



Personalidad del sujeto y uso de la Red Social *Instagram* en jóvenes de Buenos Aires

– Argentina 2024

TIF

Alumno: Sroler Tomas (B00041599-P1)

Universidad Abierta Interamericana

Facultad de Psicología y Relaciones Humanas

Licenciatura en Psicología

Tutora: Areste María Silvina

Resumen

El uso de las redes sociales en la vida cotidiana ha aumentado significativamente, especialmente entre las y los jóvenes, quienes las emplean como espacios de interacción social. Estas plataformas influyen en diversos ámbitos, como el social, laboral, escolar y emocional, y su uso excesivo puede traer múltiples consecuencias negativas. En este contexto, la presente investigación tiene como objetivo analizar la relación entre los rasgos de personalidad y el uso de redes sociales, con un enfoque específico en Instagram, en personas jóvenes adultas de Buenos Aires. Para ello, se llevó a cabo un diseño cuantitativo, de corte transversal, no experimental y de tipo descriptivo-correlacional. La muestra se seleccionó adoptando un muestreo no probabilístico, intencional. Fue conformada por 102 sujetos que residen en el Área Metropolitana de Buenos Aires y tienen entre 18 a 29 años. A dicha muestra se le administró una ficha sociodemográfica, que integra cuatro ítems en base a las medidas de uso de la red social *Instagram* y el instrumento Big Five Inventory (BFI) el cual mide los cinco grandes rasgos de la personalidad (Neuroticismo, Extraversión, Apertura, Amabilidad y Responsabilidad). Los resultados indican que no existen relaciones significativas entre los rasgos de personalidad con la interacción en Instagram. Aunque en este estudio no se hayan encontrado relaciones significativas, el uso excesivo de redes sociales ha sido señalado en investigaciones previas como un factor que puede afectar la interacción social y generar aislamiento. Por lo cual, sigue siendo importante reflexionar sobre cómo su abuso puede impactar en la vida cotidiana y en la forma en que nos relacionamos. El uso constante de redes sociales genera una exposición permanente, lo que puede aumentar la presión social y afectar el bienestar emocional. Adaptarse a estas nuevas formas de interacción no siempre es fácil, por lo que es importante seguir explorando estrategias que permitan un uso más controlado de estas plataformas.

Palabras clave: instagram, personalidad, redes sociales

Abstract

The use of social media in daily life has increased significantly, especially among young people, who use these platforms as spaces for social interaction. These platforms influence various areas, including social, work, academic, and emotional domains, and excessive use can lead to multiple negative consequences. In this context, the present study aims to analyze the relationship between personality traits and social media use, with a specific focus on Instagram, among young adults in Buenos Aires. To achieve this, a quantitative, cross-sectional, non-experimental, and descriptive-correlational design was conducted. The sample was selected using a non-probabilistic, intentional sampling method and consisted of 102 individuals residing in Buenos Aires Metropolitan Area, aged between 18 and 29 years. Participants completed a sociodemographic questionnaire, which included four items measuring Instagram usage, and the Big Five Inventory (BFI), which assesses the five major personality traits: Neuroticism, Extraversion, Openness, Agreeableness, and Conscientiousness. The results indicate that there are no significant relationships between personality traits and Instagram interaction. Although this study did not find significant relationships, previous research has identified excessive social media use as a factor that can impact social interaction and contribute to isolation. Therefore, it remains essential to reflect on how the overuse of these platforms can affect daily life and interpersonal relationships. The constant use of social media creates continuous exposure, which can increase social pressure and impact emotional well-being. Adapting to these new forms of interaction is not always easy, making it important to continue exploring strategies that promote a more controlled use of these platforms.

Key words: instagram, personality, social network

Introducción

Los dispositivos tecnológicos han pasado a ser una parte fundamental de la vida cotidiana, ya que su uso ha modificado las costumbres, la comunicación y las interacciones sociales en distintos ámbitos (Ramírez-Montoya & García-Peñalvo, 2017). Como señala Castells (2009), vivimos en una sociedad donde la comunicación digital es crucial para las interacciones sociales. Diversos estudios han destacado que los adolescentes y jóvenes son principalmente susceptibles a la influencia de las redes sociales, ya que estas ejercen una gran atracción en estos sujetos debido a sus características neuropsicológicas y sociales (Díaz, 2015). Moreno (2015) define a la red social como un medio de comunicación social centrado en la búsqueda de personas para relacionarse en línea. Se encuentra así integrado por personas que comparten alguna relación, mayormente de amistad, mantienen interés y actividades en común o se encuentran interesadas en conocer las actividades y los intereses de los otros. Por otra parte, García-Valcárcel (2013) sostiene que existen dos formas de entender el concepto de la red social, por un lado, desde la percepción de esta como conexiones personales, y por otra como servicios Web, perspectivas que resultan difíciles de separar.

Según la plataforma NextU (2022) mensualmente hay 4.6 billones de usuarios en redes sociales, cifra 3.1 veces mayor a la cifra de 1480 millones de 2012. Es observable un aumento a una tasa anual del 12% durante la última década. Dando como datos recientes que durante el 2022 cerca de 424 millones de usuarios empezaron a usar redes sociales, equivaliendo así a un promedio de un millón de usuarios nuevos por día o un promedio aproximado de 13 usuarios nuevos cada segundo. Entre las redes sociales principales se encuentran Facebook, YouTube, WhatsApp e Instagram. En cuanto a Instagram, como menciona Rodríguez (2021) desde su nacimiento en 2010 ha experimentado una evolución importante hasta lograr los mil millones de usuarios en línea. “Siendo una plataforma virtual que permite a sus usuarios socializar con sus pares mediante publicaciones de contenidos

como: fotografías, videos, reels entre otros todo esto mediante el uso de un teléfono inteligente” (Jaramillo y Solorzano, 2021).

De esta forma, las redes sociales permiten a los usuarios realizar un seguimiento de sus relaciones interpersonales y crear otras nuevas (Deitel y Deitel, 2008). Hoy en día estas se están convirtiendo en una de las tecnologías básicas de comunicación, de manera que no solo se limita a la población joven, sino que está alcanzando a todas las generaciones, incluso personas de edades más avanzadas, por lo que está repercutiendo en la redefinición de las formas de comunicación (Marín-Díaz, Vázquez-Martínez y McMullin, 2014). En concordancia (Ruiz-Corbella y Oliva, 2013) sostienen que, en este escenario, el mayor hito es el surgimiento de un nuevo entorno simbólico de socialización, que llega a ocupar y hasta a veces reemplazar otros espacios de convivencia, consolidándose de esta forma como un medio clave en la configuración de la identidad de los más jóvenes, lo que condiciona el futuro de los espacios de socialización.

Considerando este impacto de las redes sociales en la construcción de la identidad y en las formas de socialización actuales, resulta conveniente explorar cómo los rasgos de personalidad pueden influir en la manera en que cada individuo utiliza y se relaciona con estas plataformas. Cloninger (2002) define la personalidad como las causas internas que subyacen al comportamiento individual y a la experiencia de una persona. A su vez, esta detalla que hay diferentes maneras de describir la personalidad, al ser tan complejo identificar las formas en que los individuos difieren entre sí. Por lo que dicha variable puede ser descripta según el “tipo” de personalidad, medida cualitativamente, donde el sujeto pertenece a una sola categoría de gente con características similares. Por otro lado, puede ser descripta según los “rasgos”, donde se mide cuantitativamente en qué medida se posee un rasgo de personalidad, estos son características que distinguen a las personas entre sí y que provocan que estas se comporten de manera más o menos consecuente. Existen un gran número de rasgos que describen a todos los individuos. Y también tenemos los “factores”, donde el

sujeto puede recibir un puntaje numérico que le indica cuanto posee de un factor, son menos precisos que los rasgos para predecir comportamientos específicos y un corto número de factores describe a todos los individuos. Estas distintas descripciones son de gran importancia en la teoría de la personalidad y de la investigación, ya que, el conocer sus diferencias permite entender la diversidad de formas en que la personalidad puede ser descrita y medida. Según Allport (1937), citado por Cloninger (2002) los rasgos de personalidad son patrones estables que conforman las características de cada individuo, determinan su actitud, su manera de comportarse, pensar sobre uno mismo y relacionarse con los demás, de esta manera se hacen visibles en una amplio grado de contextos sociales y personales, los rasgos son lo perdurable de la personalidad y explican las diferentes conductas de cada persona frente a una situación similar, todos los individuos podrían tener los mismos rasgos de personalidad, y la preponderancia de un rasgo sobre otro es lo que diferenciaría a cada uno.

Entre los aportes más importantes sobre investigaciones en torno a los rasgos de personalidad, se destacan los de Goldberg y Costa y McCrae (1992). Estos elaboraron un modelo de personalidad, conocido como el Modelo Big Five, cuyos enfoques-coincidieron en un modelo de personalidad basado en cinco factores básicos. De esta forma, se mencionan 5 grandes rasgos de la personalidad (Sampértegui y Vásquez, 2022), como lo son: 1) Extraversión: entre sus características principales se encuentran la actividad y la socialización. Una persona extrovertida es una persona sociable, activa, hábil, espontanea, aventurera, vivaz. Por el contrario, un individuo introvertido posee opuestas características (Sampértegui y Vásquez, 2022). Para Cloninger (2002) la extroversión es una de las dimensiones de la personalidad más importantes, debido a que puede pronosticar varias conductas sociales, puede predecir el desarrollo de relaciones interpersonales. 2) Amabilidad: Este rasgo muestra una personalidad amistosa y complaciente, que evita situaciones hostiles, suele llevarse bien con los demás (Cloninger, 2002). 3) Responsabilidad:

Suelen caracterizar en su gran mayoría a personas organizadas, mientras que las personas con baja responsabilidad son más espontáneos y despreocupados (Urdiales, 2022). Dicho rasgo se encuentra directamente relacionado con el éxito y rendimiento académico, siendo un factor predictor del éxito más alto que la inteligencia, ya que, se encuentra relacionado al esfuerzo y motivación que las personas ponen por alcanzar sus objetivos (Sampértegui y Vásquez, 2022). 4) Neuroticismo: Asociado de gran manera con el manejo del estrés y las emociones. Se encuentra muy relacionado con el bienestar/malestar emocional y psicológico, no teniendo por qué estar relacionado con una patología específica, aunque, se encuentra implicado en la predisposición a sufrir el tipo de enfermedades mentales conocidas como trastornos neuróticos (Sanchez, 2007). 5) Apertura: Son sujetos con una mentalidad abierta y gustos e intereses variados. Son creativos, imaginativos y con gran capacidad de solución y respuesta ante diferentes situaciones. Contrariamente, los sujetos que no gozan de este rasgo son más tradicionales y prefieren encontrarse en situaciones que controlen y así les brinden seguridad, por lo que tienen bajo nivel de apertura mental (Sampértegui y Vásquez, 2022).

El uso de redes sociales se relaciona directamente con la personalidad, ya que, estas se alimentan de la interacción entre personas, no podríamos entender el funcionamiento de internet sin abordar la personalidad de los navegadores (Hamburger & Vinitzky, 2010). Sabemos que estas desempeñan un papel clave en la construcción de la identidad de los jóvenes, ya que les permiten explorar y expresar aspectos personales, así como recibir retroalimentación de sus pares, lo que influye en su desarrollo psicológico y social (Arab & Díaz, 2014). Esto es debido a que la naturaleza social de las redes sociales permite una gran variedad de relaciones e interacciones entre los mismos. En cuanto al abuso de las redes sociales, sabemos que este desencadena numerosas consecuencias negativas, como lo son: depresión, síndrome de déficit atencional con hiperactividad, insomnio, disminución de horas del sueño y rendimiento académico (Arab y Díaz, 2014).

La construcción de un perfil en las redes sociales virtuales permite al sujeto organizar las características de la identidad que desea proyectar, es decir, que convierte su ser en las redes en el equivalente a un mensaje publicitario, por así decirlo. Esto con el fin de encontrar y dejarse encontrar por sus similares. De esta forma, el sujeto genera conscientemente su Yo-Virtual eligiendo las características que el mismo desee, para mostrarse al mundo y así ser aceptado como individuo (Rodríguez y Said, 2012). También sabemos que la identidad se va formando socialmente a lo largo de la vida y depende de numerosos aspectos, como lo son, la familia, la escuela, la profesión, el género. Por lo que esta se construye mediante las acciones y las formas que tenga el individuo de relacionarse con el mundo externo y con otro. El uso cotidiano de las redes sociales con numerosos fines, y las influencias de estas en los espacios sociales, laborales, escolares y emocionales ponen de manifiesto su consideración como un elemento más en la formación del sujeto (Aspani y Raquel, 2012).

Siendo así, es indiscutible considerar la importancia que poseen las mismas en los espacios de socialización, evidenciando la transformación de estos y estableciendo de esta forma una significativa relación con la personalidad de los usuarios. Es por todo ello que llevamos a cabo el presente estudio, con el fin de determinar la influencia que tiene la personalidad de los jóvenes en el uso de la red social *Instagram*.

Como parte de las investigaciones previas, se realizó una investigación sobre el uso excesivo de redes sociales y el perfil psicosocial de los adolescentes. Los resultados arrojaron, en cuanto a los factores de personalidad, que los usuarios con un uso excesivo de las redes sociales puntuaron alto en neuroticismo y la impulsividad (Malo-Cerrato et al., 2018). También se investigó la influencia de la personalidad en el uso de Instagram. Los resultados encontraron relaciones positivas entre la extraversión con el número de seguidores y el de usuarios seguidos. Además, se halló una relación positiva entre la apertura y el número de publicaciones y seguidores en Instagram. Finalmente se encontró que las

personas que usan esta red social presentan una mayor extraversión que las que no poseen una cuenta en la misma (Casado-Riera y Carbonell, 2018).

Por otra parte, se llevó a cabo un estudio que buscó la Identificación de rasgos de la personalidad que probabilizan la adicción a Internet, los resultados difieren a otros estudios realizados, ya que estos determinaron que no existe como tal una correlación entre el abuso de internet y la personalidad del adulto-joven (Moreno et al., 2018). Además, Bernés et al. encargaron en otra investigación de analizar la influencia de Internet y redes sociales en rasgos de personalidad de estudiantes universitarios. Contrariamente a otros estudios y en consonancia con la anterior investigación citada, los resultados determinaron que al seleccionar estudiantes con Adicción a Internet y a Redes Sociales para correlacionarse con quienes no la presentan a los rasgos de personalidad, no se encontraron diferencias significativas (Bernés et al., 2018).

Más tarde, por parte del uso de la tecnología, se investigó la relación entre frecuencia y percepción de uso tecnológico, personalidad, afecto y variables neuropsicológicas en población adulta joven. En cuanto a los resultados de interés para nuestra investigación, se encontró una relación significativa y directa entre el uso de Internet y el celular, y los niveles de neuroticismo y afecto negativo (Clavero Blanco et al., 2019).

Por otra parte, los autores Perugini y Castro Solano realizaron un estudio sobre la preferencia en la utilización de plataformas y diferentes usos de Internet. En cuanto a los resultados, se encontró que los participantes con un tipo de uso activo de redes sociales estaban asociados positivamente con el bienestar social, y factores de personalidad como lo son la Extraversión y la Apertura a la experiencia (Perugini y Castro Solano, 2022). Ese mismo año, los mismos investigaron los motivos de uso de Instagram y su asociación con los rasgos de personalidad normal, psicopatológica y positiva. En dicho estudio, los resultados en cuanto a rasgos de personalidad en participantes orientados a una motivación social en el

uso de la Red Social Instagram indicaron que estos poseen alto Neuroticismo. Los participantes que le daban un uso laboral a la red social puntuaron alto en extraversión, responsabilidad y apertura a la experiencia, y bajo en agradabilidad y neuroticismo. Mientras que la muestra que le daba un uso a la red social principalmente por fines informativos obtuvo puntuaciones altas en extraversión, agradabilidad, responsabilidad, honestidad y tenacidad, y bajas en neuroticismo y apertura a la experiencia (Castro Solano y Perugini, 2022). Estos mismos autores realizaron una investigación sobre los rasgos de personalidad, bienestar y malestar psicológico en usuarios de redes sociales que presentan conductas disruptivas online. Los resultados en cuanto a la relación entre variables de personalidad (normales, patológicas y rasgos vinculados a la tríada oscura) y conductas disruptivas online (perfiles que suelen postear comentarios, fotos o vídeos provocativos con el mero fin de molestar, obtener placer o diversión) arrojaron las correlaciones más altas para el rasgo responsabilidad (tratándose de una correlación negativa), el rasgo patológico desinhibición y los rasgos de la tríada oscura psicopatía y maquiavelismo (Perugini y Castro Solano, 2021). Además, en 2019 realizaron una investigación sobre perfiles diferenciales de usuarios de Internet, Factores de personalidad, Rasgos positivos, Síntomas psicopatológicos y Satisfacción con la Vida. Dicho estudio arrojó como resultados que los rasgos de personalidad como Extraversión, Jovialidad y la baja Responsabilidad parecen ser factores determinantes en las preferencias por el uso de las redes sociales (Castro Solano y Perugini, 2019). Los hallazgos de estos estudios se alinean con la investigación sobre la identidad proyectada en redes sociales y su relación con los rasgos de personalidad. En particular, Sosa y Pérez-Fernández (2020) identificaron que el tiempo diario dedicado a Instagram correlaciona positivamente con el neuroticismo, mientras que la amabilidad y la responsabilidad presentan una correlación negativa con dicho tiempo de uso. En consonancia con estos resultados, Abal et al. (2020) llevaron a cabo un estudio orientado a analizar el rol de los rasgos de personalidad como predictores de los niveles de adicción a Instagram. Sus

hallazgos indicaron que un alto nivel de neuroticismo y una baja responsabilidad constituyen predictores significativos de dicha adicción.

En cuanto al uso de redes sociales y la personalidad, se investigó el uso de redes sociales y riesgo de padecer trastornos de la conducta alimentaria en jóvenes. Se encuestó de forma anónima y online a 108 individuos y se les administró un instrumento para medir el riesgo de padecer TCA, junto con preguntas sobre el uso de redes sociales. En cuanto a los resultados estos encontraron una relación significativa entre la frecuencia de uso de redes sociales y tener una experiencia negativa en el uso de estas, con el riesgo de padecer un Trastorno de la Conducta Alimentaria (Ojeda et al., 2021). Siguiendo, en cuanto al uso de las redes sociales, se investigó cómo afectan las mismas en la salud mental de los adolescentes. Los resultados, mediante un análisis exhaustivo de artículos de las bases de datos como Scielo y Redalyc, concluyeron que el uso excesivo de redes sociales genera un efecto negativo en los jóvenes, provocando problemas psicológicos, sociales y físicos (Medina Gamero et al., 2022). En concordancia, también se investigó las redes sociales y su influencia en la salud mental de los estudiantes universitarios. Mediante una revisión sistemática, que identificó artículos publicados en las bases de datos como Web of Science, Scopus, PubMed, Taylor and Francis y Medline, escritos en inglés y español, los resultados permitieron estipular que los altos niveles de uso de las redes sociales en universitarios se correlacionan con la aparición de depresión, ansiedad, estrés, adicción a internet, problemas de aprendizaje y trastornos del sueño (Martínez-Líbano et al., 2022). Por otra parte, se realizó un estudio sobre la relación entre rasgos de personalidad y su interacción con Instagram. Los resultados, en contraposición con la mayoría de los estudios, encontraron que no hay suficiente evidencia para determinar que exista una relación significativa entre los rasgos de personalidad con la interacción en Instagram (Zalamea et al., 2023).

A partir de lo expuesto, esta investigación tiene como objetivo ampliar el conocimiento sobre el uso de redes sociales, específicamente Instagram, en relación con los rasgos de

personalidad. Además, se busca explorar cómo los factores de personalidad influyen en el uso de estas plataformas, lo que podría servir como base para el diseño de estrategias de intervención que permitan a los individuos con un uso problemático reducir el tiempo diario dedicado a ellas y la importancia que les atribuyen en sus vidas. En cuanto a la pregunta de investigación, nos preguntamos ¿Cómo se asocia la personalidad con el uso de la red social *Instagram*?

Por lo que el objetivo general de esta investigación fue analizar la asociación de los rasgos de personalidad sobre el uso de la red social *Instagram* en adultos jóvenes del Área Metropolitana de Buenos Aires. A su vez, los objetivos específicos fueron: a) describir el uso de la red social Instagram en adultos jóvenes del Área Metropolitana de Buenos Aires, b) describir el tipo de personalidad que predomina en adultos jóvenes del Área Metropolitana de Buenos Aires, y c) asociar la personalidad con el tiempo medio de uso y la preferencia de funciones en la red social Instagram.

Esta investigación plantea la siguiente hipótesis general: Los factores de personalidad, específicamente el neuroticismo, la extraversión, la amabilidad y la responsabilidad, influyen significativamente en la decisión de utilizar la red social Instagram y en la manera en que se emplea dicha plataforma. En cuanto a las hipótesis específicas se plantea: 1. Los adultos jóvenes dedican, en promedio, entre 2 y 3 horas diarias al uso de Instagram. 2. En la población de adultos jóvenes del Área Metropolitana de Buenos Aires, predominan los rasgos de apertura, responsabilidad y neuroticismo. 3. Los rasgos de extraversión, apertura y neuroticismo se correlacionan positivamente con el tiempo diario invertido en Instagram, y están asociados de manera significativa con el uso de funciones específicas de la plataforma, como la publicación de historias y la visualización de reels.

Metodología

Diseño

La investigación es de tipo cuantitativa, de corte transversal, diseño no experimental y de alcance descriptivo-correlacional (Hernández Sampieri et al. 2014).

Participantes

La muestra se seleccionó mediante un muestreo no probabilístico de tipo intencional. Consistió en 102 participantes, residentes en el Área Metropolitana de Buenos Aires, con edades entre 18 y 29 años, de ambos sexos. Los criterios de inclusión fueron: (1) tener entre 18 y 29 años, (2) residir en el Área Metropolitana de Buenos Aires, y (3) ser usuario activo de Instagram. Los criterios de exclusión fueron: (1) no encontrarse dentro del rango de edad especificado, (2) residir fuera del Área Metropolitana de Buenos Aires, y (3) contar con un diagnóstico psicológico formalizado por un profesional de la salud.

Instrumentos

Cuestionario sociodemográfico confeccionado Para la recolección de datos sociodemográficos, se diseñó un cuestionario que incluye información sobre edad, lugar de residencia, sexo y nivel educativo. Adicionalmente, se incorporaron preguntas relacionadas con el uso de la red social Instagram, estructuradas en cuatro ítems específicos: 1. Tiempo promedio diario dedicado a Instagram. 2. Número de historias o fotos publicadas semanalmente. 3. Número total de publicaciones en el perfil de Instagram. 4. Preferencia de funciones o actividades más realizadas dentro de la plataforma (por ejemplo, visualizar historias, ver reels, publicar fotos, etc.).

Big Five Inventory (BFI) (John et al., 1991; adaptación argentina Castro Solano & Casullo, 2001) Es un instrumento conformado por 44 ítems que valora los cinco grandes

rasgos de personalidad (extraversión, amabilidad, responsabilidad, neuroticismo, apertura a la experiencia). Esta prueba consiste en un derivado de una prueba de adjetivos de personalidad, los cuales fueron convertidos en frases cortas para facilitar su comprensión. El autor del instrumento demostró la validez y fiabilidad en grupos de población general adulta norteamericana. Dichos estudios demostraron la validez concurrente con otros instrumentos que evalúan la personalidad. En Argentina se llevó a cabo una traducción del inglés respetando la validez lingüística de los ítems según los giros idiomáticos. Dos jueces psicólogos tradujeron la versión en forma separada y luego se consensuaron los ítems en los que había desacuerdo (Castro Solano & Casullo, 2001). También se realizaron estudios que verificaron la validez de contenido de la escala para población adolescente, población adulta no consultante y población militar. En todos los casos se obtuvo un modelo de cinco factores que explicaban alrededor del 50% de la variancia de las puntuaciones. Para esta muestra se obtuvieron valores de consistencia interna apropiados (coeficiente omega): extraversión=.76; agradabilidad=.79; responsabilidad=.82; neuroticismo=.74; apertura a la experiencia=.69. Se puede concluir que el BFI aplicado a población local es confiable, verificándose la homogeneidad de cada una de las escalas que lo conforman.

Procedimiento

El presente estudio se dirigió a adultos jóvenes residentes en el Área Metropolitana de Buenos Aires, con edades comprendidas entre los 18 y 29 años. Este rango etario fue seleccionado con el fin de abordar la franja etaria que tradicionalmente se asocia con el inicio de la vida adulta, una etapa en la que los patrones de uso de redes sociales, como Instagram, son relevantes para el desarrollo de la personalidad y las conductas sociales.

Los participantes fueron contactados a través de correo electrónico, WhatsApp e Instagram, mediante el envío de un enlace a un formulario de Google Forms. En dicho formulario, los participantes accedieron al consentimiento informado, que debían firmar

electrónicamente antes de participar en el estudio. Además, el formulario incluía el cuestionario sociodemográfico y el instrumento de medición de los factores de personalidad (BFI). La recolección de datos se llevó a cabo durante los meses de julio y octubre de 2024.

Una vez que los individuos cumplían con los criterios de inclusión (edad entre 18 y 29 años, residencia en el Área Metropolitana de Buenos Aires y ser usuarios activos de Instagram), sus respuestas fueron consideradas para el análisis de los datos. La duración estimada para completar la encuesta fue de aproximadamente 10 minutos.

Los datos obtenidos fueron procesados y analizados utilizando el software Jamovi 2.3.28, un programa estadístico de código abierto. Los resultados fueron evaluados en relación con los objetivos y las hipótesis planteadas en el estudio.

En cuanto a los principios éticos, se llevó a cabo siguiendo las pautas de la Declaración de Helsinki (2000) para la investigación médica en seres humanos, lo que incluye el manejo de material humano y de información identificable. Por otra parte, se respalda en la Ley 25.326 que promueve la protección integral de los datos personales, ya que estos serán utilizados con propósitos de investigación.

Análisis de datos

Para la carga y el análisis de los datos se utilizó el software Jamovi 2.3.28. Primeramente, se llevó a cabo un proceso de filtrado basado en los criterios de inclusión y exclusión. Los criterios de exclusión fueron: (1) no encontrarse dentro del rango de edad especificado, (2) residir fuera del Área Metropolitana de Buenos Aires, y (3) contar con un diagnóstico psicológico formalizado por un profesional de la salud.

Luego, se realizó un análisis descriptivo de las variables sociodemográficas y los constructos trabajados en la investigación: Uso de redes sociales y Rasgos de

personalidad. Para dicho análisis se utilizó estadísticos tales como el cálculo de frecuencias y medidas de tendencia central y dispersión.

Posteriormente, se aplicó la prueba de normalidad Shapiro-Wilk para analizar el tipo de distribución de las variables. Se aplicaron estadísticos como el Rho de Spearman para la correlación entre los factores de personalidad y la variable Tiempo medio de uso de Instagram, ya que esta no cumplía con el supuesto de normalidad. También, se aplicó la prueba t de Student para comparar los puntajes de los rasgos de personalidad entre el género masculino y femenino, ya que se cumplían los supuestos de normalidad y homogeneidad de varianzas ($p > 0.05$). Así como la prueba U de Mann-Whitney para comparar el tiempo medio diario en *Instagram* según el sexo, ya que esta variable no cumplía con el supuesto de normalidad ($p < 0.001$), siendo esta prueba la más adecuada. Y la prueba de Kruskal-Wallis para analizar diferencias en los rasgos de personalidad según la preferencia de funciones dentro de Instagram, ya que se trataba de más de dos grupos independientes y los datos no presentaban una distribución normal.

Resultados

Tabla 1

Datos descriptivos de las variables

Variable	Etiqueta	N	Porcentaje
Sexo	Masculino	42	41.2 %
	Femenino	60	58.8 %
Nivel Educativo	Secundario incompleto	2	2.00%
	Secundario completo	35	34.3%
	Universitario incompleto	50	49.0%
	Universitario completo	15	14.7%
Tiempo medio empleado al día	Menos de 1 hora	33	32.4 %
	Entre 1 o 2 horas	39	38.2 %
	Entre 2 o 3 horas	18	17.6 %
	Más de 3 horas	12	11.8 %
Preferencia de funciones en la Red Social	Mirar reels	51	50.0 %
	Mirar historias	28	27.5 %
	Subir historias	16	15.7 %
	Mirar publicaciones	7	6.9 %

Se realizó un análisis descriptivo con el objetivo de caracterizar la muestra del estudio (ver Tabla 1). La misma estuvo conformada por 102 participantes de ambos géneros, con una distribución relativamente homogénea.

En cuanto al nivel educativo, la mayoría de las personas encuestadas poseen estudios secundarios o terciarios.

Respecto al uso de la red social Instagram, se observó que la mayor parte de los/as jóvenes participantes dedican entre 1 y 2 horas diarias a la plataforma, seguidos por quienes la utilizan menos de una hora al día.

En relación con las funciones más utilizadas, se identificó que la mayoría de los/as encuestados/as usan Instagram principalmente para ver reels, mientras que en segundo lugar se encuentra la visualización de historias.

Tabla 2*Estadística descriptiva de las variables*

							Shapiro Wilk	
	N	Media	Mediana	DE	Min	Max	W	p
Edad	102	23.81	24.00	3.49	18	33	0.955	0.001
Fotos subidas en la última semana	102	4.22	3.00	5.47	0	28	0.736	< .001
Número total de publicaciones en el perfil	102	58.56	12.00	132.88	0	800	0.471	< .001
Extraversión	102	26.39	26.50	5.42	12	38	0.990	0.630
Amabilidad	102	33.72	34.00	4.83	21	45	0.980	0.137
Responsabilidad	102	30.28	31.00	5.57	17	44	0.988	0.478
Neuroticismo	102	25.77	26.00	5.37	14	38	0.984	0.239
Apertura a la experiencia	102	37.11	38.00	5.76	21	50	0.988	0.509

Nota: DE: Desvío Estándar; W:Wilk; P: Significación

Luego, se pasó a realizar un análisis descriptivo de las variables cuantitativas donde se buscó visualizar sus medidas de tendencia central y de dispersión (ver tabla 2). Así, pudo determinarse que la media respecto a la edad de la muestra es de 23 años aproximadamente. En lo que atañe a las redes sociales, la media de fotos subidas en la última semana es de 4 aproximadamente, mientras que, en cuanto al número total de publicaciones en el perfil, si bien es de 58 aproximadamente, su mediana es de 12. Lo que indica que es una distribución sesgada con valores atípicos en los que algunos sujetos cuentan con muchas más publicaciones que el promedio. En cuanto a los cinco grandes rasgos de la personalidad, el análisis arrojó un nivel promedio de estos rasgos dentro de la muestra estudiada, los participantes tienden a mostrar características de personalidad cercanas al promedio esperado en la población general.

Para verificar la distribución de los datos, se realizó la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk en cada variable. Los resultados indicaron que las variables Extraversión, Amabilidad, Responsabilidad, Neuroticismo y Apertura a la Experiencia cumplen con los supuestos de normalidad ($p > 0.05$), lo que permitió el uso de pruebas paramétricas en los

análisis posteriores. En los casos donde no se cumplió la normalidad, se optó por pruebas estadísticas no paramétricas para garantizar la validez de los resultados.

Tabla 3

Correlación de variables

	Extraversión	Amabilidad	Responsabilidad	Neuroticismo	Apertura a la experiencia	Tiempo medio empleado al día
Extraversión	—					
Amabilidad	0.344***	—				
Responsabilidad	0.191	0.184	—			
Neuroticismo	-0.312**	-0.149	-0.221*	—		
Apertura a la experiencia	0.200*	0.104	-0.103	-0.005	—	
Tiempo medio empleado al día	0.117	0.082	0.016	0.061	0.024	—

Nota: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Para analizar la relación entre el tiempo medio de uso de Instagram y los factores de personalidad, se realizó una correlación de Spearman debido a la distribución no normal de la variable Tiempo medio de uso y la distribución normal de los factores de personalidad. Los resultados indicaron que no se encontraron correlaciones significativas entre el tiempo de uso de Instagram y los cinco factores de personalidad. Los valores p asociados a todas las correlaciones fueron mayores a 0.05 ($p > 0.05$), lo que indica que no se encontró evidencia estadística suficiente para afirmar que las variables están significativamente relacionadas (ver tabla 3). Es probable que el tamaño de la muestra no haya sido suficiente para detectar una relación significativa, o que la relación entre el tiempo de uso de Instagram y los factores de personalidad sea débil o inexistente en esta muestra particular.

Tabla 4*Descriptivas de Grupos sobre rasgos de personalidad*

	Grupo	N	Media	Mediana	DE	EE	T de Student
Extraversión	Masculino	42	25.5	25.5	4.40	0.678	0.189
	Femenino	60	27.0	27.5	5.99	0.774	0.189
Amabilidad	Masculino	42	34.0	33.5	4.74	0.732	0.651
	Femenino	60	33.5	34.0	4.92	0.636	0.651
Neuroticismo	Masculino	42	23.8	23.5	5.61	0.865	0.002
	Femenino	60	27.1	27.0	4.79	0.618	0.002
Responsabilidad	Masculino	42	30.3	30.0	4.70	0.725	0.941
	Femenino	60	30.3	31.0	6.15	0.794	0.941
Apertura a la experiencia	Masculino	42	36.3	37.0	4.97	0.766	0.243
	Femenino	60	37.7	38.0	6.23	0.805	0.243

Se realizó una prueba t de Student para muestras independientes con el objetivo de comparar los puntajes de los rasgos de personalidad entre hombres y mujeres. Antes de realizar la prueba t, se verificó la homogeneidad de varianzas. Los resultados indicaron que las varianzas entre los grupos no eran significativamente diferentes ($p > 0.05$), por lo que se asumió que las varianzas eran iguales y se procedió con la prueba t de Student.

La prueba t de Student reveló que existía una diferencia significativa en los puntajes de neuroticismo entre hombres y mujeres ($p < 0.05$) (ver tabla 4). Esto indica que el sexo influye en los puntajes de neuroticismo, sugiriendo que los hombres y las mujeres tienen perfiles diferentes en cuanto a este rasgo de personalidad. Los resultados muestran que las mujeres puntuaron más alto en neuroticismo, con una media de 27.1, lo que sugiere que, en esta muestra, las mujeres tienden a manifestar niveles más altos de neuroticismo en comparación con los hombres.

Tabla 5

Comparación de rasgos de personalidad según preferencia de uso de Instagram

	χ^2	gl	p
Extraversión	5.783	3	0.123
Amabilidad	1.312	3	0.726
Responsabilidad	1.596	3	0.660
Neuroticismo	2.027	3	0.567
Apertura a la experiencia	0.797	3	0.850

Se realizó un análisis no paramétrico utilizando la prueba de Kruskal-Wallis para evaluar si existían diferencias significativas en los rasgos de personalidad (extraversión, amabilidad, responsabilidad, neuroticismo y apertura a la experiencia) según la preferencia de funciones en la red social (mirar reels, mirar historias, subir historias, mirar publicaciones) (ver tabla 5). Los resultados mostraron que no hubo diferencias significativas entre los grupos ($p > 0.05$), lo que sugiere que la preferencia por distintas funciones dentro de la red social no se asocia de manera significativa con los rasgos de personalidad en la muestra analizada.

Tabla 6

Descriptivas de Grupos sobre tiempo medio empleado al día

	Grupo	N	Media	Mediana	DE	EE	U de Mann-Whitney
Tiempo medio empleado al día	Masculino	42	1.81	2.00	0.890	0.137	0.015
	Femenino	60	2.28	2.00	1.01	0.130	0.015

Para analizar si existen diferencias significativas en el tiempo medio empleado al día en redes sociales según el sexo, se realizó la prueba U de Mann-Whitney, dado que la variable "tiempo medio empleado al día" mostró una distribución no normal ($p < 0.001$). Los resultados indicaron que existe una diferencia significativa en el tiempo medio empleado en redes sociales entre hombres y mujeres ($p = 0.015$) (ver tabla 6). Al observar los datos descriptivos, se encontró que las mujeres presentan una media más alta de tiempo de uso diario de redes sociales en comparación con los hombres.

Discusión

Los objetivos de la presente investigación fueron caracterizar el uso de Instagram en adultos jóvenes de Buenos Aires y analizar su relación con los rasgos de personalidad. Se observó que la mayoría de los participantes destinan entre 1 y 2 horas diarias a la plataforma, principalmente utilizando las funciones de mirar reels y mirar historias. Asimismo, se buscó describir la personalidad predominante en la muestra, encontrándose que los niveles de los cinco grandes rasgos se ubicaron dentro de los valores esperados en la población general. Sin embargo, se identificaron diferencias estadísticamente significativas en los niveles de neuroticismo entre hombres y mujeres, siendo más elevados en las mujeres ($p < 0.05$). Además, se buscó asociar los rasgos de personalidad con el tiempo medio de uso y la preferencia de funciones en la red social Instagram. Los resultados arrojaron una ausencia de relaciones estadísticamente significativas entre los rasgos de personalidad y las variables mencionadas.

En cuanto a la primera hipótesis, esta establecía que los adultos jóvenes presentan un tiempo medio de uso de Instagram de entre 2 y 3 horas diarias. Esta hipótesis fue refutada, ya que el promedio de tiempo arrojado en la muestra fue de 1 a 2 horas diarias. Este resultado difiere con estudios como el de Sosa y Pérez Fernández (2020), donde los usuarios con más actividad mostraban un mayor tiempo de uso. Es probable que las diferencias culturales

hayan influido en esta discrepancia, como así también el creciente uso de otras redes sociales como TikTok, la cual ha ido ganando popularidad en los últimos años entre los jóvenes. Según Medina Gamero et al. (2022), TikTok se ha consolidado como una plataforma predominante entre los adolescentes y adultos jóvenes, lo que podría estar desplazando el tiempo destinado a Instagram. También, la diversificación en el uso de plataformas digitales podría influir en la baja del tiempo promedio arrojado en Instagram por los resultados. Asimismo, los jóvenes de esta muestra utilizan principalmente funciones como mirar reels y mirar historias, hallazgos que coinciden con estudios previos que identifican a Instagram como una plataforma predominantemente visual y orientada al entretenimiento (Casado-Riera & Carbonell, 2018).

Respecto a la segunda hipótesis, que postulaba una predominancia de los rasgos de apertura, responsabilidad y neuroticismo, los datos obtenidos no permitieron corroborar esta afirmación. Si bien la muestra mostró niveles promedio en estos rasgos, el neuroticismo se presentó en niveles significativamente más elevados en mujeres. Este hallazgo coincide con estudios como el de Abal et al. (2020), que identificaron el neuroticismo como un predictor del uso problemático de redes sociales. Dichas diferencias pueden estar mediadas por factores contextuales y sociales, como la presión social y las expectativas de interacción en redes, lo que se ha documentado en investigaciones previas (Ojeda et al., 2021).

Finalmente, en la evaluación de la tercera hipótesis, se esperaba encontrar una relación positiva entre los rasgos de extraversión, apertura y neuroticismo con el tiempo diario de uso de Instagram y la preferencia de funciones como subir historias y mirar reels. Sin embargo, los resultados no mostraron correlaciones estadísticamente significativas entre estas variables, refutando la hipótesis inicial. Este hallazgo concuerda con investigaciones como las de Zalamea et al. (2023) y Moreno et al. (2018), quienes sugieren que la relación entre rasgos de personalidad y uso de redes sociales no siempre es consistente. Adicionalmente, estudios como el de Perugini & Castro Solano (2022) sostienen que factores culturales y demográficos pueden influir en estas asociaciones. Es posible que el tamaño

reducido de la muestra haya limitado la detección de relaciones significativas, un aspecto a considerar en futuras investigaciones.

Conclusión

El presente estudio contribuye al análisis de la relación entre los rasgos de personalidad y el uso de redes sociales, con un enfoque particular en Instagram y su impacto en adultos jóvenes de Buenos Aires. Aunque en esta muestra no se encontraron relaciones significativas, los resultados arrojados en esta investigación resaltan la necesidad de profundizar en los efectos psicológicos y socioculturales del uso de estas plataformas.

El hallazgo de niveles más altos de neuroticismo en las mujeres refuerza la importancia de continuar explorando cómo ciertos rasgos de personalidad pueden predisponer a un uso problemático de las redes sociales. Dado el impacto que estas herramientas tienen en la vida cotidiana, es fundamental desarrollar estrategias para promover un uso saludable y equilibrado.

Futuras investigaciones podrán abordar estos aspectos con muestras más amplias y diseños metodológicos que permitan comprender mejor la interacción entre personalidad y redes sociales, considerando su papel en la construcción de la identidad y el bienestar psicológico. La creciente digitalización de las relaciones humanas plantea la necesidad de seguir indagando en cómo estas dinámicas afectan la vida personal y social, con el objetivo de generar conocimientos aplicables a la prevención y el desarrollo de prácticas digitales más conscientes y saludables.

Hay ciertas limitaciones presentes en el estudio. En primer lugar, se destaca el uso de un muestreo no probabilístico y el tamaño relativamente reducido de la muestra, lo que puede afectar a la generalización de los resultados. Además, el diseño transversal no permite establecer relaciones causales entre las variables. Por otro lado, las características culturales

y sociales pueden ser distintas en otros contextos geográficos, lo que limita la aplicabilidad de los hallazgos a otras poblaciones. Asimismo, existen múltiples factores que pueden influir en los rasgos de personalidad y el uso de las redes sociales, como el entorno familiar, la cultura y la educación, que no fueron controlados en este estudio. Esto podría generar sesgos en los resultados. Por último, no se evaluaron otras variables como podría ser el propósito principal del uso de Instagram, lo que podría haber enriquecido la interpretación de los resultados.

Para futuras investigaciones, se sugiere ampliar la muestra hacia otras regiones más allá de Buenos Aires, empleando muestreos probabilísticos y estudios longitudinales. Asimismo, sería de sumo interés investigar como el uso de las redes sociales influye en la configuración de los rasgos de personalidad a lo largo del tiempo. En nuestro contexto actual, las redes sociales están cambiando la forma en que interactuamos y nos relacionamos, lo que tiene un impacto significativo en cómo nos vemos a nosotros mismos. Es esencial considerar su papel en la construcción de la identidad individual y colectiva. Sería relevante investigar dicha relación en poblaciones más jóvenes, que han crecido inmersas en el uso cotidiano de plataformas digitales, con un impacto significativo en sus espacios sociales, educativos y emocionales desde la niñez.

Referencias

- López Sosa, M., & Pérez-Fernández, F. (2020). Identidad del sujeto proyectada en las redes sociales y su relación con la personalidad. *Edupsykhé. Revista De Psicología Y Educación*, 17(1), 40-59. <https://doi.org/10.57087/edupsykhe.v17i1.4253>
- Ramírez-Montoya, M. S., & García-Peñalvo, F. J. (2017). La integración efectiva del dispositivo móvil en la educación y en el aprendizaje. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 20(2), 29-47. <https://doi.org/10.5944/ried.20.2.18884>
- Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13. <https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2015.01.001>
- Castells, M. (2009). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I: La sociedad red* (2ª ed.). Madrid: Alianza Editorial. <https://amsafe.org.ar/wp-content/uploads/Castells-LA SOCIEDAD RED.pdf>
- Malo-Cerrato, S., Perpiñá, M., De-las-Mercedes, M., Viñas-Poch, F. (2018). Uso excesivo de redes sociales : Perfil psicosocial de adolescentes españoles. *Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 56, 3, 2018. <https://doi.org/10.3916/C56-2018-10>
- Casado-Riera, C., & Carbonell, X. (2018). La influencia de la personalidad en el uso de Instagram. *Revista de Psicología, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 36(1), 43–56. <https://doi.org/10.2436/20.3009.01.209>
- Franco Moreno, A. G., Martínez Bastida, E., Parra Jaimes, C. A., & Ramos Roa, V. (2018). Identificación de rasgos de la personalidad que probabilizan la adicción a Internet.

PsicoEducativa: Reflexiones Y Propuestas, 4(7), 30–35.

<https://psicoeducativa.edusol.info/index.php/rpsicoedu/article/view/84>

Ruiz Bernés, S., Ruiz Bernés, A., Benites Guerrero, V., & Valle Solís, M. O. (2018). Influencia de Internet y redes sociales en rasgos de personalidad de estudiantes universitarios.

Educatconciencia, 17(18), 6–19.

<https://tecnocientifica.com.mx/educateconciencia/index.php/revistaeducate/article/view/86>

Clavero-Blanco, C., Gordillo-León, F., & Pérez-Nieto, M. A. (2019). Relación entre frecuencia y percepción de uso tecnológico, personalidad, afecto y variables neuropsicológicas en población adulta joven. *Escritos De Psicología - Psychological Writings*, 12(2), 69-80.

<https://doi.org/10.24310/espsiescpsi.v12i2.9985>

Castro Solano, A., & Casullo, M. M. (2001). Rasgos de personalidad, bienestar psicologico y rendimiento academico en adolescentes argentinos. *Interdisciplinaria*, 18(1), 65-85.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18011326003>

Perugini Lupano, M. L. & Castro Solano, A. (2022). Preferencia en la Utilización de Plataformas y Diferentes Usos de Internet. El Rol Moderador de los Rasgos Psicopatológicos de Personalidad en la Relación con el Bienestar Percibido. *Revista iberoamericana de diagnóstico y evaluación psicológica*, 3(64), 147-151.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8581933>

Castro Solano, A., Lupano Perugini, M. L., & Caporiccio Trillo, M. A. (2022). Motivos de Uso de Instagram. Análisis Automático del Texto de los Usuarios y Asociación con los Rasgos de Personalidad Normal, Psicopatológica y Positiva. *Perspectivas En Psicología*, 19(2), 171-

193. <http://perspectivas.mdp.edu.ar/revista/index.php/pep/article/view/629>

Castro Solano, A., Lupano Perugini, M. L. (2021). Rasgos de personalidad, bienestar y malestar psicológico en usuarios de redes sociales que presentan conductas disruptivas online.

Universidad de Palermo. Universidad de Buenos Aires. Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

<https://doi.org/10.16888/interd.2021.38.2.1>

Lupano Perugini, M. L. & Castro Solano, A. (2019). Perfiles diferenciales de usuarios de internet, factores de personalidad, rasgos positivos, síntomas psicopatológicos y satisfacción con la vida. Asociación Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación Psicológica; *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación Psicológica*; 53; 4; 9-2019; 79-90.

<https://doi.org/10.21865/RIDEP53.4.06>

Abal, F. J. P., Lozzia, G. y García Díaz, Al. M. (2020). Rasgos de personalidad predictores de la adicción a Instagram. XII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXVII Jornadas de Investigación. XVI Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. II Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. II Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. <https://www.aacademica.org/000-007/939>

Ojeda, M. A., López-Morales, M., Jáuregui-Lobera, I., & Herrero-Martín, G. (2021). Uso de redes sociales y riesgo de padecer TCA en jóvenes. *Journal of Negative and Null Results in Psychology Research*, 6(10), 1289-1307.

https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2529-850X2021001001289

Medina Gamero, A., Tolentino Escarcena, R., Luy Montejó, C., Cárdenas de la Cruz, S. & Muñoz Rojas, J. (2022). Las redes sociales en la salud mental de los adolescentes: ¿un problema existente?. *Stadium Veritatis*, 20(26), 47–59. <https://doi.org/10.35626/sv.26.2022.351>

Martinez-Libano, J., Gonzalez Campusano, N. y Pereira Castillo, J. (2022). Las Redes Sociales y su Influencia en la Salud Mental de los Estudiantes Universitarios: Una Revisión Sistemática. *Reidocrea*, 11(4), 44-57. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/72270>

- Zalamea, V. R., Salinas-García, B. R., & Riera-Loachamín, B. A. (2023). Relación entre rasgos de personalidad y su interacción con Instagram en estudiantes de comunicación. [tesis, Universidad del Azuay]. Facultad de Psicología
<https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/12722>
- García-Valcárcel, A. (2013). Las implicaciones educativas de las redes sociales, en J.I. Aguaded y J.Cabero-Almenara (coords), *Tecnologías y medios para la educación en la sociedad*, 91-116. Madrid: Alianza.
- Ruiz-Corbella, M. & De-Juanas Oliva, A. (2013) Redes sociales, identidad y adolescencia: nuevos retos educativos para la familia. *Estudios sobre educación / Vol. 25 / 2013 / 95-113*
<https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/34734/1/7.%20Ruiz-Corbella%20y%20De%20Juanas.pdf>
- Hernández Sampieri, A., Collado, C. y Baptista-Lucio, M. (2014). Metodología de la Investigación. Mcgraw-hill Interamericana Editores, S.A.
- Castro Solano & Casullo, M. M. (2001). Rasgos de personalidad, bienestar psicológico y rendimiento académico en adolescentes argentinos. *Interdisciplinaria*, 18, 65–85.
<https://www.redalyc.org/pdf/180/18011326003.pdf>
- NextU. (2022). *Este es el top 10 de redes sociales más usadas*. Recuperado de
<https://www.nextu.com/blog/top-10-redes-sociales-mas-usadas-rc22/>
- Rodríguez, T. (2021). Cuantos usuarios tiene instagram. *Marketing Online Gratis*.
<https://marketingonline.gratis/blog/cuantos-usuarios-tiene-instagram/>
- Jaramillo-Andrade, A., & Solorzano-Rojas, S. N. (2021). Rasgos de personalidad de influencers de la red social instagram entre 20-45 años de la ciudad de Cuenca. Universidad del Azuay.
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11481>

Moreno, M. (2015). *Cómo triunfar en las redes sociales*. Barcelona. Ediciones Gestión.

https://static0planetadelibroscommx.cdnstatics.com/libros_contenido_extra/31/30170_Triunfar_en_las_redes_sociales.pdf

Vázquez-Martínez, A. I., & Cabero-Almenara, J. (2015). Las redes sociales aplicadas a la formación. *Revista complutense de educación*, 26(0), 253–272.

https://doi.org/10.5209/rev_rced.2015.v26.47078

Marín-Díaz, V., Vázquez-Martínez, A. I. y McMullin, K. J. (2014). First Steps Towards a University Social Network on Personal Learning Environments. *IRRODL*, 15(3), 93-119.

<http://www.irrodl.org/index.php/irrodl/article/view/1679>

Sampértegui Salazar, S. M., & Vásquez Navarro, H. O. A. (2022). Personalidad: relación entre rasgos y trastornos en estudiantes del primer año de medicina humana en Lambayeque, 2020- 2021. <https://hdl.handle.net/20.500.12893/10212>

Deitel, P. & Deitel, H. (2008). *Ajax, Rich Internet Applications y Desarrollo Web para programadores*. Madrid, Ediciones Anaya Multimedia.

Amichai-Hamburger, Y. & Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1289-1295

Cloninger, Susan. C. (2002). *Teorías de la personalidad*. Pearson Educación, 2002.

https://books.google.es/books?id=8O81kic5J5AC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Millon, T., Grossman, S., Millon, C., Meagher, S. y Ramnath, R. (2006). *Trastornos de la personalidad en la vida moderna, 2.ª edición*. Barcelona: Gráficas Muriel, S.A.

Cruz, C. (2019). *Teorías de la personalidad a lo largo de la historia*. Sociedad Chilena de Salud Mental.

- Rodriguez, A., & S. H. (2012). Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: Caso de Facebook. *Zona Proxima*, 190-207.
- Medina Gamero, A., Tolentino Escarcena, R., Luy Montejó, C., Cárdenas de la Cruz, S., & Muñoz Rojas, J. (2022). Las redes sociales en la salud mental de los adolescentes: ¿un problema existente? *Stodium Veritatis*, 20(26), 47–59. <https://doi.org/10.35626/sv.26.2022.351>
- Urdiales Juela, P. E. (2022). Facebook como herramienta de expresión de la personalidad (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay). <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11602>
- Aspani, S., & R. S. (2012). Facebook y vida cotidiana. *Alternativas en Psicología* .
- Sanchez, R. O. (2007). Los Cinco Grandes Factores: ¿cómo entender la personalidad y cómo evaluarla? *Mar de Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata*.
- Arab, E., & Díaz, A. (2014). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: Aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 7-13.
<https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2014.12.001>

Anexos

Cuestionario Sociodemográfico
Edad * Tu respuesta
Lugar de Residencia * ☐ Buenos Aires ☐ Otro
Sexo * ☐ Masculino ☐ Femenino ☐ Otro
Estado Civil * ☐ Soltero ☐ Casado ☐ Divorciado/Separado ☐ En Pareja ☐ Viudo
Nivel Educativo * ☐ Sin estudios ☐ Primario Incompleto ☐ Primario Completo ☐ Secundario Incompleto ☐ Secundario Completo ☐ Universitario Incompleto ☐ Universitario Completo
¿Usted posee algún diagnóstico psicológico efectuado por un profesional? (ej: Trastorno Bipolar, Trastorno de Ansiedad) * ☐ Sí ☐ No

Cuestionario de Uso de *Instagram*

Tiempo medio empleado al día *

Ir a configuración -> Tiempo en la app

- ☐ Menos de 1 hora
- ☐ Entre 1 o 2 horas
- ☐ Entre 2 o 3 horas
- ☐ Más de 3 horas

Numero de fotos subidas en la última semana, considerando historias y publicaciones (en números) *

Tu respuesta _____

Número total de publicaciones en el perfil (en números) *

Tu respuesta _____

Preferencia de funciones o actividad más realizada en el uso de Instagram (ej: Mirar reels, subir historias) *

Tu respuesta _____

Cuestionario BFI

Nº Protocolo:

Instrucciones. Aquí tiene un listado de características que usualmente se utilizan para describir a las personas. Deberá indicar en qué medida la frase lo describe adecuadamente. Si está completamente de acuerdo con la frase marque con una cruz en la columna MUY DE ACUERDO. Si está en completo desacuerdo con la frase coloque una cruz en la columna MUY EN DESACUERDO. Si no está ni en ACUERDO ni en DESACUERDO coloque una cruz en la columna correspondiente. Recuerde que tiene opciones intermedias.

<i>Yo me veo a mí mismo/a como alguien ...</i>	Muy en Desacuerdo	En parte en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En parte de acuerdo	Muy de Acuerdo
1. A quien le gusta hablar.					
2. Que tiende siempre a encontrar fallas en los demás					
3. Que tiene capacidad para finalizar una tarea					
4. Que es depresivo/a o triste.					
5. Que es original y a quien se le ocurren nuevas ideas					
6. Que es reservado/a.					
7. Que ayuda a los demás y no es egoísta.					
8. Que puede ser un poco descuidado/a.					
9. Que es relajado/a y que maneja bien los problemas					
10. Que es curioso/a respecto de las cosas.					
11. Que está lleno/a de energía.					
12. Que empieza peleas con [os demás.					
13. Que es un trabajador/a confiable.					
14. Que puede ser tenso/a.					
15. Que es ingenioso/a.					
16. Que siempre genera mucho entusiasmo.					
17. Que tiene una naturaleza por la cual puede perdonar					
18. Que tiende a ser desorganizado/a.					
19. Que se preocupa mucho por todo.					
20. Que tiene una imaginación muy activa.					
21. Que tiende a ser callado/a.					
22. Que generalmente es muy confiable.					
23. Que tiende a ser perezoso/a.					
24. Que es emocionalmente estable y no se altera fácilmente					
25. Que es imaginativo/a.					
26. Que tiene una personalidad asertiva.					
27. Que puede ser frío/a y distante.					
28. Que persevera hasta que las tareas están terminadas					
29. Que puede tener alteraciones en los estados de ánimo					
30. Que tiene valores artísticos y disfruta de las experiencias de la vida					
31. Que a veces es tímido/a e inhibido/a.					
32. Que es muy considerado/a y amable con los demás					
33. Que hace las cosas de modo eficiente.					
34. Que permanece calmado/a en situaciones tensas					
35. Que prefiere el trabajo rutinario.					
36. Que es sociable.					
37. Que a veces puede tratar mal a los demás					
38. Que puede fijarse metas y seguirlas.					
39. Que se pone nervioso/a fácilmente.					
40. A quien le gusta pensar y reflexionar.					
41. Que tiene pocos intereses artísticos.					
42. A quien le gusta cooperar con los demás.					
43. Que se distrae fácilmente.					
44. Que tiene gustos sofisticados en arte, música o literatura					