.

En la presente hipótesis también se encuentra relación altamente significativa entre el número de amigos en Facebook y la dimensión Superioridad de Narcisismo.

Esto nos indica que existe una relación entre la cantidad de solicitudes de amistad aceptadas en la cuenta de Facebook y la facilidad para la expresión de conductas como el considerarse superior a los demás y merecer un trato especial de parte de otros.

Es decir los alumnos cuentan una cantidad considerable de amigos en Facebook en tanto que este factor permita que ellos puedan dar a conocer su cualidad de seres extraordinarios, dotados de gran capacidad para enfrentar todo tipo de demandas y a su vez recibir el reconocimiento y halago por parte de los amigos que puede tener dentro de esta red social y general en su vida cotidiana.

De igual manera al tener una gran necesidad de sentirse aprobados y admirados por los demás, quienes, sin duda, tienen que saber lo maravillosos que son. Sienten que merecen una gran admiración y respeto por parte de ellos, de quienes esperan que deseen de buena gana satisfacer sus deseos y darles un trato especial, demostrando aires de grandeza y necesidad de dominio de su entorno y relaciones sociales tomando provecho del número de amigos o contactos que llega a tener en

su cuenta de Facebook para satisfacer estas necesidades, demostrándose una vez más que las personas que presentan estos rasgos de personalidad narcisista son precisamente las que más amigos virtuales tienen.

El análisis mencionado anteriormente se puede contrastar con el estudio de Carol Craig(2013), investigadora social y jefa ejecutiva de un centro de Confianza y Bienestar, quien ha explicado que los jóvenes británicos se están volviendo cada vez más narcisistas y que Facebook está proporcionando la plataforma para estos desórdenes. En sus conclusiones señala que los estudiantes de edades comprendidas entre 18 y 35 años que tendían aceptar mayor cantidad de solicitudes de Facebook y por ende tenían más amigos en su cuenta presentaban un alto afán por autopromocionarse.

Para contrastar esta información podemos remitirnos al análisis de la Tabla 20 donde el 40.2% tiene más de 500 amigos en Facebook y la tabla 7 en donde sumando los niveles moderado y alto encontramos que 72.2% de la población expresa Superioridad.

En esta hipótesis también se evidencia relación significativa entre el indicador número de amigos en Facebook y la dimensión Explotación de Narcisismo.

Es decir que la cantidad de amigos en Facebook con los que cuentan los alumnos de la universidad en estudio es proporcional a la facilidad que ellos consideran tener para que a través de esta red social puedan satisfacer necesidades como las de ejercer dominio sobre su entorno, aprovechar los recursos de otros para lograr sus propios objetivos y ejercer sometimiento.

Cuantos más amigos se tenga en esta red social, existirá mayor probabilidad de ejercer explotación interpersonal, ya que las personas con rasgos de personalidad narcisista tienden a mostrar este patrón conductual en sus relaciones sociales. Este comportamiento se puede explicar en las

necesidades insatisfechas que estas personas pueden haber sufrido en las primeras etapas de su desarrollo humano.

Como indica de la teoría Gestalt, citando a Yontef (1993) el cual propone que el narcisista no fue visto en sus necesidades afectivas cuando era niño, lejos de eso, fueron utilizados al servicio de las necesidades de sus padres, los cuales, no les consideraron como personas individuales con sus verdaderas necesidades valoradas. El niño que ha sufrido esta falta de empatía vive subjetivamente de imágenes grandiosas e idealizadas para proteger su verdadero sí mismo. El narcisista fue un niño cuyos sentimientos no fueron reconocidos ni respetados, por lo tanto traslada este comportamiento a su ámbito social.

Un estudio que avala esta hipótesis es el realizado por la Universidad de Western Illinois (2011) y la publicación del Portal Sky News de noticias británico donde muestran que las personas que más amigos virtuales tienen en Facebook, responden con más agresividad a comentarios despectivos que reciben en las redes sociales junto a una actitud arrogante relativa a los propios derechos que contrastan con un relación de explotación hacia los demás.

Esto se evidencia en el análisis de la tabla 20 donde el 40.2% tiene más de 500 amigos en Facebook y la tablas 9, en donde sumando los niveles moderado y alto encontramos que el 61.2% de la muestra presenta expresión del indicador Explotación.

Dentro de la misma hipótesis se demuestra relación altamente significativa entre el número de amigos en Facebook la dimensión Vanidad de Narcicismo.

Es decir existe relación entre el número de solicitudes de amistad aceptadas y la oportunidad de mostrar atributos físicos de los cuales esto alumnos puedan presumir a través del contacto con un mayor número de personas, las mismas que tendrán acceso a la revisión de su perfil y a la

opción de emitir algún comentario que refuerce el grado de vanidad que estos presenten.

Como indica Panek (2013) en un estudio realizado para analizar la relación entre indicadores de narcisismo y el uso de redes sociales, en el cual concluye que el uso de la red social Facebook se explica en el hecho de que las personas tratan reparar su propia imagen, cómo es visto y además comprobar cómo los demás responden a esta imagen, mientras más audiencia reciban, su comportamiento vanidoso se verá más reforzado.

Se acepta parcialmente la hipótesis: Existe relación entre el indicador número de fotos en Facebook y las dimensiones (Autoridad, Exhibicionismo, Superioridad, Pretensión, Explotación, Autosuficiencia, Vanidad) de narcisismo en alumnos de una universidad particular de Trujillo, pues existe relación significativa entre el indicador número de fotos que posee un alumno en su cuenta de Facebook y la dimensión Exhibicionismo de Narcisismo.

Es decir que existe relación entre el número de fotos que un alumno sube y publica en su cuenta de Facebook y la posibilidad de mostrar conductas presumidas que abarquen las esferas personal, social y laboral que pertenecen a la vida cotidiana de cada alumno; como pueden ser el dar a conocer el cumplimiento metas a corto y largo plazo de manera recurrente, haciendo alarde exagerado de estos logros.

Es decir los alumnos cuentan publican determinada cantidad de fotos en su cuenta Facebook en la medida que esta variable les permita mostrar su peculiar singularidad y con el afán de mostrarse como personas exitosas así como recibir reconocimiento por parte de otros al haber alcanzado sus objetivos, tratando de ser en lo posible el centro de atención frente a otras personas.

Al ser Facebook una herramienta de Internet que permite escribir comentarios en cada foto publicada, emitir opiniones y brindar felicitaciones

de distinto modo; constituye una opción de fácil acceso para satisfacer las necesidades anteriormente mencionadas y que mejor forma que hacerlo publicando información visual que suele ser el tipo de comunicación que ejerce mayor impacto genera y mayores emociones despierta en el ser humano.

Esta hipótesis puede ser sustentada según un estudio realizado por Carpenter (2013) en el que considera a personas que mostraron “comportamientos de autopromoción en Facebook”, como actualizar su estado, subir un número significativo de fotos e información personal, además de varios comportamientos que incluyen buscar demasiado apoyo social, como individuos que tienden a aceptar más invitaciones de amistad de perfectos desconocidos, publican con mayor frecuencia en sus muros, cambian su perfil de manera continua, y publican una gran cantidad de fotografías solo para llamar la atención, demostrando características exhibicionistas, ya que actividades de este tipo se mostrarían a toda la red de contactos asociados a la persona.

Se acepta parcialmente la hipótesis que dice: El indicador frecuencia de revisión de Facebook se relaciona con las dimensiones (Ego central, Ego social, Ego Hogar Padres, Ego académico laboral) de autoestima en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo, ya que dentro del análisis estadístico se estableció relación significativa entre el indicador frecuencia de revisión de Facebook y la dimensión Ego Central de Narcisismo.

Esto nos indica que existe una relación inversa entre la frecuencia semanal con que se revisa el perfil de Facebook y el nivel de Autoestima en el área personal que pueda presentar un alumno.

Es decir la frecuencia de revisión de la cuenta en la mencionada red social incide en la evaluación que el individuo realiza y con frecuencia mantiene de sí, en relación con su imagen corporal y cualidades personales, considerando su capacidad, productividad, importancia y dignidad.

Como lo señala un estudio realizado por el psicólogo Mudra Mukesh (2011), del Instituto de Empresa de Madrid, el cual arrojó que quienes revisaban constantemente durante la semana el estado de sus amigos en Facebook se calificaban negativamente a sí mismos en comparación a sus contactos en la red, por el contrario de quienes no habían usado el sitio recientemente.

Los "enganchados" a Facebook, aquellos que actualizan su perfil continuamente y que no pueden irse a dormir sin ver los últimos comentarios en su muro, son más inseguros que la media, según indica un reciente estudio realizado por la Universidad de York, en Canadá (2007).

Se acepta parcialmente la hipótesis que dice: Existe relación entre el indicador horas diarias que emplea en Facebook y las dimensiones (Ego central, Ego social, Ego Hogar Padres, Ego académico laboral) de autoestima a en alumnos de una universidad particular de Trujillo, pues dentro del análisis estadístico se estableció relación significativa entre el indicador número de horas que se emplea en Facebook y la dimensión Ego Hogar Padres.

Es decir se evidencia relación inversa entre el número de horas diarias que un alumno dedica a usar la red social Facebook y la evaluación que el individuo hace y frecuentemente mantiene con respecto a sí, en relación con sus interacciones con los miembros de su grupo familiar, su capacidad, productividad, importancia y dignidad, implicando un juicio personal manifestado en las actitudes asumidas hacia sí mismo.

El papel que juegan las familias en la crianza y fortalecimiento de los hábitos y de las habilidades es muy importante, ya que es el grupo primario de apoyo el que brinda el modelo para establecer adecuadas relaciones sociales en base a la creación y desarrollo de una adecuada autoestima, lo cual sólo se logra atendiendo a las necesidades no sólo físicas de sus hijos sino emocionales, en el tiempo y espacio que lo requieran, comunicándose efectivamente con ellos y prestando atención a sus demandas. Si la familia no actúa como apoyo base o como un sistema primordial que brinda

adecuada comunicación, retroalimentación apoyo y estrategias adecuadas de afrontamiento, el hijo recurrirá a otros medios que fomenten el aumento de su autoestima o sacien las necesidades emocionales que no son cubiertas en el hogar.

Todos estos factores en la vida real tienen un grado de constancia. Los familiares, amigos, jefes; tienden a reforzar o incentivar de acuerdo a una constante. No obstante en el uso de Facebook se da el criterio de inconstancia puesto que: Se tiene muchos “competidores”, se debe estar a la expectativa de cambiar para agradar a los demás, los “errores” en busca de refuerzo son evaluados de manera instantánea y deben ser resueltos de la misma forma; por tanto no se tiene criterio para hacer el cambio adecuado

En este sentido, Ison (2004), considera que el desarrollo de la autoestima y habilidades sociales tienen su base en las prácticas de crianza familiar, en la escucha activa, grado de protección, estilos de resolución de los problemas entre los miembros de la familia y en las estrategias autorregulatorias dentro del funcionamiento de la dinámica familiar. Actualmente las redes de apoyo primarias de los niños, jóvenes y adultos vienen a ser dadas desde la virtualidad y no desde lo afectivo, porque sus familias han estado ausentes/ocupadas en los negocios para ganar dinero y adquirir bienes y servicios que dotan de comodidad y placer y/o las familias han asumido una actitud de negligencia frente a las necesidades emocionales, de seguridad y protección de sus hijos, que pueden iniciar el afloramiento de problemáticas comportamentales, emocionales y sociales que pueden desencadenar en problemas de autoestima y evolucionar a trastornos psicológicos.

Para muchos jóvenes el tener acceso a este tipo de redes es como un desahogo ya que se les hace más fácil expresarse por este medio detrás de la computadora a interactuar personalmente, con anterioridad las familias eran más unidas se daban su espacio para platicar de sus cosas, sueños o circunstancias que los agobiaban. En la actualidad los jóvenes pasan la mayor parte del tiempo dentro de estos sitios web donde se

expresan sin temor a ser recriminados como pudiera llegar a ser con los padres cuando no están de acuerdo con algo, sin embargo no se cuestionan el hecho de que hay una línea muy delgada entre la realidad y lo fantasioso, entre el bien y el mal, en ocasiones llegan a poner en riesgo su integridad como personas ya que no necesariamente se limitan a tener contacto con conocidos, si no también lo hacen con personas que en su vida han visto pero por el simple hecho de pertenecer a cualquiera de estas redes sociales los hacen parte de su vida , les comparten sus gustos sus inquietudes, sus sueños y esto en muchos casos pone en riesgo la vida del joven y la de su familia ya que personas se basan en esta facilidad de acceso a la información para sacar ventaja de alguna manera.

Al presentarse carencia afectiva en el entorno familiar existirá mayor inestabilidad en el autoconcepto de los individuos que dan uso a las redes sociales virtuales de manera perenne; que no dependerá de lo que la persona crea de sí misma, ni del entorno cercano que le rodea y con los que tiene contacto directo cara a cara, sino de gente siempre “infiel”, es decir cambiante y con la que no se ha establecido contacto alguno, más que el de un simple “amigo” más dentro de la red virtual. Además de ello el distanciamiento entre familia e individuo ha traído problemas serios con la juventud como el uso de drogas y el alcohol, los mismos que se asocian a la falta de conversación con los padres, falta de consejos y calidad en la convivencia familiar. Los padres están incomunicados de sus hijos por el alejamiento inconsciente que estos emiten generado por la tecnología por lo tanto una de las principales probabilidades es que, de aumentar el uso disfuncional, aumente las conductas de aislamiento, con lo consiguiente las alteraciones en la dinámica familiar existiendo una relación directamente proporcional entre el aislamiento familiar y el uso de Facebook.

En una investigación nacional realizada por Tarazona Luján (2013) para determinar qué áreas evaluadas por el instrumento que mide Autoestima (Coopersmith) se relacionan con algunas de las variables utilizadas para evaluar el uso de Facebook específicamente se observó que a mayor cantidad de horas diarias de conexión con el Facebook, menor es la puntuación en el área de Autoestima denominada Ego Hogar Padres. Esto

permite inferir que las personas que pasan mayor tiempo conectados a la red tienden a no evaluarse como parte del grupo familiar; es probable que al interior del sistema familiar existan discrepancias de no fácil resolución, con la posibilidad de que esta sea una de las razones por las cuales los participantes dedican mayor tiempo esta red social. Es probable que a través de las redes sociales se obtenga la comunicación y soporte social necesario para enfrentar diversas situaciones entre las cuales puede estar presente un clima familiar que podría ser adverso.

Los puntajes obtenidos en el área Ego Hogar Padres presentan diferencias significativas. Los que pasan menos de una hora conectados a Facebook puntúan más alto que los que pasan entre tres a más de cinco horas. Es altamente probable que las personas, al sentirse bien en familia y pertenecientes al círculo familiar, pasarán más tiempo con esta sin necesidad de recurrir a la comunicación con sus amigos por Facebook ya que el soporte social lo puede encontrar en casa.

Se acepta parcialmente la hipótesis que dice: Existe relación entre el indicador horas semanales que emplea en Facebook y las dimensiones (Ego central, Ego social, Ego Hogar Padres, Ego académico laboral) de autoestima en alumnos de una Universidad Particular de Trujillo, ya que en el análisis estadístico se estableció correlación significativa entre el número de horas semanales y el indicador Ego Social.

Esto nos indica que existe una relación inversa entre el tiempo semanal dedicado al uso de la red social Facebook y el nivel de Autoestima en el área social que pueda presentar un alumno.

Es decir la el número de horas semanales que se emplean para dar uso a la mencionada red social incide en la valoración que el individuo realiza y con frecuencia mantiene con respecto a sí mismo en relación con sus interacciones sociales, considerando su capacidad, productividad, importancia y dignidad, lo cual igualmente lleva implícito un juicio personal que se manifiesta en las actitudes asumidas hacia sí mismo.

La autoestima a nivel social se construye en base a la calidad de las relaciones interpersonales que establezca un ser humano con su entorno, el cubrir la necesidad de pertenencia se logra gracias al instinto gregario que posee; pero no todas las personas se sienten parte importante de la sociedad donde se desenvuelven, los grados de pertenencia y aceptación social varían de una persona a otra en base a la autoestima que éstos hayan desarrollado desde etapas tempranas de su vida y de las experiencias previas que hayan tenido.

Dentro de la lógica de las relaciones “impersonales” (que no se dan cara a cara) se encuentra implícito que el sentido de importancia (autovaloración) se da en función de la cantidad de contactos que la persona mantiene; es decir que estará en función de si estos contactos lo admiran, lo siguen, lo halagan, lo reconocen o lo mencionan incluso en un comentario o conversación; constituyéndose como reforzadores impersonales.

Tal como señala la psicóloga Mansi Hasan (2014) en un estudio realizado por medio de una encuestadora virtual llamada Bado, en la cual analizó si el contacto real virtual podría sustituir al contacto real en jóvenes entre 16 y 30 años. Según este estudio la gente es más feliz y sonríe más (un 50% más) con contactos en persona, pero se incluye aquí el contacto vía webcam, luego la línea divisoria no está tan clara. A pesar de tener cientos (algunos incluso miles) de contactos en redes sociales lo cierto es que cuando les preguntaron, en la vida real solo consideraban como buenos amigos a un puñado de personas, unas diez si abarcamos un círculo más amplio, y son las personas con las que contactaban físicamente, cara a cara (además de en la red). Estas son las personas con las que saben que pueden contar y en las que más confían. Aún así seguían dedicando más tiempo a las amistades virtuales: los datos también nos indican que entre un 35% y un 39% de los jóvenes pasan más tiempo socializándose online que fuera de la red. El 24% de los encuestados admitieron aceptar solicitudes de amistad de gente que ni conocen ni les interesa y 1 de cada 3 americanos afirmó que le es más fácil conocer gente nueva por Internet que en persona.

Por lo tanto se deduce que hay muchas partes de la interacción que no son completamente sustituibles por una interacción virtual. La conexión entre dos personas depende de la información verbal pero también de la no verbal. Según ella la conexión real y profunda requiere de encuentros en persona.

Hay otros aspectos que debemos considerar, el contacto físico segrega oxitocina, la hormona del bienestar (y placer). Cuando estamos mal y alguien nos abraza esta permite que nos sintamos mejor y algo reconfortados. Un abrazo virtual (un emoticono) puede tener esa misma intención pero no desencadenará la misma respuesta en el que la recibe.

Perdemos mucha información en una interacción por Internet, no podemos sacar información de las pistas del lenguaje no verbal, como son la mirada, la postura corporal, los movimientos o también el tono de voz. Aún con la evolución de los emoticonos esto no se ha podido compensar. Por lo tanto se generan relaciones impersonales en vez de interpersonales.

Por otro lado cuando los seres humanos cuentan con un grupo social que refuerza sentimientos de aceptación suelen establecer relaciones adecuadas a nivel real, es decir cara a cara con el entorno que les rodea, mientras que cuando de su entorno perciben rechazo o escaso interés busca otros medios u otro tipo de relaciones “virtuales” que cubran los vacíos que experimenta en su esfera social. Es así que el pasar determinada cantidad de horas en Facebook puede verse íntimamente relacionado con la percepción que tenga el individuo de sí mismo en ésta esfera y de las necesidades que éste desea cubrir.

Como señala Amy Jo Kim al aplicar la pirámide de Maslow a las comunidades virtuales (Bowman y Willis, 2003: 39). Si atendemos a la comparación de la pirámide de Maslow offline con las necesidades cubiertas por las comunidades online, es curioso percatarse de cómo pueden proporcionar gratificaciones a diferentes niveles; en lo concerniente al fisiológico, a la seguridad, al social y a la autoestima. Es decir, formar parte de una comunidad virtual es poseer una identidad dentro de un

espacio virtual, sentir cierta seguridad porque existen unos límites de privacidad determinados, proporciona además el sentimiento de pertenencia a un grupo social, donde nuestras contribuciones pueden ser valoradas por otros y pueden potenciar la estima personal en los distintos ámbitos especialmente sociales. No obstante el contacto virtual no puede sustituir al contacto real por las razones anteriormente mencionadas; sólo personas que cuentan con una autoestima baja y un entorno social – familiar no favorable tienden a incurrir en la búsqueda de una identidad personal en el mundo online que lamentablemente conlleva a relaciones impersonales, engañosas y dependientes por lo general de este entorno virtual.

El contacto virtual no nos prepara mejor para un encuentro real. Mucha gente utiliza este tipo de contactos para evitar el contacto real cara a cara, en estos casos lo cierto es que estamos evitando enfrentarnos a ese contacto real.

En un encuentro virtual tenemos tiempo para pensar y responder a las preguntas, cambiar frases, ocultar información. Además podemos ocultar rasgos que nos desagradan o nos avergüenza, tics, sonidos raros al hablar, ponernos rojos o sudar. Lo que hace el contacto virtual tan exitoso es que nos permite evitar el miedo a las reacciones de los demás, evitar ese encuentro que anticipamos va a ser negativo.

Además los contactos sociales por Internet son más fáciles, más rápidos, por lo que también pueden verse favorecidos en los casos en los que da “pereza” quedar. Tenemos más relaciones por Internet pero también más superficiales.

Otro fenómeno que está siendo desencadenado por las redes sociales es la amistad “performance”, es decir amistades que solo se tienen para aparentar una imagen, como una actuación en la que las amistades son el público. La vida se proyecta en las redes sociales solo para ser evaluada, comentada por otros, sin más profundidad, como una necesidad de aprobación de uno mismo, mientras que en las amistades en persona el

sujeto realmente comparte con más profundidad y busca algo más de la interacción, se es más genuino y real en persona de lo que promueve y facilita el Internet.

Pero por supuesto si el sistema se mantiene es porque tiene sus ventajas, aparte de la rapidez de la interacción, la comunicación escrita suele ser más precisa, porque tenemos tiempo de plasmar correctamente lo que queremos decir, sin que se vea dilucidado por emociones. La comunicación escrita permite evitar confusiones en ocasiones, pero en contraposición a veces tener mucho contacto virtual puede hacer que acabemos devaluando o menospreciando a las amistades reales.

Dentro de esta misma hipótesis se establece relación significativa entre el indicador número de horas semanales y Ego Hogar Padres.

Esto nos indica que existe relación entre el tiempo semanal que dedica un alumno de la universidad en estudio y la autoestima que presente en base al tipo y calidad de relación que mantiene con su círculo familiar.

Como se señaló anteriormente al establecer la relación de número de horas diarias que se emplea en Facebook con el sentimiento de protección y pertenencia dentro del grupo familiar; el número de horas durante la semana se relaciona de forma similar, ya que el individuo no sólo recurría una vez al día para dar uso a esta red al no evaluarse como parte del grupo familiar sino que lo haría de forma continua durante toda la semana en la medida que el tiempo que emplee para establecer contacto virtual con otras personas permita saciar necesidades básicas que no son cubiertas por el grupo primario de apoyo. Al producirse esta conducta el individuo pierde oportunidades de adquirir modelos y roles de hermano, hijo, etc.

Como señalan Nicholas K. Christakis y James H. Fowler (2009) Al comparar la pirámide de Maslow a la esfera virtual, encontramos que tienen relación con la teoría de los usos y gratificaciones: Diversión (la red social virtual cubre la necesidad de satisfacción a nivel personal y distracción), Relaciones Sociales (permite incluirse dentro de un grupo de personas afines y poseer un sentido de pertenencia donde ejercer un rol), Identidad

(cubre aspectos físico y psicológicos de la persona que se proyectan a través de las impresiones publicadas en nuestra red social).

Un estudio realizado por Cruzado, Matos y Kendall (2006) citado en Herrera, María., Pacheco María., Palomar, J., Zavala, D (2010) donde analizaron el perfil del tipo de adicto a redes sociales y los factores de Autoestima; encontraron que 80% de sus sujetos adictos tenían una historia de disfunción familiar, también detectaron tendencias al aislamiento social, patrones de evasión de la realidad y otras anomalías tanto conductuales como químicas, como predisposición a la depresión, inestabilidad emocional, pobre tolerancia a la frustración, volubilidad e irritabilidad. Estas anomalías conductuales y físicas se pueden explicar en que el uso prolongado de aparatos electrónicos como son las laptops, teléfonos celular, uso de red wifi, producen consecuencias a nivel físico químicas que desencadenan reacciones psicológicas adversas a nivel anímico – emocional principalmente.

Este último dato se basa en estudios sobre el efecto de los campos electromagnéticos y la generación de iones positivos y negativos a raíz del uso de ciertos aparatos electrónicos.

Los campos se producen debido a la acumulación de cargas eléctricas que generan todo los aparatos y conexiones electrónicas que nos rodean, desde las antenas de televisión o estaciones de radio y telefonía hasta una toma de corriente o una máquina de rayos X, pasando por todo tipo de aparatos eléctricos. Cuanto mayor es la tensión, más intenso es el campo eléctrico producido. Y si conectamos un ordenador a internet veremos la cantidad de líneas de wifi que detectamos. Todas ellas llegan hasta nuestro organismo.

Una persona que pasa un día entero en un entorno muy cargado podrá comprobar por ella misma lo que siente en su cuerpo. Muchas personas que pasan mucho tiempo frente a un ordenador dando uso por lo general a las redes sociales (opción virtual que a la que los jóvenes dedican gran

parte de su tiempo en la red) y los trabajan en oficinas durante muchas horas ya sienten estos problemas a diario: Trastornos del sistema nervioso e inmunológico.

Por otro lado la ionización negativa favorece la bioelectricidad del cuerpo por lo cual mejora su rendimiento y capacidad para generar corriente eléctrica y por ende refuerza sus campos magnéticos naturales. No obstante la ionización negativa producida por aparatos como pantallas de monitores, redes wifi y celulares trae problemas como vasoconstricción, tensión, irritabilidad, insomnio, cansancio crónico, ansiedad, angustia, depresión, dolores de cabeza, náusea, palpitaciones, disminución de energía en funciones mentales y físicas; letargo, malestar general, problemas respiratorios en personas asmáticas; dolores artríticos y otros.

Se acepta parcialmente la hipótesis que dice: El indicador número de amigos en Facebook se relaciona con las dimensiones (Ego central, Ego social, Ego Hogar Padres, Ego académico laboral) de autoestima en alumnos de una universidad particular de Trujillo, pues dentro del análisis estadístico se aprecia relación significativa entre el número de amigos en Facebook y el indicador Ego Central.

Es decir existe relación entre la cantidad de solicitudes de amistad que se aceptan en la red social virtual en estudio y la evaluación que el individuo realiza y con frecuencia mantiene de sí, en relación con su imagen corporal y cualidades personales.

La propia observación de uno mismo en base a una serie de autoevaluaciones sucesivas y la asimilación e interiorización de la imagen y opinión que los demás tienen y proyectan de nosotros, se va a relacionar significativamente con el número de amigos que tengamos en la red; pueden ser personas con las cuales se ha entablado algún tipo de relación en la vida real, o simples desconocidos. El asunto está en que Facebook cuenta con las aplicaciones necesarias para poder invitar y aceptar solicitudes de personas de todo el mundo y por ende permite ampliar el círculo social virtual lo que conduce a su vez a la posibilidad de conocer

nuevas personas que puedan emitir una opinión acerca de una publicación visual o escrita y a partir de ella influir en la percepción que una persona tenga de sí misma en forma positiva o negativa.

La comunidad virtual, como lo es Facebook, participa en esta configuración de la identidad, la virtualidad es la esfera de las nuevas relaciones, de la continuación de las relaciones de la comunidad física a la comunidad virtual. El cibernauta se autodefine, se auto configura, quizá con una identidad idealizada, mejorada, pero en esa construcción añade elementos de su yo real. En la búsqueda de autoafirmarse, de encontrarse en el otro. (Bustillos 2007)

Puede darse el caso que una gran cantidad de amigos en Facebook se relacione con la necesidad de búsqueda de identidad o reafirmación de la misma, construcción del autoconcepto y búsqueda de satisfacción con las características que alguien posee, como también puede existir la posibilidad que la cantidad de amigos en la red virtual genere síntomas de minusvalía y rechazo de sí mismo; pues al observar logros de otras personas pueden llegar a compararse con los mismos a tal grado que su autoestima se vea negativamente afectada.

La adquisición de relaciones con otras personas extrapoladas a un entorno virtual, con capacidad de ampliar el número de amigos que están conectados a nuestros amigos hasta el infinito es un ámbito de estudio importante, como lo indica un estudio realizado por Mudra Mukesh (2013) en éste se descubrió que el número de seguidores o amigos en Facebook tenía relación con la autoestima de los usuarios, puesto que las personas con más amigos tendrían a mostrar más síntomas depresivos luego de revisar las publicaciones de éstos, a diferencia de quienes tenían un menor número de contactos, y que no mostraron cambios de ánimo tras revisar sus páginas.

En esta misma hipótesis se aprecia relación altamente significativa entre el número de amigos en Facebook y la dimensión Ego Social de Autoestima.

Es decir existe relación entre el número de solicitudes que se aceptan en la cuenta de Facebook y el sentimiento de pertenencia y aceptación en un grupo social.

La autoestima de una persona se forma, se desarrolla y se afianza como consecuencia de la interacción con los demás. Los amigos desempeñan un papel fundamental en el desarrollo de la persona, no obstante los amigos también pueden ser un factor de riesgo; la relación que se establezca con éstos influye en la autoestima.

Como se señaló anteriormente no todas las personas cuentan con habilidades sociales que permiten establecer vínculos interpersonales favorables con personas adecuadas; el contexto social de desarrollo, el refuerzo parental, las experiencias previas y la personalidad influye en cómo el individuo se percibe a sí mismo en el terreno de la construcción de su círculo social y de la satisfacción de sus necesidades de pertenencia a un grupo; si bien las redes sociales permiten admitir un gran número de personas y establecer comunicación con ellas, de manera que se sacion estas necesidades lo que al mismo tiempo da pie a ser parte de una red o grupo de “amigos”, éstos también pueden generar consecuencias negativas en el usuario.

Las redes sociales son las nuevas comunidades, el ciberespacio provee a los cibernautas un sitio virtual de interacción, en ellas se reproducen diversos procesos sociales, de aceptación de integración, dan sentido de pertenencia, a un grupo, a una comunidad, aun cuando las interacciones son de tipo virtual, éstas otorgan a los cibernautas un espacio para “Ser”.

En esta misma línea la investigación detallada a continuación constituye un aporte relevante Raacke y Bonde-Raacke (2008) llevaron a cabo una investigación en la que descubrieron que 87% de 116 estudiantes de licenciatura en la costa Este de Estados Unidos tiene una cuenta y perfil de Facebook. Este dato los llevó a destacar la importancia que ha asumido la forma de socialización actual por Internet, sin dejar de lado el hecho de que los estudiantes se sientan más cómodos con estos métodos que con el “cara a cara”, lo que puede llegar a repercutir en la socialización per se.

Como indica Bustillos Sujey (2007): En las redes sociales somos lo que la sociedad desea que seamos, su influencia indefectible demanda e impone patrones determinados para ser aceptado, llegando a la dependencia de los demás, de sus opiniones y juicios de valoración. Cada uno proyecta un yo perfeccionable, un camino entre lo que somos y lo que anhelamos, sin el peso de la realidad. El yo se libera del peso material de la realidad y la conciencia en internet. Es la identidad de dominio público. Un yo construido como una personalidad (o varias en función de intereses y comunidades) con la que relacionarse con los demás y con el mundo de la sociedad de la información (público) de una manera abierta, donde la privacidad tendría que reconceptualizarse porque se hace público, lo privado.

En las redes sociales se comparten con el otro, con el cibernauta, ideas, imágenes, videos, cotidianidades, en la que la mayoría de las personas ofrecen mucho de lo que tienen, piensan o son, e interactúan con los otros integrantes de su comunidad, esperando su respuesta de aceptación y búsqueda de aprobación.

En Facebook, como en otros espacios de socialización en línea, los cibernautas buscan: retomar, crear o reforzar contactos interpersonales; demarcar su pertenencia a un grupo o grupos determinados según gustos musicales, deportivos, políticos, religiosos, culturales, etc.; invertir sus horas de ocio y tiempo libre; finalmente satisfacer la curiosidad natural del ser humano por saber más acerca de algo o alguien; no sólo reafirmando sus relaciones sociales, a su vez las relaciones amorosas; permitiendo realizar lo anterior mencionado en la medida de cuán grande sea su red de contactos.

Un informe elaborado por la Universidad de York (2011), en Canadá, revela la relación entre autoestima y uso de Facebook, en él se detalla que cómo esta red social es el refugio perfecto para los individuos que reúnen las características de personas inseguras y narcisistas, dado que les permite establecer un gran número de amistades "huecas" sin tener que mantener una relación real con ellas.

Por otro lado Jiménez y Pantoja (2007) hicieron un estudio acerca de la relación que existe entre la autoestima y las relaciones interpersonales de sujetos adictos a las redes sociales como Facebook. Estas autoras encontraron que los sujetos adictos y con un número mayor de contactos presentaban niveles medios y bajos de autoestima. Por el contrario, los niveles del grupo de no adictos eran elevados, lo que las autoras atribuyeron al hecho de tenerla capacidad de confiar en sus propios juicios y percepciones, tener actitudes positivas hacia sí mismos y hacia el manejo de eventos críticos así como receptividad las relaciones e intercambios con los demás. Una de las conclusiones de este trabajo es que las personas que presentaban bajos niveles de autoestima tendían a ser más propensas a desarrollar adicción a Internet y, a su vez, presentaban menos recursos psíquicos disponibles.

Se acepta parcialmente la hipótesis que dice: Existe relación entre el indicador número de fotos en Facebook y las dimensiones (Ego central, Ego social, Ego Hogar Padres, Ego académico laboral) de autoestima a en alumnos de una universidad particular de Trujillo, ya que en el análisis estadístico se aprecia relación significativa entre el número de fotos en Facebook y la dimensión Ego Social.

Es decir existe relación entre la cantidad de fotografías que publican los alumnos de la universidad en estudio en su cuenta de Facebook y el grado de pertenencia y aceptación que se perciba de su entorno social.

Un dato empírico significativo obtenido por la Universidad de York (2011) es el predominio de la imagen en los perfiles de los estudiantes; las fotos son protagónicas del Facebook, y también, la batería de comentarios que desencadenan de los amigos. Surge como relevante, la valoración de la buena apariencia e imagen personal, y la búsqueda de la confirmación del buen aspecto a través de los comentarios. La expectativa de gustar, sentirse aprobados y aceptados por su red social está en el centro del interés de los estudiantes.

Otra investigación coordinada entre científicos británicos y estadounidenses ha tratado de averiguar la relación entre autoestima y uso de Facebook (2012). Estos científicos estudiaron el caso de 881 jóvenes universitarias en un análisis que, entre otros factores, tuvo en cuenta sus hábitos de vida, su alimentación, el ejercicio que realizaban, cuál era su uso de la red social Facebook y cuál era su percepción de su propia imagen. Al cruzar los datos comprobaron que emplear mucho tiempo en Facebook se asociaba con "más sentimientos negativos" sobre su propia imagen y "más comparaciones con los cuerpos de amigos a través de la comparación de fotografías". Asimismo, también observaron que, en el caso de las mujeres que estaban tratando de perder peso, el tiempo en la red social se correlacionaba con prestar más atención a la apariencia física.

Para Marcela Concha, directora de la Sociedad de Psiquiatría y Neurología de la Infancia y Adolescencia (SOPNIA), buena parte de este fenómeno se debería a la sociedad actual que incentiva la competencia entre los jóvenes. "Ahora es normal que compitan por tener una mejor imagen, lo que ocurre en Facebook es que ahí se puede seleccionar lo que se quiere proyectar, la mejor foto o comentario, y esto genera una realidad virtual que no refleja la verdad", se trata de ser aceptado socialmente según el modelo que imparte la cultura occidental pero en realidad puede constituirse una falacia comenta la psiquiatra.

Por otro lado, es importante resaltar la relación significativa entre número de fotos en el perfil de Facebook y el puntaje del área de Autoestima referida a Ego Académico Laboral y Ego Social en la investigación desarrollada por Tarazona Lujan(2013). El mencionado autor interpreta la relación entre de esta manera: A más fotos en su perfil mayor tendencia a evaluar positivamente sus capacidades para afrontar situaciones sociales y académico laborales de manera positiva. Es posible que al estar la muestra constituida por estudiantes universitarios, se reporten, mediante imágenes, ciertos logros o experiencias específicas que, a lo largo de la vida diaria y carrera universitaria se van adquiriendo. Es altamente probable que los participantes tiendan a colocar fotos de distintas hazañas

o logros que han tenido a nivel personal, académico o laboral. Tal vez esperando comentarios respecto a dichas imágenes.

Es así que se emiten diferentes resultados en distintos estudios para establecer la relación entre número de fotos publicadas y el indicador Ego Social de Autoestima.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

A partir del respectivo análisis de los datos presentados anteriormente, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Existe una parcial relación entre la variable Uso de Facebook y las variables Narcisismo y Autoestima.
- Existe correlación parcialmente significativa entre la dimensión Autoridad de Narcisismo y el indicador Número de Amigos en Facebook.
- Existe correlación parcialmente significativa entre la dimensión Exhibicionismo de Narcisismo y los indicadores Número de Amigos y N° de Fotos en Facebook.
- Existe correlación parcialmente significativa entre la dimensión Explotación de Narcisismo y los indicadores Número de Amigos y N° de Horas Semanales en Facebook.
- Existe correlación parcialmente significativa entre la dimensión Vanidad de Narcisismo y los indicadores Número de Amigos y Número de Horas Semanales en Facebook.
- Existe correlación parcialmente significativa inversa entre la dimensión Ego Central de Autoestima y los indicadores Frecuencia de uso y Número de Amigos en Facebook.
- Existe correlación parcialmente significativa inversa entre la dimensión Ego Social de Autoestima y los indicadores Horas Semanales, Número de Amigos y Número de Fotos en Facebook.

- Existe correlación parcialmente significativa inversa entre la dimensión Ego Padres de Autoestima y los indicadores Horas Semanales y Horas Diarias en Facebook.

5.2 Recomendaciones:

En base a los resultados de la presente investigación y las teorías que la sustentan se pueden sugerir las siguientes recomendaciones.

Para abordar los rasgos narcisistas percibidos por el análisis de la prueba como son: Autoridad, Exhibicionismo, Superioridad, Explotación y Vanidad se sugiere desarrollar pautas desde un enfoque Cognitivo Conductual dedicada a la intervención de las personas que presentan un nivel de narcisismo moderado a alto, la cual se base en el abordaje de las distintas características que presenta, de esta manera se puede aplicar técnicas centradas en disminuir conductas asociadas a los indicadores de Narcisismo anteriormente mencionados:

- Detectar y discutir las distorsiones cognitivas y creencias desadaptativas mediante técnicas estándar, buscando una percepción más realista, por ejemplo Hacer una lista de actitudes, atributos o talentos sencillos y gratificantes.
- La reestructuración por medio de imágenes puede ser útil para desplazar las imágenes narcisistas y sustituirlas por fantasías que pongan el énfasis en las gratificaciones y placeres cotidianos que están al alcance de la mano.
- La hipersensibilidad a la evaluación puede abordarse por medio de la desensibilización sistemática y técnicas de autocontrol emocional en situaciones específicas de evaluación social y situaciones problemáticas, las cuales son frecuentes en el uso de Facebook.
- Detención y distracción del pensamiento catastrófico para acabar con los hábitos de pensamiento sobre lo que los otros están pensando,

manteniendo una concepción positiva (no grandiosa) de sí mismo, sin necesidad de basarla constantemente en las reacciones o refuerzo positivo de los demás, para lo cual se puede realizar en un inicio una exposición gradual en inicio de modo imaginativo, y posteriormente en vivo solicitando retroalimentación sobre su conducta a otras personas: primero a las que se prevé positivas y posteriormente a las críticas.

- Entrenamiento en empatía, con representación e inversión de papeles y planteamiento de modos alternativos para tratar con los demás, utilizando la formulación de creencias más empáticas y programar comportamientos acordes con ellas, ensayando la prevención de respuestas inadecuadas y el manejo de contingencias.

Por último, se debe realizar el diseño, programación y ejecución de Programas y Talleres Psicoeducativos a las figuras significativas del joven universitario para el entrenamiento gradual de una valoración adecuada del mismo dentro de los principales ambientes de interacción.

En base a la teoría de autoestima que propone Coopersmith y que sienta sus bases en el enfoque cognitivo-conductual para intervenir en casos donde los individuos presentan baja autoestima, se puede sugerir las siguientes técnicas de intervención:

- Aplicación de Psicoterapia Individual ante el alto índice de baja autoestima percibido en los alumnos de la Universidad en estudio. Para el fortalecimiento de la Autoestima en el área personal (Ego Central) se sugiere la aplicación de la técnica de Visualización, usar la relajación y proyección de imágenes positivas para reforzar el cambio de imagen.
- Aplicar aplicación la Técnica de Reestructuración Cognitiva, identificando pensamientos desadaptativos para que sean sustituidos por otros apropiados y construir una imagen personal valorada, que reduzca la perturbación emocional.

- Trabajar los supuestos disfuncionales a nivel social centrándose en la comunicación interpersonal, la aceptación y manejo de la tristeza, de manera que estructuren sus experiencias de manera favorable, y se aumente la autoestima personal.
- Establecer diferencias entre pensamientos y emociones, enseñarle a manejarlas por medio de la correcta identificación de cogniciones. La identificación correcta de las cogniciones por parte del cliente requiere que este sea entrenado al respecto, lo cual incluye decirle que:
 - Muchos pensamientos son automáticos e involuntarios y que pueden ser tan habituales y plausibles que escapen a la atención consciente, a no ser que se haga un esfuerzo para captarlo.
 - Se asegure de que ha identificado los pensamientos importantes que producen el malestar emocional. Para ello, puede preguntarse a sí mismo si otras personas que pensarán.
 - Procurar no confundir pensamientos y emociones; “me sentí fatal” o “estoy nervioso” son estados emocionales, no pensamientos.
 - Escribir pensamientos concretos; no hay que apuntar “quedaré mal” si lo que se piensa es “hablarán mal de mí y no me volverán a dirigir la palabra.

Como medida preventiva se sugiere desarrollar un programa de Escuela de Padres Universitario por medio de la conformación de un comité de alumnos de Psicología, con el objeto de brindar Psicoeducación (medio que permite influencia en el pensamiento para posterior cambio de conducta) a los miembros del grupo primario de apoyo en las cuales se haga énfasis en la problemática estudiada relacionando el índice alcanzado de autoestima baja asociada a falta de sentimientos de comprensión, apoyo, comprensión y pertenencia que perciben los alumnos de la Universidad en estudio y la

búsqueda de satisfacción de las mismas en el contacto diaria con amistades virtuales o revisión continua de las redes sociales como Facebook.

Asimismo se sugiere la derivación de los casos con índice de moderado-grave a una consulta ambulatoria privada con el fin de tratar más a fondo la problemática descrita.

Se sugiere realizar estudios relacionados al Uso de la red Social Facebook con Habilidades Sociales de manera que se puedan clarificar aspectos no abordados en la presente investigación, se determinen mayores correlaciones significativas entre indicadores y se amplíe el conocimiento de las variables psicológicas asociadas al uso de las redes sociales; siendo este un tema de interés internacional por el auge de la globalización mundial.

CAPITULO VI

6.1 REFERENCIAS

- Barroso, M. (1998). Autoestima del Venezolano: Democracia o Marginalidad. Venezuela: Galac.
- Butt, S., & Phillips, J. (2008). Personality and self reported mobile phone use. *Computers in Human Behavior*, 24(2), 34-360.
- Cárcamo, C. (2000). *Acerca del Narcisismo*. Buenos Aires: Hachette.
- Coopersmith, S. (1976). Estudio sobre la estimación propia. *Psicología Contemporánea*. 9(2), 75-90
- Coopersmith, S. (1984). *SEI – Self – esteem Inventories Manual*. California: Palo Alto.
- Coopersmith, S. (1990). The antecedents of self- esteem. *Consulting Psychologists*, 11(3), 101-112
- Cortés de Aragón, L. (1999). *Autoestima. Comprensión y Práctica*. Barcelona: San Pablo.
- Craig. C. (2013). *Relación entre la cantidad de amigos en Facebook y Narcisismo*. Estados Unidos: Illinois.
- De Tejada, M. (2010) *Evaluación de la autoestima en un grupo de escolares de la Gran Caracas*. *Liberabit*, 16 (1), 95 -103

- Echeburúa, E., De Corral, P (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones* , 22(2), 91-96.
- Estévez, E., Martínez, B., Musitu, G. (2006). La autoestima en adolescentes agresores y víctimas en la escuela: La perspectiva multidimensional. *Intervención Psicosocial.*, 15 (2), 223 – 232
- Freud, S. (1914c). Zur Einführung des Narzissmus. *Studienausgabe*, 3(1), 37-68.
- García, J., Cortés, J. (1998). La Medición Empírica del Narcisismo. *Psicothema.*, 10 (3), 725-735.
- García, J. (2000). La Medición Empírica del Narcisismo: Una Síntesis de la Investigación Sobre su Relación con Rasgos y Teorías de la Personalidad. *Psicología Conductual*, 8 (1), 33-56.
- Herrera, María., Pacheco María., Palomar, J., Zavala, D (2010). La adicción a Facebook relacionada con la baja autoestima la depresión y la falta de habilidades sociales. *Psicología Iberoamericana*, 18(1), 6-18.
- Ison, M. (2004). Características familiares y habilidades socio-cognitivas en niños con conductas disruptivas. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 36 (2), 257-268.
- Jiménez, C., Pantoja, V. (2007). Autoestima y relaciones interpersonales en sujetos adictos a internet. *Revista de Psicología*, 26(1), 200-215.

- Kernberg, C. (1997). La agresión en las perversiones y en los desórdenes de la personalidad. Buenos Aires: Editorial Paidós
- Kohut, C. (1984). Kohut's Legacy: Contributions to Self Psychology. New York: Wiley.
- Koldobsky, M (2008). La Personalidad y sus Desórdenes. Instituto Argentino para el Estudio IAEPD, 8(1), 2-9.
- Kujath, C. (2011). Facebook and MySpace: Complement or Substitute for Face-to-Face Interaction?. Cyberpsychology, Behavioral and Social Networking., 14(1-2), 75- 78.
- Lacan, J. (2002). El estadio del espejo como formador de la función del yo tal como se nos revela en la experiencia psicoanalítica. Escritos, 1(1), 2-7.
- Martin, B(1923). Ich und Du. Buenos Aires: Nueva vision.
- Maya, I (2004). El Análisis de Redes Sociales y Comunidades en Línea. II Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad. 1. 20
- Mehdizadeh, S. (2010). Self Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook. CyberPsychology, Behavior and Social Networking., 13 (4), 357 – 364.
- Migone, P. (1995): Terapia Psicoanalítica. Milán: Franco Angeli Milano
- Miller, Alice (1994). El drama del niño dotado y la búsqueda del verdadero yo. (1ª ed.) . España: Tusquets

- Millon, T. (1990). *Toward a new personology: An evolutionary model*. New York: Wiley.
- Orr, E., Sisic, M., Ross, C., Simmering, M., Arseneault, J., Orr, R. (2009). The Influence of Shyness on the Use of Facebook in an Undergraduate Sample. *CyberPsychology & Behavior*, 12 (3), 337 – 340.
- Papalia, D., Wendkos, S. & Duskin, R. (2005). *Desarrollo Humano*. (9ª ed.). Cali: McGraw-Hill Interamericana.
- Panek, E., Nardis, Y., Konrath., S (2013). *Computers in Human Behavior* , 29(5), 204–212.
- Quiroz, M. (2004). *Jóvenes e Internet: entre el pesar y sentir*. Universidad de Lima: Fondo de desarrollo editorial.
- Quiroz, M. (2006). *La edad de la pantalla: tecnologías interactivas y jóvenes peruanos*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
- Raacke, J., & Bonds-Raacke, J. (2008). MySpace and Facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites. *CyberPsychology & Behavior*.,11 (2), 169-174.
- Raskin, R., & Terry, H. (1988). A principal components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54 (6), 890-902.

- Ross, C., Orr, E., Sisic, M., Arseneault, J., Simmering, M., Orr, R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25(1), 578-586.
- Ruiz J., Cano J. (2009). Psicoterapia y personalidad. *Psicothema.*, 10(3), 625-626. Recuperado de {HYPERLINK <http://www.psicologia-online.com/ESMUbada/Libros/Personalidad/personalidad2.htm>}
- Sánchez. H., Reyes. C. (1996). Metodología y Diseños en la Investigación Científica. Lima: Los Jazmines.
- Swickert, R. J., Hittner, J. B., Harris, J. L., & Herring, J. A. (2002). Relationships among Internet use, personality, and social support. *Computers in Human Behavior*, 18(4), 437-451.
- Tarazona, R (2013). Variables Psicológicas Asociadas al uso de Facebook: Autoestima y Narcisismo en Universitarios. (Tesis de licenciatura). Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Yontef, C (1993). Gestalttherapie: Awareness - Dialogue – Prozess. New York: Humanistische Psychologie.
- Young, K. (2009). Internet Addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology & Behavior*, 1(1), 237-244.

6.2 ANEXOS:

Anexo 1: Consentimiento informado.

Anexo 2: Inventario de Personalidad Narcisista.

Anexo 3: Baremos del Inventario de Personalidad Narcisista.

Anexo 4: Cuestionario de Autoestima de Coopersmith.

Anexo 5: Baremos del Cuestionario de Autoestima de Coopersmith

Anexo 6: Ficha Sociodemográfica de Facebook

Anexo 7: Análisis de confiabilidad y validez del Inventario de Personalidad Narcisista.

Anexo 8: Análisis de confiabilidad y validez del Cuestionario de Autoestima de Coopersmith.

ANEXO1

DOCUMENTO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ALUMNOS DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO PERIODO 2014-I

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO FACULTAD DE MEDICINA HUMANA ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA

INFORMACIÓN

Yo, Viviana Raquel Guerrero Tuesta, identificada con DNI 72247295, estudiante del décimo ciclo de la carrera profesional de psicología, estoy realizando la investigación Relación de Variables Psicológicas: Narcisismo y Autoestima asociadas al uso de Facebook, con el motivo de obtener el grado de Licenciada en Psicología, por lo que solicito su apoyo mediante la participación en la misma. Tome el tiempo necesario para decidir si desea o no participar en esta investigación. Antes de decidirse, puede hablar con alguien que se sienta cómodo sobre la investigación.

Puede que haya algunas palabras que no entienda. Por favor, me para según le informo para darme tiempo a explicarle. Si tiene preguntas más tarde, puede preguntarme a mí, al doctor que investiga o a miembros del equipo

PROPÓSITO

Resultará como beneficio a la Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo, específicamente a las unidades de Bienestar Universitario, pues permitirá el entendimiento de la relación entre el uso de la red social Facebook y el nivel de autoestima y narcisismo imperante en la Universidad en estudio, así como también la inserción de programas de mejora de las condiciones psicológicas involucradas en el uso de este red social.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación incluirá la aplicación de dos cuestionarios unidos en un solo formato, cuyas respuestas serán marcadas en una ficha óptica entregada junto con los cuestionarios.

SELECCIÓN DE PARTICIPANTES

Se está considerando para participación a una muestra representativa de alumnos correspondientes a cada carrera profesional de la Universidad Privada Antenor Orrego.

PARTICIPACIÓN VOLUNTARIA

Su participación en esta investigación es totalmente voluntaria. Usted puede elegir participar o no hacerlo. Tanto si elige participar o no, continuarán sus funciones de manera normalizada. Usted puede cambiar de idea más tarde y dejar de participar aun cuando haya aceptado antes.

PROCEDIMIENTOS Y PROTOCOLO

Se le entregará un cuestionario que consta de 73 ítems y una ficha óptica con la numeración de cada ítem y con 2-5 alternativas disponibles. Debe escoger la opción u opciones que usted crea coincidente acerca de lo que identifique a su persona y sombree el círculo que contiene la letra de la respuesta o respuestas que elija. Recuerde no hay respuestas buenas o malas.

DURACIÓN

La aplicación de este cuestionario es de duración ilimitada, sin embargo se considera un intervalo prudente de 30 minutos para no afecta sus funciones y horario académico.

CONFIDENCIALIDAD

No se compartirá la identidad de aquellos que participen en la investigación. La información que recoja se mantendrá confidencial. Esta información será puesta fuera de alcance y nadie aparte de quien investiga tendrá acceso a ella.

RESULTADOS

Los resultados serán entregados a la Universidad en estudio.

DERECHO A NEGARSE O RETIRARSE

Usted no tiene por qué tomar parte en esta investigación si no desea hacerlo. Puede dejar de participar en la investigación en cualquier momento que quiera. Es su elección y todos sus derechos serán respetados.

CONTACTO

Si desea alguna información aparte, o respuestas a dudas, puede acercarse a la Escuela Profesional de Psicología

FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

He leído la información proporcionada acerca de la investigación Relación de Variables Psicológicas: Narcisismo y Autoestima asociadas al uso de Facebook He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado. Consiento voluntariamente participar en esta investigación como participante y entiendo que tengo el derecho de retirarme de la investigación en cualquier momento sin que me afecte en ninguna manera mi desempeño laboral

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha

ANEXO 2

INVENTARIO DE PERSONALIDAD NARCISISTA: ITEMS Y CORRECCION

INSTRUCCIONES:

El siguiente inventario consiste en un número de afirmaciones con las cuales puede usted sentirse identificado o no, a las que le siguen dos (2) posibles respuestas o alternativas designadas con las letras **A y B**. Considere cuál de las opciones se parece más a usted o se asemeje más a lo que siente, y sombree el círculo que contiene la letra de la respuesta que elija. Para cada pregunta sólo le corresponde una respuesta. Recuerde no hay respuestas buenas o malas.

1.
A. Tengo habilidad para influir en los demás.
B. No soy bueno (a) para influir en los demás.
2.
A. La sencillez no me identifica, no va conmigo.
B. Soy básicamente una persona sencilla.
3.
A. Haría casi cualquier cosa que me desafiara a hacer
B. Tiendo a ser una persona más o menos cautelosa
4.
A. En ocasiones cuando la gente me halaga, me siento apenado.
B. Sé que soy capaz puesto que todo el mundo me lo repite.
5.
A. La idea de gobernar el mundo me asusta mucho.
B. Si yo gobernara el mundo, éste sería un lugar mucho mejor.
6.
A. Generalmente soy capaz de exponer mis razones de modo que pueda salir de cualquier aprieto.
B. Trato de asumir las consecuencias de mi conducta.
7.
A. Prefiero ser uno del montón.
B. Me gusta ser el centro de la atención.
8.
A. Estoy seguro que tendré éxito.
B. Ser exitoso no me preocupa demasiado.
9.
A. No soy ni mejor ni peor que la mayoría de las personas.
B. Considero que soy una persona especial.
10.
A. No estoy seguro de si pudiera ser un buen líder.
B. Me veo a mi mismo como un buen líder.
11.
A. Soy asertivo (defiendo con firmeza mis opiniones o derechos aunque los demás no estén de acuerdo conmigo).
B. Desearía tener más confianza en mí mismo de la que tengo actualmente.

12.
A. Me gusta ejercer autoridad sobre los demás.
B. No me incomoda recibir órdenes de otros.
13.
A. Me es fácil manipular a las personas.
B. Me disgusta cuando me sorprendo manipulando a las personas.
14.
A. Exijo en recibir respeto o trato especial que merezco.
B. Generalmente obtengo el respeto que merezco.
15.
A. No tengo un especial gusto en exhibir mi cuerpo.
B. Me gusta exhibir mi cuerpo.
16.
A. Me es muy fácil entender a las personas.
B. En ocasiones me es difícil entender a la gente.
17.
A. Si me siento preparado, estoy dispuesto a asumir la responsabilidad que implica el tomar decisiones.
B. Me gusta asumir la responsabilidad de tomar decisiones.
18.
A. Sólo deseo ser razonablemente feliz.
B. Quiero llegar a ser alguien a los ojos del mundo.
19.
A. Mi cuerpo no es algo fuera de lo común.
B. Me gusta ver mi cuerpo.
20.
A. Procuro no ser un presumido.
B. Tiendo a presumir si tengo oportunidad de hacerlo.
21.
A. Siempre sé lo que estoy haciendo.
B. En ocasiones me siento inseguro de lo que hago.
22.
A. A veces dependo de la gente para hacer las cosas.
B. Rara vez dependo de alguien para hacer las cosas.
23.
A. A veces cuento buenas anécdotas.
B. Todo el mundo le gusta escuchar mis anécdotas.
24.
A. Espero mucho de los demás.
B. Prefiero hacer cosas para los demás.
25.
A. No me quedaré satisfecho hasta que reciba todo lo que merezco.
B. Acepto las cosas como van llegando.
26.
A. Los halagos me incomodan.
B. Me gusta sentirme halagado.
27.
A. Tengo una fuerte voluntad de poder.
B. El poder por sí mismo no me interesa.

28.
A. No me interesan mucho las nuevas modas y tendencias.
B. Me gusta iniciar las nuevas modas y tendencias.
29.
A. Me gusta verme en el espejo.
B. No tengo particular interés por verme en el espejo
30.
A. Realmente me gusta ser el centro de atención.
B. Me incomoda ser el centro de atención.
31.
A. Puedo vivir mi vida de la manera que yo desee.
B. La gente no siempre puede vivir su vida como desea.
32.
A. Ser autoridad no me significa gran cosa.
B. Los demás parecen siempre reconocer mi autoridad.
33.
A. Preferiría ser líder.
B. Me da casi lo mismo ser líder que no serlo.
34.
A. Estoy seguro que realizaré cosas grandiosas
B. Tengo la esperanza de llegar a tener éxito.
35.
A. Sólo en ocasiones, la gente confía en lo que yo le digo.
B. Soy capaz de lograr que los demás siempre confíen en cualquier cosa que yo les diga.
36.
A. Soy líder natural (nato).
B. El liderazgo es una cualidad cuyo desarrollo requiere de mucho tiempo.
37.
A. Me gustaría que alguien publique mi historia de vida algún día.
B. No me gusta que la gente se meta en mi vida por ningún motivo.
38.
A. Me disgusta cuando la gente no se fija en mi cuando salgo en público.
B. No me molesta no sobresalir cuando salgo en público.
39.
A. Me considero más capaz que los demás.
B. Hay mucho que aprender de los demás.
40.
A. Soy como los demás.
B. Soy una persona extraordinaria.

CALIFICACIÓN DE LA PRUEBA DE NARCISISMO

PASOS:

1. Se asigna el valor de 1 a las respuestas CORRECTAS y 0 a las INCORRECTAS.
2. Se suman las respuestas correctas y se obtiene un puntaje
3. A mayor respuestas correctas; mayor NARCISIMO.

ITEMS	SI RESPONDE "A"	SI RESPONDE "B"
1.	1	0
2.	1	0
3.	1	0
4.	0	1
5.	0	1
6.	1	0
7.	0	1
8.	1	0
9.	0	1
10.	0	1
11.	1	0
12.	1	0
13.	1	0
14.	1	0
15.	0	1
16.	0	1
17.	0	1
18.	0	1
19.	0	1
20.	0	1
21.	0	1
22.	0	1
23.	0	1
24.	1	0
25.	1	0
26.	0	1
27.	1	0
28.	0	1
29.	1	0
30.	1	0
31.	1	0
32.	0	1
33.	1	0
34.	1	0
35.	0	1
36.	1	0
37.	1	0
38.	1	0
39.	1	0
40.	0	1

ITEMS POR DIMENSIONES:

- I. AUTORIDAD: 1, 8, 10, 11,12,32,33,36.
- II. EXHIBICIONISMO: 2, 3,7,20, 28,30,38.
- III. SUPERIORIDAD: 4, 9,26,37, 40.
- IV. PRETENSIÓN: 5, 14, 18,24,25,27.
- V. EXPLOTACIÓN: 6,13,16,23,35.
- VI. AUTOSUFICIENCIA: 17, 21, 22, 31,34, 39.
- VII. VANIDAD: 15,19,29.

ANEXO 3

BAREMO DEL INVENTARIO DE PERSONALIDAD NARCISISTA

		DIMENSIONES								
Nivel	PC	AUTORIDAD	EXHIBICIONISMO	SUPERIORIDAD	PRETENSIÓN	EXPLOTACIÓN	AUTOSUFICIENCIA	VANIDAD	NARCICISMO	
Bajo	1-33	1-3	1	1	1-2	1	1-2	-	5-15	
Medio	34-66	4-6	2-3	2	3	2	3	1	16-20	
Alto	67-100	7-8	4-7	3-4	4-6	3-5	4-6	2-3	21-34	

ANEXO 4

CUESTIONARIO DE AUTOESTIMA

INSTRUCCIONES

Para responder a cada una de las declaraciones de la hoja del Inventario, procede como sigue:

-Si la declaración describe cómo te sientes habitualmente, selecciona al final de la declaración la opción "SI".

-Si la declaración no describe cómo te sientes habitualmente, selecciona al final de la declaración la opción "NO".

Para ensayar hagamos un ejemplo:

DECLARACIÓN	SI	NO
Me gustaría comer helados todos los días	X	

Prosigue en seguida con las siguientes declaraciones.

DECLARACIONES	SI	NO
1. Frecuentemente desearía ser otra persona		
2. Me resulta difícil hablar frente a la clase		
3. Hay muchos aspectos de mi persona que yo cambiaría si pudiera.		
4. Yo puedo escoger lo que deseo hacer sin mucho problema		
5. Yo soy una persona con la que pueden divertirse los demás		
6. Me siento intranquilo (a) cuando estoy en mi casa		
7. Me toma mucho tiempo adaptarme a algo nuevo		
8. Soy popular con personas de mi edad		
9. Mis padres usualmente respetan mis decisiones		
10. Me doy por vencido con facilidad		
11. Mi familia espera mucho de mí		
12. Me resulta difícil ser yo mismo		
13. Hay confusión en mi vida		
14. Mis amigos frecuentemente siguen mis ideas		
15. Tengo una baja opinión de mí mismo		
16. En muchas ocasiones me gustaría irme de mi casa		
17. Usualmente me siento irritado en la universidad		
18. No soy tan atractivo como la mayoría de las personas		
19. Si tengo algo que decir, generalmente lo digo		
20. Mis padres me comprenden		
21. La mayoría de personas son más simpáticas que yo		
22. Yo generalmente siento como si mis padres estuvieran presionándome		
23. Frecuentemente me desanimo en la universidad		
24. Usualmente no me gusta lo que ocurre a mi alrededor		
25. No me agrada ser dependiente.		

CALIFICACIÓN DE LA PRUEBA DE AUTOESTIMA:

PASOS:

1. Se asigna el valor de 1 a las respuestas CORRECTAS y 0 a las INCORRECTAS.
2. Se suman las respuestas correctas y el puntaje obtenido se pondera multiplicando por 4.
3. Con ello se obtienen puntuaciones que oscilan entre 0 y 100.

EL PUNTAJE DE:

0-50 : Autoestima Baja.

51-74: Autoestima Media.

75-100: Autoestima alta.

ITEMS	CALIFICACIÓN SI RESPONDIO SI	CALIFICACIÓN SI RESPONDÍÓ NO
1.	0	1
2.	0	1
3.	0	1
4.	1	0
5.	1	0
6.	0	1
7.	0	1
8.	1	0
9.	1	0
10.	0	1
11.	0	1
12.	0	1
13.	0	1
14.	1	0
15.	0	1
16.	0	1
17.	0	1
18.	0	1
19.	1	0
20.	1	0
21.	0	1
22.	0	1
23.	0	1
24.	0	1
25.	1	0

ITEMS POR DIMENSIONES:

EGO CENTRAL: 1,3,4,7,10,12,13,15,18, 19,24,25. (12 items)

EGO SOCIAL: 5,8,14,21. (4 items)

EGO ACADÉMICO-LABORAL: 2,17,23 (3 items)

EGO HOGAR PADRES: 6,9,11,16,20,22 (6 items)

ANEXO 5

BAREMOS DEL CUESTIONARIO DE AUTOESTIMA

Nivel	PC	DIMENSIONES				AUTOESTIMA
		EGO CENTRAL	EGO SOCIAL	EGO ACADÉMICO LABORAL	EGO HOGAR PADRES	
Baja	0-50	2-8	1-3	1-2	1-4	4-17
Media	51-74	9	-	-	-	18-19
Alta	75-100	10-12	4	3	5-6	20-24

ANEXO 6

FICHA SOCIODEMOGRÁFICA DE USO DE FACEBOOK

INSTRUCCIONES:

A continuación le presentamos una serie de preguntas a las que le siguen de dos (2) a cinco (5) posibles respuestas o alternativas designadas con las letras A, B, C, D y E.

Por favor seleccione la alternativa que describa mejor su situación con respecto al uso y frecuencia que da a la red social FACEBOOK.

Le pedimos su colaboración respondiendo a cada pregunta con total honestidad. Recuerde; no hay respuestas buenas o malas.

OBSERVACIÓN: En las preguntas N° 2 y 8 puede elegir varias opciones.

1. ¿Tiene una cuenta en Facebook?

A. Sí

B. No

2. ¿Qué muestra en su perfil público de Facebook? (Puede escoger más de una)

A. Información básica (ciudad de origen, cumpleaños)

B. Foto de perfil

C. Formación académica y/o empleo

D. Familiares

E. Intereses (deportes, ideología política, etc.)

3. ¿Con qué frecuencia revisa su cuenta de Facebook en el transcurso de la semana?

A. Un día a la semana

B. De dos a tres días a la semana.

C. De cuatro a seis días de la semana.

D. Todos los días.

4. ¿Cuántas horas diarias emplea en Facebook?

- A. Menos de 1 hora
- B. De 1 a 3 horas
- C. De 3 a 5 horas
- D. Más de 5 horas

5. ¿Cuántas horas semanales emplea en Facebook?

- A. Menos de 3 horas.
- B. De 3 a 7 horas
- C. De 7 a 14 horas
- D. Más de 14 horas

6. ¿Cuántos amigos tiene en Facebook?

- A. Menos de 100
- B. Entre 101 y 300
- C. Entre 301 y 500
- D. Más de 500

7. ¿Cuántas fotos tiene en su página de Facebook? (Incluya las etiquetadas)

- A. Menos de 100
- B. Entre 101 a 300
- C. Entre 301 a 500
- D. Más de 500

8. ¿Utiliza Facebook para...? (Puede escoger más de una)

- A. Comunicarse con sus amigos
- B. Conocer a nuevas personas
- C. Compartir y publicar fotos
- D. Hacer publicaciones en su "Muro"

