



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

FACULTAD DE PSICOLOGÍA Y RELACIONES HUMANAS

TESIS DE GRADO

TÍTULO A OBTENER: LIC.EN PSICOLOGÍA

TEMA: *POSTURAS DE ADOLESCENTES SOBRE EL USO DE LAS REDES SOCIALES Y EL NARCISISMO DESDE LOS PLANTEAMIENTOS DEL PSICOANÁLISIS.*

Autor: Sarti, Jorge Pablo

Legajo: A0990005830-PE000132

Tutor: Lic. M. Alejandra Aguiño Prieto

Junio 2021

Resumen

En el siguiente trabajo, se pretende indagar las posturas de los adolescentes sobre el uso de las redes sociales y el narcisismo desde los planteamientos del psicoanálisis. Para el desarrollo de tal fin, se busca indagar diversos aspectos asociados a las redes sociales, tales como el tipo de contenido que expresan los usuarios, las características que buscan mostrar, las motivaciones que los llevan a publicar contenido, cuáles son las redes sociales más utilizadas y los motivos por los cuales son elegidas.

Se realizó un estudio basado en un abordaje metodológico con enfoque cualitativo, en el que se entrevistó a diez adolescentes entre 13 y 18 años de edad que residen en Zona Sur del Gran Buenos Aires.

A partir de la transcripción literal del análisis del discurso mediante el sistema categorial, se obtuvieron cinco categorías: datos sociodemográficos, redes sociales, contenido, apariencia personal y narcisismo; con sus respectivas subcategorías.

Palabras clave: redes sociales – narcisismo – psicoanálisis – adolescencia.

Abstract

In the following work, it is intended to investigate the positions of adolescents on the use of social networks and narcissism from the approaches of psychoanalysis. For the development of this purpose, it seeks to investigate various aspects associated with social networks, such as the type of content expressed by users, the characteristics they seek to show, the motivations that lead them to publish content, which are the most social networks used and the reasons for which they are chosen.

A study was carried out based on a methodological approach with a qualitative approach, in which ten adolescents between 13 and 18 years of age who reside in the South Zone of Greater Buenos Aires were interviewed.

From the literal transcription of the discourse analysis using the categorical system, five categories were obtained: sociodemographic data, social networks, content, personal appearance and narcissism; with their respective subcategories.

Keywords: social networks - narcissism - psychoanalysis - adolescence.

Índice General

Resumen.....	2
Abstract.....	3
Índice General	4
Índice de Figuras.....	6
Capítulo I.....	8
1. Introducción	8
1.1. Planteamiento del Problema	8
1.2. Relevancia y Justificación	12
1.3. Objetivos.....	13
Capítulo II	14
2. Marco Teórico	14
2.1. Narcisismo	14
2.2. Uso de Redes Sociales	24
2.3. Adolescencia.....	32
2.4. Antecedentes Sobre el Tema	40
Capítulo III.....	50
3. Metodología de la Investigación	50
3.1. Tipo de Estudio.....	50
3.2. Tipo de Diseño	50
3.3. Participantes	51

3.4. Técnica de Relevamiento de Datos.	51
3.5. Guía de la Entrevista.....	52
3.6. Análisis de Contenido.....	53
Capítulo IV	54
4. Resultados	54
4.1. Red Semántica	54
4.2. Sistema Categorical.....	54
Capítulo V.....	75
5. Conclusiones	75
5.1. Limitaciones del Estudio.....	81
5.2. Futuras Investigaciones	82
Bibliografía	83
Anexos	89

Índice de Figuras

Figura 1. Red Semántica de Categorías y Subcategorías.	54
Figura 2. Datos Sociodemográficos: Edad.	55
Figura 3. Redes Sociales: Redes que Utiliza.	55
Figura 4. Redes Sociales: Motivo de Elección/Uso.	56
Figura 5. Redes Sociales: Importancia General.	57
Figura 6. Redes Sociales: Importancia de Likes, Comentarios y Reacciones.	59
Figura 7. Redes Sociales: Sentimientos y/o Pensamientos Asociados a las Redes.	61
Figura 8. Redes Sociales: Uso en Reuniones Sociales.	61
Figura 9. Redes Sociales: Frecuencia de Uso.	62
Figura 10. Contenido: Frecuencia de Publicación.	63
Figura 11. Contenido: Motivación para Publicar Contenido.	65
Figura 12. Motivos para No Publicar Contenido.	65
Figura 13. Contenido: Contenido Propio Compartido.	66
Figura 14. Contenido: Contenido Ajeno Compartido.	67
Figura 15. Contenido: Contenido que le Gusta Ver.	68
Figura 16. Apariencia Personal: Importancia del Cómo Me Veo.	69
Figura 17. Apariencia Personal: Búsqueda de Aceptación y/o Ser Halagado.	70
Figura 18. Apariencia Personal: Búsqueda de Atención y/o Popularidad.	71
Figura 19. Apariencia Personal: Características Propias que el Entrevistado Busca Mostrar.	71

Figura 20. Apariencia Personal: Características que los Usuarios Buscan Mostrar.....	72
Figura 21. Narcisismo: Relación con Redes Sociales.	73
Figura 22. Narcisismo: Identidades Ideales en Redes.	74
Figura 23. Narcisismo: Autoestima, Aceptación de Uno Mismo.....	75

Capítulo I

1. Introducción

1.1. Planteamiento del Problema

En un primer intento por explicar el narcisismo, Freud (1914) comienza con la noción de una fijación primitiva a la madre y a la identificación con ella. Posteriormente, lo define como un estadio intermedio entre el autoerotismo y el amor de objeto. Finalmente concluye que, en el caso del narcisismo, la libido (entendida como el impulso fundamental y fuerza creadora de la energía vital) se sustrae del mundo exterior y se conduce hacia el Yo. A su vez, diferencia entre narcisismo primario y secundario. El narcisismo primario se constituye como un estado en el cual no existe diferenciación entre la libido yoica y la libido objeto, la libido se encuentra volcada sobre el propio cuerpo y las pulsiones parciales buscan satisfacerse de un modo autoerótico. Sin embargo, se debe definir otro tipo de elección de objeto, el narcisismo secundario, en el cual el desarrollo libidinal experimenta una perturbación a partir de la cual el objeto posterior de amor no se elige según el modelo de la madre, sino según el de su propia persona, beneficiando libidinalmente al Yo. En resumen, se denomina narcisismo al proceso por el cual la libido se dirige hacia uno mismo.

De acuerdo con Alomía Gutiérrez (2018), el narcisismo en el contexto cultural actual puede entenderse como un ensimismamiento de los deseos, una cultura caracterizada por el individualismo y la creencia de los sujetos de que se bastan a sí mismos.

Al llevar adelante un análisis cultural del narcisismo es posible descubrir que, en nuestra cultura occidental, el narcisismo se desarrolla en base a dos sucesos principales. En primer lugar, su gestación comienza en los Estados Unidos luego de la Segunda Guerra Mundial, donde se desarrollaron grupos protestantes contra la autoridad que buscaban la construcción de su propia realidad, distinta a la de sus progenitores. Esto facilitó la

creación de un mundo caracterizado por el activismo contra la sociedad y el desarrollo de una cultura centrada en sí misma, en definitiva, el desarrollo de una sociedad narcisista. En segundo lugar, la filosofía postmodernista europea contribuyó a la exaltación del narcisismo, dejando de lado los valores colectivos y la ética para ser reemplazados por la estética. De esta manera, se generó un individualismo absoluto que desprecia el contacto con otros a fin de lograr el éxito individual. La historia fue relegada a los libros y desconectada de los sucesos actuales en busca de que cada sujeto fuera protagonista de su propia historia (Herreros Trechera, 1998; Herreros Trechera & Vázquez de la Torre, 2008).

De acuerdo con Galindo y MacDonald (2017), es posible mencionar que a partir de estos dos momentos se crea una asociación entre la sociedad occidental y el narcisismo, fundada en la hipótesis de romper lazos con la colectividad. Una hipótesis que puede llevar a los miembros de la sociedad al desarrollo de un deseo de sobrepasar a los otros con el objetivo de cumplir los propios deseos. En múltiples ocasiones, esto queda evidenciado en los medios de comunicación, sobre todo cuando se trata la temática de las redes sociales virtuales tan utilizadas en la actualidad. Hoy en día, con mucha facilidad es posible hallar artículos web, de revistas o de periódicos electrónicos en donde se tratan temas como los comportamientos narcisistas a través del exhibicionismo en las redes o conducta de autopromoción (entendida como aquellas acciones dirigidas a divulgar una imagen propia), la obsesión por las “selfies” o autofotos y la importancia excesiva que se le otorga a la propia imagen, particularmente en la generación de los llamados “millennials” (aquellas personas que nacieron entre los años 1980 y 2000); cuestiones que guardan íntima relación con la aparición de las redes sociales.

De acuerdo con Tocqueville (2007), el creciente individualismo moderno (nacido con la democracia) ha llevado a los individuos a preocuparse, por sobre todas las cosas, de sí

mismos y los ha inducido a abandonar poco a poco el espacio público. Todo este proceso no es más que una forma de hacer referencia a un modo de vida centrado en lo privado que se encuentra en ascenso.

En este contexto, Castilla del Pino (1996) sostiene que no es posible dejar de lado el hecho de que las redes sociales y la Internet están modificando las fronteras entre lo privado y lo público, generando nuevas formas de intimidad. Establece muy claramente una diferenciación entre intimidad, interioridad y privacidad y propone que las acciones humanas pueden ser íntimas, privadas o públicas de acuerdo con el contexto social en el que se desarrollan. A su vez, las acciones íntimas pueden ser comunicadas y no por ello convertirse en públicas y, por el contrario, también pueden ser privadas y no estar aisladas de su contexto social. De acuerdo con estos planteos, la intimidad se constituye como un espacio en donde confluyen diversos fragmentos del yo de una forma más libre; en este espacio el yo puede relajarse y mostrar distintas facetas sin miedo a ser rechazado por el grupo o por el ambiente. Así es que las acciones íntimas pueden convertirse en privadas o públicas de acuerdo con la codificación discursiva.

Teniendo en cuenta todas estas consideraciones, el espacio de las redes suele volverse un contexto donde lo íntimo se manifiesta de forma poco controlada. Suele suceder que, en espacios hiperpúblicos, el sujeto puede verse inducido a verbalizar su intimidad sin limitaciones o vergüenza, como se observa en múltiples ocasiones en programas de televisión, foros o comunidades virtuales (Castilla del Pino, 1996).

Para referirse a estas puestas en escena dadas en los entornos públicos y que hacen referencia a nuevas formas de intimidad, Tisseron (2001) propone utilizar el concepto “extimidad”. A partir de esta noción, las personas construyen las propias identificaciones y exteriorizan ciertos elementos de su vida para luego interiorizarlos de una forma más gratificante, gracias a las respuestas de otras personas. De esta forma, el sujeto no se

muestra ante los otros con la finalidad de compartir algo, sino para verse reflejado en ellos y reafirmar su propio yo. Este suceso se asocia particularmente con la figura central del pensamiento psicoanalítico: Narciso; una imagen muchas veces utilizada para definir teorías sobre la personalidad y para describir tendencias que pueden afectar a toda una cultura o sociedad.

Lasch (1991) puso énfasis en lo que denominó el componente patológico de un nuevo sujeto colectivo, que busca la seguridad y el bienestar, y cuyo sentido del yo depende de la validación de los demás. También, destacó el hecho de que la sociedad del espectáculo incide en el creciente repliegue de sí y en la constante preocupación por el yo. Por su parte, Lipovetsky (1990; 2003) realizó un análisis de las consecuencias del proceso de personalización social en constante crecimiento y describió al hombre posmoderno como individualista, introspectivo y consumista, sólo preocupado por la realización personal y la obtención de placer.

La adolescencia se constituye como una etapa en la cual se produce una reformulación de los conceptos que los sujetos tienen sobre sí mismos y que lo llevan al abandono de la autoimagen infantil. En esta etapa, se hace referencia a la identidad, no como la capacidad de lograr una identidad determinada sino como un continuum, en donde el adolescente atravesará una serie de duelos que resultan de suma importancia para lograr la estabilidad de la personalidad (Aberastury & Knobel, 2004). La Organización Panamericana de la Salud (1990) propone que se trata de un período comprendido entre los 10 y los 19 años, constituido como una etapa compleja de la vida que marca la transición de la infancia a la adultez y que implica una serie de cambios físicos, psicológicos, biológicos, intelectuales y sociales. Este período se clasifica en dos fases: la adolescencia temprana, precoz o primera adolescencia (desde los 10 a los 14 años) y la adolescencia tardía (desde los 15 a los 19 años).

Morduchowicz et al. (2010) destacan que las amistades en la adolescencia constituyen uno de los principales factores que normalmente marcan las identificaciones que los jóvenes tendrán durante la formación de su identidad. Cabe destacar que actualmente los adolescentes se encuentran rodeados de dispositivos tecnológicos y pantallas de smartphones, tablets, computadoras, televisores, entre otros. Sin embargo, la importancia que tienen los amigos y sus representaciones en el grupo etario no se dejan de lado. Es por ello que las redes sociales cobran tal importancia, ya que constituyen una nueva forma de relación y de socialización que solo puede comprenderse a partir del uso que los adolescentes hacen de la tecnología y de los medios. En ese sentido, es posible mencionar que existe una producción simbólica o “cultura web” que produce cambios en la vida social a través de la tecnológica (red de redes de información y comunicación), generando modificaciones en los procesos de construcción subjetiva y, por consiguiente, en el placer o displacer de los sujetos. De esta manera, las redes sociales se han transformado en un medio para la búsqueda de la consolidación de una identidad que muestra al mundo una imagen deseada y que tiene como finalidad generar más amistades y/o pertenecer a grupos, aun cuando estos sólo se produzcan en la virtualidad (Salazar, 2010).

Con relación a todo lo hasta aquí planteado, la presente investigación se propone explorar las posturas de adolescentes sobre el uso de redes sociales y el narcisismo desde los planteamientos del psicoanálisis.

1.2. Relevancia y Justificación

El presente estudio permitirá incrementar el conocimiento sobre la temática abordada. En este sentido, será posible analizar las posturas de adolescentes sobre el uso de redes sociales y el narcisismo, teniendo en cuenta los planteamientos del psicoanálisis.

La elección de la temática de trabajo de la investigación se debe a la importancia que las redes sociales han cobrado en los últimos años. El desarrollo de Internet y las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han servido de base para el desarrollo tan acelerado de las redes sociales, las cuales constituyen un fenómeno que ha generado impacto en los usuarios y en la sociedad en su totalidad.

Autores como Sola Morales (2013), relatan que en la virtualidad los sujetos pueden experimentar, crear o teatralizar nuevas versiones de yo posibles gracias a la creación de avatares o perfiles de usuario en redes sociales, que tienen gran influencia en la forma de socializar y de identificarse con ellos mismos y dentro de un grupo. En el espacio virtual, se produce la configuración de identificaciones o ideales que no necesariamente son reales o están relacionados con los roles establecidos. Finalmente, de acuerdo con el autor, el narcisismo termina por surgir como una respuesta a una sociedad que sigue muy centrada en el sujeto pero que no puede ofrecerle lo que desea. De esta manera, frente a las constantes amenazas y malestares provocados por las diversas crisis de nuestra sociedad, sumado a aspectos como el desinterés por la política, la familia y una preocupación por el cuerpo que va en aumento; los individuos terminan por buscar vías alternativas o construir personajes ideales que les permitan cumplir con sus aspiraciones y, es en este contexto, que los entornos virtuales surgen como una alternativa necesaria para la construcción de dichas identidades.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General.

Indagar las posturas de adolescentes sobre el uso de las redes sociales y el narcisismo desde los planteamientos del psicoanálisis.

1.3.2. Objetivos Específicos.

- ✓ Identificar las posturas de los adolescentes sobre el tipo de contenido que expresan los usuarios en las redes sociales.
- ✓ Identificar las posturas de los adolescentes sobre las características que buscan mostrar los sujetos en sus redes sociales.
- ✓ Identificar las posturas de los adolescentes sobre las motivaciones que llevan a los usuarios a publicar contenido en sus redes sociales.
- ✓ Releva cuáles son las redes sociales más utilizadas por los adolescentes y los motivos por los cuales las eligen.

Capítulo II

2. Marco Teórico

2.1. *Narcisismo*

La primera referencia que se tiene sobre el término Narcisismo proviene del mito griego de Narciso. Este mito tiene su origen en la Metamorfosis de Ovidio, que cuenta la historia del desdichado Narciso en 170 versos. Hace más de 2000 años, desde el mito de Narciso, que el narcisismo es un fenómeno presente en la sociedad y, ha sido desde entonces objeto de estudio e inspiración de múltiples expresiones artísticas como, por ejemplo, el retrato de Dorian Gray del autor Oscar Wilde.

Con respecto a la teoría psicoanalítica, fue Havelock Ellis quien en el año 1898 introdujo el término narcisismo, describiéndolo como una tendencia a estar enteramente absorto en la admiración de sí mismo. Rank (1911), por su parte, le otorga al concepto una condición de patología asociada a la homosexualidad, mientras que Jones (1913) relaciona el concepto con determinados sujetos en los que identifica una sintomatología

denominada “complejo de dios”. En otras palabras, asocia el término narcisismo con una excesiva admiración por sí mismos, deseo de ser admirados, amados o elogiados, y una gran confianza (tanto en su conocimiento como en sus cualidades físicas y mentales). Por otro lado, Adler (1918) plantea que para estos sujetos lo fundamental no es el amor a sí mismos, sino el fin de la dimensión del otro, lo que denomina la falta de interés social o la exclusión de los demás. En el año 1925, Waelder fue el primero en proponer el caso clínico de un hombre que presentaba personalidad narcisista, dado que tenía características de superioridad, se preocupaba por su persona, presentaba falta de empatía y poca conciencia de los demás (Casale Gómez, 2017).

De esta manera, el narcisismo se ha transformado en uno de los principales temas del psicoanálisis. Tal es así, que en el año 1914 Freud escribe “La introducción al narcisismo”, donde logra tal vez la definición más importante del término. Así, define el narcisismo como la etapa intermedia entre el autoerotismo y el aloerotismo. Años más tarde, en su libro “Los instintos y sus destinos” propone una nueva definición del narcisismo como aquella etapa del desarrollo del yo en la que el autoerotismo constituye su forma de sexualidad. Lo define como la temprana fase del yo, en la cual los instintos sexuales se satisfacen autoeróticamente (Freud, 1914). Además, Freud refiere a un Narcisismo Primario, definido como un estado de ausencia de relación con el exterior en el cual el único objeto de amor posible es uno mismo; y un Narcisismo Secundario que se asocia con el proceso de construcción del yo a partir de la identificación con los otros. De esta manera, es posible mencionar que existe un narcisismo al que podría llamarse “sano”, que forma parte de una dimensión de la personalidad y, otro narcisismo al que se denomina “patológico”, el cual conforma una imagen idealizada que niega todo lo que se oponga a ella y supone la devaluación y destrucción inconsciente de lo recibido de los otros (Casale Gómez, 2017).

Siguiendo los postulados de MacDonald (2014), el amor por uno mismo proviene del hecho de ser amado por otra persona, lo que tiene su origen en el amor que una madre le da a su hijo. Cuando el niño siente que es amado por su madre y sabe que es lo más importante para ella, desarrolla lo que se denomina Narcisismo sano. Mientras que, el narcisismo malo se atribuye a la teoría de abuso del niño o negación de este y, se caracteriza por una autoestima aumentada y obsesión por sí mismos, dada por el miedo a ser inferior en comparación con otras personas.

En el desarrollo de este concepto, Freud (1914) concluye que, en el caso del narcisismo, la libido se sustrae del mundo exterior y se conduce hacia el Yo. Define el narcisismo primario como un estado en el cual no existe diferenciación entre la libido yoica y la libido objeto. Se trata de una etapa en donde la libido se encuentra volcada sobre el propio cuerpo y el modo de satisfacción es autoerótico, en otras palabras, las pulsiones parciales buscan satisfacerse en el propio cuerpo. A su vez, se destaca la elección de objetos sexuales en la formulación del concepto. En los niños, estas elecciones se basan en sus vivencias satisfactorias. Dado que las pulsiones sexuales se basan en la satisfacción de las pulsiones yoicas, quien cumple la función materna de cuidado y protección, quien suple y satisface las necesidades de las pulsiones yoicas, generalmente se convierte en el primer objeto sexual. Posteriormente, el favorecimiento de la elección de objeto basada en las pulsiones sexuales, genera una sobrestimación sexual que tiene su origen en el narcisismo originario del niño, el cual da lugar a la génesis del enamoramiento, un estado que produce un empobrecimiento libidinal del yo en beneficio del objeto. Pero también, existe otro tipo de elección de objeto: la elección narcisista. En este tipo de elección, el desarrollo libidinal presenta una perturbación, a partir de la cual el objeto de amor no es elegido según el modelo de la madre sino de acuerdo al modelo de su propia persona, brindando un beneficio libidinal al Yo (Freud, 1914).

De acuerdo con los postulados de Freud (1914), en un primer momento la pulsión es entendida como un estímulo para lo psíquico. De esta manera, el estímulo pulsional no proviene de una fuente externa, sino que es propio del sujeto y de su organismo (surge desde el interior del propio cuerpo y llega a la psique) y, en ese sentido, la pulsión lejos de actuar como algo momentáneo, se mantiene constante en el tiempo y se vuelve una necesidad para el individuo, la cual sólo puede aliviarse satisfaciéndola. Es por ello que se sostiene que el aparato psíquico se encuentra regido por el principio del placer. Cuando se experimenta displacer, aumenta la pulsión y es necesario satisfacer la necesidad para aumentar el placer y sostener el equilibrio psíquico. Además, la pulsión posee una fuente (se constituye a partir de un proceso somático, cuyo estímulo se representa en la vida anímica a través de la pulsión) y un objeto, es decir, el medio a través del cual es posible alcanzar la meta de la pulsión. Ese medio puede ser variable y no se encuentra ligado originalmente a la pulsión, a su vez, puede ser un objeto externo o una parte del propio individuo, puede estar asociado a más de una pulsión en simultáneo y, finalmente, en todos los casos, la meta de la pulsión es la satisfacción (la cual solo puede ser alcanzada cancelando el estado de estimulación de la pulsión).

En la misma línea, Freud (1920) explica que existen dos pulsiones primordiales: las pulsiones yoicas o de autoconservación y las pulsiones sexuales. Las primeras son aquellas necesidades asociadas a las funciones corporales necesarias para conservar la vida del sujeto, por ejemplo, el hambre. Mientras que, las segundas, se relacionan con la libido, postulada por el autor como la energía que fundamenta las transformaciones de estas pulsiones con relación al objeto. En general, las fuerzas impulsivas o catexias se desplazan hacia los objetos o hacia el yo en busca de una satisfacción parcial en la cultura, respecto a la finalidad (que puede ser la sublimación) o a la fuente de excitación sexual (que está ligada con las diversas zonas erógenas de las fases del desarrollo).

El narcisismo parental tiene como principal característica la sobreestimación del niño hacia sus padres, atribuyendo a ellos todo tipo de perfección, dejando de lado sus defectos y sintiéndose, omnipotente y capaz de obtener todo lo que sus figuras parentales no pudieron obtener. Ya en la adultez, se produce el retorno de la libido al Yo, retirándose de sus catexias parentales y originando el proceso denominado Narcisismo Secundario, en el cual el predominio de la libido objetal es relativamente estable y se genera cierto amor por la imagen de sí mismo o lo que se conoce como recatetización del Yo con toda la libido narcisista.

Por otra parte, se hace referencia a un narcisismo influenciado socialmente con la finalidad de crear un sistema de valores. A través de este narcisismo, se crea un ideal en las personas que funciona como el parámetro a partir del cual se mide el yo actual y, por supuesto, sobre el cual recae el amor de sí mismo que el Yo real gozó en la infancia. A su vez, en éste se encuentran todas las perfecciones y los ideales creados en las etapas narcisistas, desarrollando de esta forma el mecanismo de idealización, consistente en el realzamiento psíquico (el cual puede realizarse en el campo de la libido yoica o en el campo de la libido de objeto). La conciencia moral, formada a partir de la crítica de los padres que luego se integra en los diversos discursos de las figuras que representan autoridad (como los maestros, por ejemplo), cuida al yo ideal. También, hay influencia de la opinión pública, el discurso social, entre otros (Freud, 1914).

Basándose en esta teoría, Klein (1980) desarrolló, algunos años después, la teoría de las relaciones objetales. Esto se relacionó con el narcisismo, dado que la autora afirma que no existe un amor objetal, en contraposición con la propuesta de Freud sobre el narcisismo primario. Sino que, para Klein, las relaciones de objeto tienen existencia desde el principio (la madre como amor objetal primario). Por lo tanto, una fase narcisista no es posible, ya que desde el origen se intuyen relaciones objetales. Sin embargo, dichas

relaciones objetales se caracterizan por el hecho de que la libido retorna hacia objetos interiorizados, con lo cual, son de estados narcisistas.

Además de la visión clásica, en donde estas relaciones objetales tienen una finalidad instintiva, también se agrega la relación objetal con emociones, fantasías, angustias y defensas. Existe una diferenciación entre lo que se denomina objetos buenos y objetos malos; el objeto bueno será todo aquel que produzca satisfacción y cuidado al neonato, mientras que el objeto malo, será lo opuesto, aquel que no produzca satisfacción y genere angustias persecutorias. En este sentido, la madre constituye el objeto primario y primordial para el niño, y más particularmente, sus pechos. El niño, disocia así a la madre en dos objetos parciales en los que decantará la representación de un objeto bueno (Pecho bueno: lo que gratifica) y un objeto malo (Pecho malo: lo que frustra), debido a que, en la totalidad del objeto, esto es lo que el niño recibe desde el exterior y se representa en objetos parcializados, creando de esa forma una doble actitud hacia la madre (Klein, 1980).

Con relación a la angustia persecutoria, Klein (1980) manifiesta que esta surge desde el nacimiento, dado que el neonato experimenta, al igual que las relaciones de objeto, sentimientos persecutorios que se producen por las sensaciones angustiosas propias del parto y las dificultades posteriores en la adaptación a las nuevas condiciones del medio. Dada la capacidad del recién nacido para percibir a la madre, esta se convierte en la primera relación de objeto, que se establece a partir de los procesos primarios de introyección. Por otra parte, la relación con los objetos reales se puede establecer por la proyección de la libido y la agresión hacia los pechos de la madre, mientras que, las relaciones con los objetos internos se crean por la introyección de estos.

Además, la autora destaca que existe un segundo tipo de angustia llamada Angustia Depresiva, en la cual los impulsos y los deseos agresivos del niño hacia el pecho malo

son sentidos como peligrosos en el pecho bueno también. Estas emociones se refuerzan entre los 3 y 6 meses, ya que el lactante introyecta a su madre como persona cada vez más y, es en este momento, en el que se encuentra en una posición depresiva. En dicha posición, el superyó se percibe como conciencia moral que prohíbe las tendencias destructivas y asesinas, fortificando la necesidad del niño de que sus padres reales lo guíen y establezcan límites (Klein, 1980).

Kohut (1986) plantea la psicología del Self, en donde hace una distinción entre el self y las nociones del yo, ello y superyó, las cuales constituyen el aparato psíquico. El self, se encuentra ligado a la experiencia, forma parte del aparato psíquico y crea una estructura interna de la mente, la cual se caracteriza por tener una energía distintiva. A diferencia de las nociones del yo, ello y superyó, esta energía es continua y repercute en el tiempo, posee localización psíquica, además, lo que hace que no sea un constituyente del aparato psíquico sino un contenido de este.

Para comprender el narcisismo, el autor propone tres premisas fundamentales. En primer lugar, el narcisismo tiene una línea de desarrollo paralela a la de la libido psicosexual de objeto, sin embargo, a diferencia de Freud que sostiene que son la misma línea de desarrollo, Kohut explica que estas líneas son diferentes. En segundo lugar, propone la existencia de dos etapas intermedias entre el narcisismo primario o autoerótico y el narcisismo secundario o adulto. La primera de ellas, se denomina self grandioso (etapa de autoperfección y admiración; estructura grandiosa y exhibicionista, concentración de la perfección y el poder en el self) y la segunda, se denomina imago parental idealizada (se inviste al objeto arcaico de libido, más el narcisismo mezclado con elementos constitutivos del amor objetal). En tercer lugar, pone en evidencia la transformación del narcisismo primario en maduro o adulto. Dicha transformación se produce desde expresiones normales de las personas (como la capacidad creativa, de

empatía, de entender la propia finitud, el sentido del humor, la sabiduría) y un self cohesionado, vital y con un funcionamiento armonioso. Para poder cristalizarlo, el ser humano debe pasar por tres variables: la elección de objeto, la formación del self grandioso (compuesta por la omnipotencia primitiva) y la formación del imago parental idealizada (compuesta por los residuos del narcisismo primario) (Kohut, 1986).

De esta manera, a lo largo del desarrollo del narcisismo en la infancia, los niños se relacionan con otros sin considerarlos como entes separados sino como objetos de su propio self o self-objects. En ellos, se delegan funciones psicológicas vitales, la regulación de la autoestima y de la tensión intrapsíquica y el mantenimiento de la cohesión del self. A medida que el infante se va desarrollando, debe ir abandonando la necesidad de objetos del self e ir aumentando su habilidad para manejar estas funciones psicológicas vitales por sí mismo. Así es que se logra la vivencia de los otros como entes separados y como objetos de gratificación instintiva (Kohut, 1980).

En 1966, Kohut sostiene que la línea de desarrollo del narcisismo transcurre desde la interacción específica del niño con su medio hacia la madurez. Ese medio promueve la cohesión del self, la formación de la estructura y de las imágenes idealizadas, pero para ello, el infante invierte a otros con catexias narcisistas, por lo que, la experiencia se vuelve narcisista y, por lo tanto, lo convierte en un self-object. En este sentido, existen dos tipos de objetos-self: el objeto reflejante y el imago parental idealizado. El primero, se constituye por aquellos objetos que dan respuesta al niño y confirman su sentido innato de vigor, grandeza y perfección, que posteriormente, se ubicará en relación con las ambiciones. El segundo, se constituye por aquellos objetos que el niño observa y le brindan una imagen de calma y omnipotencia; más adelante se los ubica en relación con los ideales.

Kohut (1986) realizó estudios con pacientes que presentaban trastornos narcisistas de la personalidad y, dentro de estos estudios, planteo que sus pacientes sufrían perturbaciones específicas del self y de los objetos arcaicos catectizados con libido narcisista (objetos-self). Si bien estos objetos se encuentran relacionados con el self arcaico, estos no son vivenciados como independientes y distintos del self y se localizan en los inicios tempranos del desarrollo temporal del progreso psíquico. De esta manera se fijan en configuraciones anteriores de un self grandioso y/o en objetos arcaicos catectizados narcisíticamente. Es por ello que, en la personalidad adulta se ven empobrecidas las funciones maduras, dado que se hallan privadas de la energía que se encuentra invertida en estructuras antiguas. En suma, la ruptura y la intrusión de las estructuras arcaicas y de sus arcaicos reclamos terminan por estorbar las actividades adultas y realistas de estas personas.

En esta línea, para el desarrollo óptimo del ser humano es necesario que las vicisitudes del self grandioso arcaico (omnipotencia y exhibicionismo) se vayan desplazando en forma gradual hasta integrarse a la personalidad adulta y se brinde la energía necesaria para el equilibrio y el buen desarrollo de la autoestima. Además, el imago parental idealizada debe integrarse también con la personalidad adulta, dado que se convertirá en un componente de suma importancia para la organización psíquica. Por otra parte, la interacción con los padres es relevante para que el desarrollo sea óptimo. Esta interacción debe ser lo suficientemente buena, es decir que, si los padres dan respuesta al niño y son gradualmente frustrantes, es altamente probable que este desarrolle sus estructuras sin problemas. Sin embargo, si los padres son demasiado frustrantes, lo que suele suceder es que los niños desarrollan traumas y, en consecuencia, podrían desarrollar a futuro un trastorno narcisista de la personalidad (Kohut, 1986).

De acuerdo con Kenberg (1993), a finales del siglo XX, se definen dos tipos de narcisismos. El narcisismo considerado normal es aquel que surge a partir de catectización normal del sí mismo, es decir, que se trata de una estructura intrapsíquica constituida por varias representaciones de sí mismo y sus disposiciones afectivas correspondientes. Se trata de estructuras afectivo-cognitivas que manifiestan la forma en que el sujeto se percibe a sí mismo en las interacciones con otros objetos (reales y/o fantaseados). Por otro lado, el narcisismo considerado patológico es aquel que se da a partir de las relaciones del sí mismo con lo que se denomina estructuras intrasistémicas (dentro del yo) y estructuras intersistémicas (con el ello y el superyó).

Para hablar de un narcisismo desarrollado normalmente y de manera óptima, es necesario que el sí mismo logre una integración de los componentes catectizados libidinales y agresivos, pero, a su vez, la catectización libidinal debe ser mayor que la agresiva. Además, debido a la relación existente entre el narcisismo y la autoestima, hay tres factores de la realidad que pueden tener influencia en la regulación de la autoestima y mejorar el desarrollo normal del narcisismo. Estos son las gratificaciones libidinales que provienen de objetos externos, las gratificaciones de metas y aspiraciones yoicas (surge a partir del éxito social o el buen funcionamiento) y las gratificaciones de aspiraciones intelectuales o culturales. Por último, la catectización libidinal del sí mismo debe ser paralela a la catectización libidinal de los objetos.

Si todo ello no ocurriera, se desarrollaría un narcisismo patológico caracterizado por un sí mismo desintegrado y con estados yoicos contradictorios donde los contenidos libidinales y agresivos se encontrarían escindidos. En el narcisismo patológico, pueden presentarse los siguientes síntomas: sentimiento de irrealidad, de vacío o de extrañamiento, dificultad para establecer relaciones interpersonales y sostener vínculos empáticos con el entorno, falta de integración de las representaciones objetales (esto hace

que el sujeto tenga vivencias “totalmente buenas” o “totalmente malas” y que las representaciones objetales sean bastante irreales y patológicas, ya que no pueden ser integradas en un todo) (Entenberg, 1993).

Lipovetsky (1986) argumenta que cada generación encuentra de su agrado reconocerse y hallar su identidad en una figura legendaria o mitológica que venga a interpretar los problemas del momento. En este sentido y, ante la mirada de un gran número de investigadores, sostiene el autor que Narciso constituye actualmente, el símbolo de nuestro tiempo. Además, refiere a un nuevo individualismo en el cual las personas tienen una fijación no sólo por sí mismas, sino también por su cuerpo y su relación con los otros, alejándose de la era privada para exponerse en la esfera pública. De esta manera, los sujetos viven para sí mismos sin preocuparse por las tradiciones, los valores o las instituciones sociales. El individualismo genera apatía ante los asuntos institucionales y sociales que constantemente se expresan en los mass media; dicha apatía tiene su origen en la costumbre de lo que consumimos en los mass media, lo que hace que las tragedias se vuelvan parte de nosotros. En este contexto, el narcisismo entra en escena como consecuencia de que los sujetos se preocupan más por ellos mismos que por los otros, como resultado de un proceso de personalización.

Para finalizar, Arthur Brooks, presidente del American Enterprise Institute dice: “Si en la mitología griega Narciso se enamoró de su reflejo, en la modernidad se enamora de los comentarios de sus seguidores en Instagram, dejándose morir mientras los cuenta compulsivamente” (Casale Gómez, 2017, p.4).

2.2. Uso de Redes Sociales

En los últimos años, las redes sociales han aparecido y han conquistado a los usuarios por diversos motivos. En primer lugar, por la inmediatez que las caracteriza y, en segundo

lugar, porque resultan ser muy útiles para facilitar las relaciones entre los individuos. Tal es así, que su uso se ha extendido a nivel mundial (Arcusa Les, 2015).

Boyd y Ellison (2008) definen una red social como un servicio que le permite a los usuarios la construcción de un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado. Dentro de ese sistema, es posible articular una lista de otros usuarios con los que se comparte una conexión, como así también, visitar e indagar su lista de conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema.

Por su parte, Stupia (2014) refiere que, en la actualidad, las redes sociales son muy populares y son utilizadas por diversos públicos. Se trata de sitios de Internet en los cuales los sujetos pueden publicar su perfil y conectarlo con otros, con el propósito de crear una red propia.

A grandes rasgos, Arcusa Les (2015) propone que, si bien existen diversas redes sociales, cada una de ellas sirve para una finalidad concreta como, por ejemplo, compartir imágenes, escuchar música, buscar trabajo, entre otras. La característica común a todas ellas es que incluyen la interconexión entre sus miembros. Algunos ejemplos dentro de la cantidad de redes sociales que se utilizan hoy en día son Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube, entre otros. Es decir que, existe una amplia variedad de redes y la elección que cada usuario hará sobre ellas dependerá en gran parte de la edad y de los intereses de cada uno. Además, el autor destaca que, aunque pueda resultar triste, a muchos de nosotros nos ha resultado familiar alguna de estas situaciones: hablar con alguien mientras está mirando su teléfono (posiblemente nosotros mismos también lo hemos hecho alguna vez), ir a un restaurant y observar a dos personas comiendo que no intercambian palabra y permanentemente miran su móvil, personas más preocupadas por capturar momentos con su Smartphone que por disfrutar el instante presente, y un montón de otras situaciones que dejan en evidencia la elevada influencia de las redes sociales en

nuestras vidas y cómo en múltiples ocasiones logran alejarnos de la realidad que tenemos frente a nuestros ojos. De esta manera, más de una vez terminamos por vivir en una virtualidad que parece ser más real que la realidad misma. Tal es así, que cabe preguntarse qué es lo que capta tanto la atención de las personas, qué características particulares presentan las redes sociales para que su uso se haya extendido tan masivamente.

En este punto, la explicación de Coderch (2003) sobre los instrumentos técnicos en general puede ser extrapolable a las redes sociales:

“Los actuales instrumentos técnicos – televisión, teléfonos móviles, internet, medios de comunicación, etcétera - permiten tener siempre al alcance de la mano una realidad virtual que nunca se hace esperar. De aquí, por ejemplo, el fenómeno cada vez más extendido de la adicción por parte de los adolescentes y adultos a consumir largas horas chateando en internet. A través de este medio, los límites desaparecen, las fronteras se borran, la realidad externa palidece y se hace innecesaria. Es posible instaurar relaciones con desconocidos de todas partes del mundo, sin necesidad de mantener buenas relaciones con los vecinos o con los compañeros de trabajo, los cuales exigirían algo en correspondencia [...] De esta manera, la realidad queda escondida bajo una realidad virtual que puede transformarse y modificarse de manera inextinguible, a gusto del consumidor. Con ello, grandes masas de población [...] viven más intensamente la realidad virtual que la realidad que les rodea” (pp. 20-21).

Centrándonos particularmente en Facebook, es posible destacar que se trata de una red social gratuita cuyo origen se da en el año 2004 de la mano de Mark Zuckerberg, bajo el respaldo de Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz. La idea original fue

crearla para los estudiantes de la Universidad de Harvard, pero rápidamente se extendió a las universidades de élite del este (Ivy League) y luego, en el año 2007, a todas las universidades del mundo. En el año 2014, luego de una década desde su creación, esta red social ya había superado los mil millones de usuarios. Esta red opera de manera mundial como una interfaz virtual en la que los sujetos pueden crearse un perfil, completar los datos que deseen y realizar diversas acciones tales como, buscar y encontrar contactos de la vida real, expresar estados de ánimo y opiniones, subir contenido y hacer comentarios en publicaciones, jugar, crear redes y grupos con diferentes propósitos. Resulta importante mencionar que una de las características más relevantes de Facebook es que se encuentra en constante actualización y, debido a ello, los usuarios pueden observar en sus perfiles de manera casi instantánea las diversas noticias, acciones, decisiones y actividades que realizan los demás usuarios de su lista de amigos. Se trata de una red social que promueve el contacto entre personas, sugiriendo amistades que tienen personas conocidas o amigos compartidos; también los medios de comunicación, los políticos, las personas del espectáculo, las marcas, las empresas, entre otros, crean sus propios perfiles en Facebook, ya que ofrece una gran recepción y popularidad y permite que los mensajes difundidos lleguen a miles de personas en muy poco tiempo, logrando el efecto de inmediatez (Stupia, 2014).

Recién en el año 2010, surge la red social Instagram, la cual fue creada por Kevin Systrom y Mike Krieger. Se trata de una red que creció exponencialmente y de forma rápida, de manera tal que, a fines del año 2014, ya había alcanzado los 300 millones de usuarios. Su propósito básico es el de compartir fotos y videos, para lo cual tiene incorporada una aplicación que permite retocar fotografías, añadir efectos (marcos, filtros, colores con diversa tonalidad y estilo) y, también permite publicar estos contenidos en otras redes sociales, como Facebook. Ambas aplicaciones (Facebook e

Instagram) funcionan de manera similar, ya que incluyen la posibilidad de dar “me gusta” o “likes” e incluso también compartir publicaciones y perfiles. Al parecer, lo interesante de las redes sociales para las personas en general, es que permiten tanto mostrar como ver todo lo que sucede en la vida de otros sujetos a partir de las fotos, videos y publicaciones que realizan. De esta manera, pareciera ser que la intimidad se comparte, muchas veces intentando que los otros creen que somos lo que publicamos y generando una imagen que no es real (Arcusa Les, 2015).

“La visibilidad individual se convierte en un asunto personal, y casi histérico, que se comprueba cada día. Esto no significa que los usuarios de las redes sociales entreguen su intimidad realmente. Se trata de un espacio nuevo o renovado de lo que Goffman (1959) señalaba como exposición o presentación pública” (Carreras et al., 2014, p. 168).

Dieguez (2007) afirmó que la comunicación por medio de la virtualidad no sólo inhibe, sino que también dificulta el encuentro real cara a cara con otras personas, a la vez que entorpece el intercambio social. Otro autor, Balaguer (2003) sostuvo que el chat constituye un encuentro paradigmático en el cual confluyen comunicaciones que implican poco compromiso con la interioridad de las personas. Por otra parte, de acuerdo con el autor, están quienes sostienen que todo ello que implican las tecnologías de la información y la comunicación, es tan solo un avance respecto de lo conocido convencionalmente, el cual favorece nuevas formas de ser y de relacionarse.

En el ciberespacio, muchos individuos asumen personalidades que han sido fabricadas por ellos mismos. Las redes los animan a pensar en sí mismos como fluidos, descentralizados, múltiples, emergentes y en un proceso constante. Se destaca que se trata de un contexto que desgasta los límites entre la realidad y la virtualidad, la corporalidad desaparece de la comunicación presencial (cara a cara) para permitir una comunicación

dialógica y pluridireccional a través de recursos tecnológicos (como celulares o computadoras), una comunicación que libera a los usuarios de las restricciones que impone la presencialidad y que facilita el contacto con otros (Dieguez, 2008).

Carr (2013) propone cuáles son los males que promueven las tecnologías. Entre ellos, destaca que esquemas básicos de las formas de pensamiento, del vocabulario, entre mucho otros, se van modificando hasta convertirse en aspectos superficiales. Además, para ciertos usuarios se incrementa el riesgo de caer en la adicción a las tecnologías. Esto se debe a que en múltiples ocasiones los sujetos terminan por excederse en los tiempos de conexión, protegerse detrás de una pantalla a fin de evitar enfrentarse a las relaciones reales, recrear nuevas identidades a partir de datos falsos que les permitan sentirse más seguros y desatender quehaceres para responder a las demandas que les generan las redes sociales, las cuales constituyen un refugio de sus propias carencias.

Por su parte, el psicólogo John Suler (2004) ha estudiado ampliamente el concepto de “efecto desinhibidor” que se hace presente en las redes. Propone que las personas en el ciberespacio hacen y dicen cosas que en la vida fuera de la red no serían capaces de decir y hacer. Esta desinhibición puede manifestarse en diversas formas de actuación que van desde expresar sentimientos profundos o íntimos, realizar comentarios agresivos y/o amenazantes hasta realizar acciones de afecto que no ocurren con frecuencia. El efecto de desinhibición se produce a partir de la escritura, ya que los sujetos que difunden los mensajes no son vistos ni oídos por nadie en esa situación, lo que facilita su apertura y los incita a decir cosas que offline, cara a cara o en persona no dirían. A su vez, esta forma de expresarse a través de la escritura viene acompañada por la velocidad de reflexión, es decir que, cuando respondemos un mensaje escribimos una respuesta directamente gracias al “anonimato” de encontrarse detrás de un dispositivo sin necesidad de

enfrentarnos al sujeto con el que hablamos ni a las consecuencias reales o tangibles, que no se producen en un comentario a través de la red.

Taylor (2002) sostiene que la identidad sólo puede ser definida teniendo en cuenta los horizontes de significado que la conforman, tales como la historia, la sociedad, la cultura, la familia, la tradición, la genética, entre otros. En otras palabras, el yo se concibe a partir de todo aquello que le ha sido brindado por el ambiente o por la naturaleza y que tiene influencia en su propio desarrollo. Esto pone de manifiesto que el yo, para ser yo, requiere de lo otro, de aquello que se encuentra por fuera de sí. Por lo tanto, la sociabilidad y la identidad se hallan unidas, siendo la sociabilidad indispensable para el desarrollo de la identidad. En este sentido, Turpo (2010) nos dice que: *“en la medida en que el individuo se concibe a sí mismo, requiere de los otros para conformar su identidad. Por lo que la identidad sólo cobra existencia y se verifica a través de la interacción”* (p.5).

Por su parte, Giones Valls y Serrat Brustenga (2010) plantean el término de identidad digital, entendido como la representación virtual de uno mismo que se construye paulatinamente a partir de la actividad en Internet y de la actividad de los otros. En otros términos, es posible mencionar que surge de la participación activa en una red social, compartiendo fotografías, textos, artículos, videos, etcétera. A su vez, los autores destacan que muchas veces los usuarios hacen uso de esta identidad digital para proyectar lo que les gustaría ser, para que los otros creen que son de tal o cual manera como querrían ser. Muchos aspectos de carácter sociológico, cultural o incluso psicológico, convergen en la identidad digital y, en múltiples ocasiones, esta identidad no se condice con la identidad real, dado que cada cual busca mostrar lo mejor de sí, lo que se denomina self-presentation.

Para Goffman (1981) la impresión que se quiere proyectar se transmite cada vez que un individuo se presenta ante los demás, mientras que, para Wood y Smith (2005) la

identidad se define como una construcción que se caracteriza por ser compleja, personal, social y en parte consistente con quien creemos ser, cómo queremos que los otros nos perciban y cómo nos perciben en realidad. De acuerdo con estos autores, en la comunicación virtual lo que se destaca es la imagen que los sujetos buscan mostrar a los demás.

Retomando sobre el mito de Narciso (un ser solitario y condenado a la muerte por haberse enamorado de sí mismo) y, habiendo resaltado que las relaciones entre los individuos y la conexión permanente entre ellos se han incrementado con la aparición de las redes sociales; cabe destacar la paradoja de la que habla Lipovetsky en una entrevista en el año (2013). Para él, las redes sociales muestran un cierto tipo de paradoja, ya que ese individualismo narcisista que se había desarrollado en la era del vacío se contradice con lo que, en apariencia, muestran las redes sociales. Narciso era un personaje solitario que se amaba a sí mismo, pero en las redes sociales, el sujeto no tiene más que amigos y, ahí está la paradoja. Sin embargo, en este sentido, el autor destaca que hay un narcisismo que se encubre en el uso de redes sociales; antes era Narciso quien se otorgaba el amor a sí mismo, pero en la actualidad, ese amor se consigue a partir de los otros, lo que en definitiva no es más que el retorno hacia nosotros mismos. Asimismo, el autor señala que las personas tenemos una gran dificultad para vivir desconectadas, debido al hecho de que no nos soportamos a nosotras mismas, lo que nos lleva a una absoluta dependencia de las tecnologías. En este sentido, afirma que todo remite a uno mismo pero que, al mismo tiempo, el individuo no se soporta solo, no tolera su soledad y por ello, debe estar conectado. Lo curioso es que, incluso cuando se encuentra acompañado, se desarrolla en él una ansiedad por corroborar si alguien se ha acordado de él.

2.3. Adolescencia

Antes de hablar de adolescencia, resulta necesario desarrollar el concepto de sexualidad infantil propuesto por Freud (1905). La sexualidad infantil inicia con las pulsiones sexuales infantiles, las cuales se encuentran relacionadas con las siguientes fases: oral, anal, fálica, período de latencia y genital. En la primera fase (oral), la boca es la zona erógena que predomina, mientras que, el destete es la meta de un adecuado desarrollo de esta etapa. En ella, existe un predominio del placer del niño entre los primeros 6 meses y el año por ejercer succión sobre los objetos y luego, por morderlos. La fase anal, por su parte, se desarrolla entre los dos y los tres años de vida aproximadamente. En esta fase, la acción de defecar alivia una necesidad corporal y produce placer. Dado que la zona erógena dominante es el orificio anal, la retención y la expulsión constituyen el placer sexual y, el control de esfínteres constituye la meta de esta etapa. La etapa fálica se desarrolla aproximadamente desde los tres hasta los cinco años de edad, en donde el placer se centra en las caricias masturbatorias y en tocarse las partes genitales. Durante esta etapa, el niño suele sentir la amenaza de ser privado de amor y cuidado por la posible llegada de un nuevo niño, lo que produce en él dudas acerca del nacimiento (en un comienzo el infante tiene la creencia de la universalidad del falo). Esto es lo que se conoce como el enigma de la esfinge. Además, en esta fase, inicia el complejo de Edipo junto con el complejo de castración. En este sentido, el complejo de Edipo se define como la primera inclinación del niño hacia un objeto de deseo (en la infancia masculina, el objeto de deseo será la madre, mientras que, en la infancia femenina, el objeto de deseo será el padre) y es el que marca el punto culmine de la evolución psicosexual infantil. El complejo de castración es definido como una amenaza de los cuidadores de ser castrado por ser hallado manipulando su órgano sexual. Como el niño posee una alta valoración del órgano amenazado, la amenaza tiene un gran efecto y, como

consecuencia de ella, se produce la primera identificación del niño con su progenitor del mismo sexo. Dicha identificación permite la aparición del superyó (o moral) y el cierre del complejo de Edipo. Posteriormente, comenzará un período de latencia que durará desde los cinco años aproximadamente hasta la pubertad; en este período se adquirirán los mecanismos de defensa que serán activados en casos de estrés y que permitirán continuar con la última etapa en la cual se enmarca la adolescencia, la etapa genital (Freud, 1905).

El segundo momento de sexualidad humana se produce luego de la finalización de la etapa de latencia, en donde las pulsiones parciales se subordinan bajo el primado de la genitalidad a través del mecanismo de placer. En este caso, la zona erógena es la genital, la cual, al ser estimulada, produce un aumento de la tensión necesaria para que se genere la energía motora que permite llevar a cabo el acto sexual. Tanto en las pulsiones parciales como en la sexualidad polimorfa infantil, el placer es el mismo. Con la aparición de la tensión genital, se produce la segunda elección del objeto y se reeditan los complejos de Edipo y de castración. Esto supone una complicación para el psiquismo, ya que, de acuerdo con el crecimiento corporal, tanto el incesto como el parricidio ahora son posibles, por lo que la oleada de sexualidad debe a la represión, a fin de poder abandonar la fijación a los objetos edípicos. El abandono de la autoridad, como así también, la desinvestidura de los padres son algunas de las consecuencias de esta etapa que va a permitir hallar o reencontrar el objeto exogámico y heterosexual, como una forma de retornar a la satisfacción sexual primitiva (la succión y el pecho materno como objeto), reestableciendo la relación originaria con el primer objeto pulsional (Freud, 1905).

De esta manera, el sujeto buscará en los otros el reencuentro con el propio Yo, ya sea por apuntalamiento de los modelos de la primera infancia como de modo narcisista. Independientemente del modo que utilice, para que se mantenga en preservación la

barrera del incesto, es necesario efectuar un desplazamiento desde los modelos primarios hasta los modelos actuales (Freud, 1914).

El proceso psicológico a partir del cual se asimila un aspecto, propiedad o atributo del otro y se lo transforma (en forma total o parcial) se conoce como identificación. La personalidad se genera de acuerdo con estos objetos de identificación, en donde se produce la constitución y la diferenciación a través de la identificación con distintos objetos (tomando como base esa primera identificación) (Freud, 1905).

Winnicott (1960) propone que la adolescencia y la inmadurez son equivalentes y, que la adolescencia constituye una etapa de transición entre la infancia y la vida adulta. Dicha etapa se encuentra caracterizada por una serie de cambios constantes y de revolucionar interna asociada con el crecimiento emocional, lo que lleva al adolescente a cuestionar ferozmente la realidad empírica y a desafiar constantemente a las figuras de autoridad y a su dependencia a las misma. El adolescente para Winnicott, se encuentra en la búsqueda de su identidad, lo que resalta como idealismo adolescente. Sin embargo, para ello deberá atravesar por una fase en la que se sentirá inútil (interregno), dado que aún no se ha encontrado en sí mismo y se encuentra en una lucha constante por empezar de nuevo, por sentirse real.

Erickson (1983), por su parte, nombró a la adolescencia como la “identidad versus la confusión de rol” y la enmarcó dentro de las ocho edades del hombre como la número cinco. Una buena relación inicial con el mundo de las habilidades y las herramientas marca el comienzo de esta etapa, como así también, el fin de la infancia y el inicio de la pubertad. Durante la adolescencia, todas las creencias previas vuelven a ponerse en duda, no sólo por la rapidez de los cambios que se vive en esta etapa, sino también por la madurez genital y las nuevas responsabilidades adultas por venir. Muchas de las batallas libradas durante la infancia vuelven a librarse en esta etapa, donde el sujeto elegirá

adversarios en forma artificial y creará ídolos e ideales, quienes resultarán el resguardo de su identidad final, en donde se integrarán los roles ganados. Dicha integración se producirá bajo la forma de identidad yoica y, la experiencia acumulada le permitirá al yo la integración de todas las identificaciones junto con las vicisitudes de la libido. La confusión de rol basada en la duda previa acerca de la propia identidad sexual, es el peligro de esta etapa. Además, el primer enamoramiento suele darse en esta etapa como un intento por definir la propia identidad a partir de la proyección de la propia imagen yoica difusa en otra persona, logrando que se refleje y se aclare en forma gradual (Erickson, 1983).

Por otra parte, Dolto (1992) define la adolescencia como una etapa de mutación similar al período de cambio de caparazón, donde el primer caparazón se pierde y las defensas se pierden temporalmente hasta la fabricación de un nuevo caparazón. Al igual que el crustáceo, el adolescente se encuentra en un peligro constante de ser acechado por depredadores que, en este caso, serían sus ansiedades, sus propias reestructuraciones o el ambiente en el cual se encuentra inmerso. Muchas veces el adolescente termina por relega sus pensamientos en otro tema, por lo que estos peligros pueden no ser conscientes.

Entre los tres y los cuatro años, se inicia una primera vida imaginaria en el desarrollo del ser humana, donde la mirada se centra en las personas más cercanas al niño, es decir, en su grupo familiar íntimo. Las relaciones con el mundo externo se establecen a partir de las opciones de los padres, pero éstas no son de gran interés para el infante a menos que se produzcan acontecimientos trascendentales en los que el niño, junto con los padres, quede inmerso. Se presume que en esta primera vida imaginaria el niño presenta una dificultad para pensar por sí mismo y que, si llega a serlo, no expresará estos pensamientos hasta aproximadamente los once años, con lo cual hasta ese entonces los pensamientos y opiniones del infante se encontrarán filiados a los de sus padres. Entre los 11 y los 13

años, los niños buscan vencer su malestar o su vergüenza a partir de acciones tales como taparse el rostro con el pelo, ruborizarse o azotar el aire con las manos. También, pueden incluso tapar heridas indelebles en su psiquismo por miedo a ser rechazados o incomprendidos. En este momento se produce el surgimiento de la segunda vida imaginaria, el cual forma parte del proceso de transición de la infancia hacia la adolescencia. Las energías del joven se redireccionan desde la familia hacia el grupo social como sostén extrafamiliar, mientras que, la televisión, las lecturas o los juegos serán los referentes de su vida imaginaria (Dolto, 1992).

Para Dolto (1992), el fin de adolescencia se produce cuando la angustia paterna deja de inhibir al sujeto. El adolescente alcanza el estado de adultez cuando es capaz de liberarse de la influencia paterna, alcanzado el pensamiento de que no puede ni quiere cambiar a sus padres, que no se siente aceptado tal cual es y, por lo tanto, es preciso abandonarlos, sin sentirse culpable por ello. Sin embargo, en la sociedad occidental se considera que el paso a la adultez se produce cuando el sujeto logra la independencia económica.

En Argentina, Aberastury y Knobel (2004) sostienen que la adolescencia es un período caracterizado por la transición entre lo puberal y el desarrollo adulto, en el cual se produce la reformulación por parte del adolescente de los conceptos que posee sobre sí mismo y el abandono de la autoimagen de la infancia. Dicho período comienza con la pubertad, en donde se producen cambios a nivel fisiológico y hormonal. De esta manera, comienza a producirse óvulos y espermatozoides maduros y a desarrollarse las características sexuales tanto primarias como secundarias. Durante esta etapa también se produce el duelo por el cuerpo infantil perdido, el cual obliga a una modificación del esquema corporal y al conocimiento físico de sí mismo. Al inicio, los cambios físicos pueden ser vivenciados como perturbadores, extraños o que genera insatisfacción, contribuyendo a

la despersonalización. Sin embargo, la integración del yo solo es posible a partir de la elaboración del duelo por sí mismo y por sus objetos. A su vez, pueden presentarse cambios de humor como micro crisis maníaco depresivas que se produce cuando desde la base de los mecanismos de proyección y de duele por la pérdida del objeto, fallan los intentos de elaboración. El proceso biopsicosomático de maduración genital se producirá durante la búsqueda del sí mismo y permitirá hacer uso de la genitalidad con fines procreativos. En el proceso de construcción de la identidad adulta, esto constituye un logro que se diferencia de la inestabilidad y de los cambios que se experimentan durante este período, en el cual se produce la reactivación de las etapas previas de evaluación libidinal y los procesos psicológicos básicos de disociación, introyección e identificación. Dichos procesos permitirán el establecimiento de una personalidad en cierto grado definida pero que fluctúa entre la individuación (como entidad yoica), la autocognición (como conocimiento del self) y el conjunto de esquema corporal y cuerpo o imagen inconsciente del cuerpo. La ansiedad y la depresión se presentan durante la adolescencia como sentimiento básico, dado que el Yo se encuentra en un constante intento por conectarse con el mundo en forma placentera, pero, cuando fracasa en el intento se produce en él una sensación de fracaso que se vive intensamente y que produce un “repliegue autista” (el individuo se refugia en sí mismo) junto con desaliento y aburrimiento. De esta manera, el adolescente se encuentra en constantemente elaborando y reconsiderando sus vivencias y fracasos y, la intelectualización y la fantasía constituyen las formas típicas de sus mecanismos defensivos, las cuales le permiten la compensación de las pérdidas y las renunciadas impuestas por la realidad sobre aspectos tales como su cuerpo, su rol, sus padres infantiles, la identidad infantil, la bisexualidad, entre otros; aspectos inevitables que suceden dentro de sí mismo (Aberastury & Knobel, 2004).

En este momento suele observarse una tendencia grupal en el adolescente, un espíritu de grupo. En general, el joven buscará pertenecer a grupos de amigos o pares más que al grupo familiar, buscando uniformidad con ellos. De esta manera, la dependencia que anteriormente se tenía hacia la familia se traslada hacia el grupo (nuevos guardianes de su psique) y se produce una sobreidentificación o múltiples identificaciones con cada uno de sus miembros. El grupo permite el refuerzo de la identidad y le facilita al joven evitar asumir responsabilidades u obligaciones para las cuales no se encuentra preparado todavía. El líder del grupo adquiere un rol de poder similar al de los padres y la oposición a las figuras parentales surge como una forma de determinar una identidad distinta a la de sus padres y de independizarse de ellos. A su vez, para hacer parte de este mecanismo psicológico facilitador de duelos, la propia identidad queda relegada a un segundo plano. En paralelo, debido a la proyección hacia el mundo externo de la mayor parte de la frustración por el duelo por la pérdida de los padres de la infancia, se presentan actitudes sociales reivindicatorias que resultan imprescindibles y que permiten el desarrollo de actitudes destructivas tanto contra los padres como contra la sociedad. Dichas actitudes serán reparadas con ideas reconstructivas luego de atravesar los correspondientes duelos y de reconocer la sensación de fracaso. A partir de la angustia que produce la pérdida de la niñez, la muerte de partes del yo y de sus objetos, el joven logrará paulatinamente la conceptualización del tiempo, no sólo logrando discriminar entre pasado, presente y futuro sino también aceptando la finitud propia y la de sus padres. Esta es una de las tareas de mayor relevancia durante la adolescencia, ya que la percepción y la discriminación del tiempo se asocia directamente con la posibilidad de elaborar los duelos típicos de esa edad. De esta manera, el adolescente logrará salir de su modalidad de relación narcisista y de su conducta ambigua en la medida en que sea capaz de reconocer un pasado, formular

proyectos, saber esperar y elaborar en el presente, superando en gran medida los problemas de la adolescencia (Aberastury & Knobel, 2004).

Con relación la sexualidad, los autores (Aberastury & Knobel, 2004) destacan que existe una oscilación por parte del adolescente entre la actividad masturbatoria y los inicios de la genitalidad y su ejercicio. Fenómenos tales como el enamoramiento apasionado (idealización de una figura que actúa como sustituto parental y que es vinculada por el adolescente con fantasías edípicas) comienzan a aparecer, para dar paso luego a las relaciones genitales completas. Dichas relaciones son principalmente exploratorias, ya que se encuentran vinculadas con las fantasías y con las experiencias del pasado, en ellas las experiencias masturbatorias son repetidas en compañía de otro. En este sentido, la actividad masturbatoria cumple la función de ser preparatoria y exploratoria, lo que le facilita al adolescente configurar la imagen del aparato genital en su esquema corporal. Además, se reelabora el complejo de Edipo, logrando que el varón idealice a su padre y se identifique con los aspectos positivos de éste, logrando la superación del miedo a la castración a través de sus propios logros y realizaciones personales que le indican su capacidad creativa y potencia, mientras que, la mujer logra la aceptación de su belleza, de sus atributos femeninos, la identificación con los aspectos positivos de su madre y el reconocimiento de que su cuerpo no ha sido vaciado, destruido o mutilado. Finalmente, se genera en el adolescente la necesidad de separarse de sus padres, iniciando el proceso de individuación, contando con un yo enriquecido con mecanismos defensivos que resulten de utilidad y un superyó que facilite el encauzamiento de la vida sexual que comienza a exteriorizarse en la satisfacción genital, lo que sucederá siempre y cuando todos los períodos previos se hayan desarrollado adecuadamente (Aberastury & Knobel, 2004).

2.4. Antecedentes Sobre el Tema

En el año 2012, Manzanares Bracke propuso que las fotografías que se publican en el espacio de realidad virtual consisten en una nueva forma de diálogo y de expresión, a partir de la cual los sujetos construyen su identidad y nuevos narcisismos contemporáneos. Manifestó que se habla de varios narcisismos y no sólo de uno debido a la complejidad de los individuos y a los escenarios lingüísticos y metafóricos que el sujeto construye a partir de ellos. Estos nuevos narcisismos contemporáneos se constituyen como una especie de base de la identidad y se construyen a través de imágenes, comentarios y posteos en las redes sociales. Finalmente, concluyó que los perfiles de redes sociales se constituyen como una construcción diaria a partir de la cual los sujetos se expresan y ubican su existencia en la red. Esto se debe a que existe cierto placer en los usuarios al ser vistos, comentados o simplemente en el hecho de que otros sujetos pongan like en sus fotos, lo que evidencia que, tal como Narciso, son deseados por otros.

En un artículo desarrollado por Perceval et al. (2014), se realizó un recorrido, tanto teórico como reflexivo, acerca del concepto de identidad en relación con la propagación y el uso masivo de redes sociales en la actualidad. Los autores destacan que las redes sociales, las cuales fueron pensadas inicialmente como un espacio alternativo y de colaboración, amenazan hoy con transformarse en un escenario narcisista de competencia individual. De esta manera, la visibilización se ha transformado en un fin en sí mismo y se han construido nuevas fronteras sociales en base a las personas que tienen éxito y aquellos llamados “perdedores solitarios” en este nuevo espacio de visibilización y reputación. Además, concluyen que las redes sociales que utilizamos a través de diversos dispositivos, se encuentran dirigidas al uso lúdico donde se publican chistes, bromas, fotos curiosas, entre otros contenidos que no sólo proliferan peticiones de ayuda,

campañas para alarmar o para concientizar sobre alguna temática, sino que proliferan algo más. De cierta forma, las redes sociales han hecho que las personas recuperen ese narcisismo que se manifiesta en el exhibicionismo excesivo y en el estar pendientes no sólo de lo que mostramos sino también de lo que otros nos muestran en las redes.

González Sarmiento (2014) publicó un artículo en el cual destaca que las características de los usuarios de redes sociales, especialmente Facebook, se han estudiado y se han relacionado con ciertos rasgos de personalidad, particularmente el narcisismo. Lo que indica es que la mayor parte de los usuarios activos suelen ser narcisistas y, a la vez, poseen una autoestima desvalorizada. Plantea que usar una red social como Facebook es similar a mirarse en el espejo, tal vez porque muy profundamente esa imagen encierra una verdad; se infiere que aquellos sujetos que dedican mucho tiempo a actualizar sus perfiles en las redes sociales suelen tener rasgos narcisistas en su personalidad. En este sentido, para la autora toda red social reúne ciertas condiciones que son ideales para el usuario que posee estos rasgos, ya que implican una forma de interacción en la cual es posible mostrarse o “venderse” a través de fotografías y actualizaciones del perfil. Algunas de sus conclusiones son: (1) las personas con rasgos narcisistas revisan sus cuentas en las redes sociales con más frecuencia que el usuario promedio, (2) existe una correlación positiva significativa entre el narcisismo y el contenido de auto-promoción en redes (foto de perfil, publicaciones, estados, comentarios), (3) a través de las selfies públicas se logra el propósito narcisista de admiración y afirmación por parte de los otros y (4) las selfies son una clara manifestación narcisista.

En otra investigación se destaca que nuestra sociedad actual apunta hacia el desarrollo de lo que se denomina neo-narcisismo, el cual encuentra su espacio en el propio cuerpo. Se trata de un narcisismo fundado en la propia contemplación del cuerpo y en su

exhibicionismo a través de las redes sociales. La pulsión que se encuentra por detrás de la proliferación, de autofotos, por ejemplo, es una pulsión narcisista manifestada en la necesidad de tener/ser una imagen, una necesidad que es creada y característica de nuestra sociedad. Es también un modo de buscar la validación en el juicio de lo demás, particularmente a través de los Me gusta (likes) que se expresan en las redes sociales y, un acto de comunicación con la finalidad de reafirmar la existencia, de estar presente en la red como una manifestación del ser (Finol, 2014).

En la misma línea, otras investigaciones pretenden demostrar que existe una relación entre el uso de las redes sociales y el narcisismo. Una de ellas es la investigación realizada por Arcusa Les (2015), en la cual se destaca la importancia de observar cómo las redes sociales, tales como Facebook o Instagram, ejercen influencia en la propia identidad y sociabilidad. En este sentido, es posible evidenciar que los usuarios manifiestan una necesidad permanente de afirmación y reconocimiento por parte de los demás y, esto se ve favorecido por los componentes principales de las redes sociales. La autora concluye que ese narcisismo al cual hace referencia es un narcisismo social, cuya causa principal está dada por el por el hecho de que, en nuestra sociedad, las personas no se conocen ni se quieren bien a sí mismas.

Murolo (2015) publicó un artículo en el que sostiene que en la era contemporánea asistimos a la búsqueda de propias identidades narrativas a través de los nuevos medios, identidades que vienen acompañadas de múltiples y variados usos de la tecnología. En este sentido, el universo de las redes sociales se encuentra inserto en una dinámica narrativa del yo propia de Internet, en donde el sujeto se cuenta a sí mismo y narra la cotidianeidad de su vida a sus amigos y seguidores. El autor concluye que, es alrededor de estas dinámicas, que la imagen ocupa un lugar central. A su vez, dichas dinámicas son asimilables con el mítico encuentro de Narciso en el agua; la imagen de uno mismo por

momentos encanta y atrae. Detrás de las imágenes que se publican existe una intención de que otros nos vean, la idea de ejercer un cierto control sobre lo que otros ven de nosotros y, por consiguiente, sobre la imagen mental que producen sobre nosotros, intentando acercarse lo más posible a los ideales de belleza deseables en la sociedad de acuerdo con el momento histórico. Finalmente, toda la dinámica de tomar una foto se produce para nosotros mismos; al igual que Narciso, las personas se enamoran de sí mismas en cada imagen que toman, eligen en cuál se ven bien, descartan las fotografías en las que no, las editan y controlan su presentación en las redes.

En el año 2015, Gamarra Linares y Rosado Escobar desarrollaron una investigación con el propósito de determinar la relación existente entre la adicción a Facebook y la presencia de patrones narcisistas de la personalidad. La muestra estuvo conformada por 323 participantes del 4to y 5to año de nivel secundario, de dos instituciones educativas de Lima y Chiclayo (Perú) y los instrumentos administrados fueron el Test de Adicción a Internet de Young (1998) y el cuestionario N15 de Trechera, Millán y Fernández (2008). Los resultados obtenidos arrojaron una relación significativa entre la dimensión narcisismo y la adicción a Facebook, de esta manera se confirmó que la dependencia a esta red social se asocia con rasgos narcisistas de la personalidad.

De acuerdo con Gómez y Lloret (2016), las redes sociales constituyen un espacio de interacción que impacta profundamente en la imagen personal. Si bien se trata de un fenómeno reciente, en los últimos años ha penetrado en casi la totalidad de la población de jóvenes. Es por ello que el estudio de la personalidad con relación a las redes sociales se ha convertido en una temática de interés y se sugiere la existencia de una relación entre la personalidad narcisista y un patrón de uso de redes sociales asociado con la autopromoción. Con el objetivo de determinar los patrones de uso de redes sociales asociados con rasgos de la personalidad, se desarrolló un estudio en el cual se analiza una

población de 273 estudiantes de la provincia de Alicante (España) a quienes se les administro el TIPI para evaluar la personalidad y el NPI-40 para evaluar el narcisismo. Los resultados arrojaron que existe una relación significativa entre un alto grado de narcisismo y la conducta de autopromoción en redes sociales. Dicha conducta se caracteriza por publicar más fotos, realizar cambios en el perfil, enviar fotos eróticas propias y un mayor grado de interés en agradar a los demás. A su vez, la conducta de autopromoción en las redes puede llevar a los individuos a exponer el ámbito personal y a comprometer la privacidad, con un aumento del riesgo de victimización.

Valarezo Granja (2017) llevó a cabo una investigación con el objetivo de analizar la relación entre las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) con el concepto de narcisismo en la teoría psicoanalítica. Se trata de un trabajo de investigación basado en una perspectiva del individuo en conjunto con las cada vez más complejas máquinas a las que se conecta. Las conclusiones del estudio permiten llegar a la idea de que, tal como Narciso, las personas pueden quedar atrapadas en una imagen ideal que presenta la tecnología a través de las redes sociales (Facebook, Instagram, Snapchat, etcétera). Se trata de modos de presentar un lado bello de la realidad que termina por producir semblantes y fachadas. A su vez, los mercados aprovechan el uso masivo de las redes sociales en donde toda la información se filtra, para tener acceso a un servicio personalizado en función de las “preferencias” de los usuarios, en cierto modo, ahorrándoles la búsqueda y al punto que parecería que podrían conseguir la satisfacción de sus deseos por medio de la Internet.

Otros autores como Casale Gómez (2017), buscaron realizar un recorrido por el narcisismo hasta llegar a su expresión en las redes sociales. En su trabajo de investigación, el autor estudió el concepto de Narcisismo desde la mitología griega, partiendo del mito de Narciso hasta expresiones artísticas como el Retrato de Dorian Grey y las definiciones

de diversas corrientes psicológicas de la personalidad, particularmente el psicoanálisis. De esta manera, llevó a cabo un análisis del desarrollo de las redes sociales, plataformas y avances tecnológicos, sosteniendo que estos avances, hoy en día, permiten que el narcisismo se haga presente cada vez más en redes como Facebook, Snapchat, Instagram, entre otras. En sus conclusiones, destaca que las redes sociales ayudan a los sujetos a manipular su imagen física, a invertir dinero con la finalidad de obtener más likes o seguidores y a ir constantemente en búsqueda del reconocimiento público.

Por su parte, Guerra Cid (2017) concluye en su investigación que la capacidad de comunicación entre los individuos es cada vez mayor e indiscriminada y que esto resulta una consecuencia de los múltiples cauces electrónicos y virtuales que existen actualmente. Sostiene que vivimos en una paradoja de la comunicación, donde si bien el sujeto se encuentra bien conectado con la tecnología, está cada vez más desconectado y aislado de la realidad. Esto es lo que se denomina un paso progresivo desde la realidad virtual hacia una virtualización de la realidad que trae aparejados efectos negativos, como la generación de un narcisismo artificial. Todo se vuelve más virtual de lo que parece. Por ejemplo, en las redes sociales es posible hallar desde fotografías retocadas con Photoshop que brindan imágenes de un futuro compañero/a amoroso ideal e irreal hasta el punto de exagerar o incluso inventar rasgos de personalidad, hobbies y hábitos que se considera que vuelven a la persona más atractiva. Esta situación, que al fin y al cabo resulta una estafa, es la que permite la generación de un self virtual y un narcisismo artificioso, fundado en la no aceptación de la incertidumbre que la realidad supone.

En el año 2018, Alomía Gutiérrez desarrolló una investigación con el objetivo de analizar el narcisismo desde los planteamientos de Kohut en adolescentes de Santiago de Cali (Colombia) a partir de las interacciones que tenían en sus redes sociales. Se trató de un estudio cualitativo, en el cual se seleccionaron 22 jóvenes de un colegio del nororiente

de la ciudad a quienes se les administró una encuesta sociodemográfica sobre el uso de redes sociales. Posteriormente, se seleccionaron tres estudiantes que habían reportado un alto uso de redes sociales con la finalidad de hacer una entrevista semi-estructurada. Los resultados obtenidos mostraron que los jóvenes hacían uso elevado de las redes sociales, aun cuando estaban con amigos o familia y reportaban que, si bien sus relaciones familiares eran en términos generales buenas, daban mucha relevancia al grupo social y al uso de las redes para la interacción con sus compañeros y para el manejo de sus emociones. Finalmente, el autor concluye que estas diversas interacciones que se dan en las redes sociales pueden ser utilizadas por los jóvenes con la finalidad de sobrellevar el proceso de desarrollo, la crisis madurativa y de creación de la identidad, como así también, la consolidación de un narcisismo apto para el desarrollo de estructuras psicológicas necesarias para la cohesión del ser. En este sentido, se destacan aquellas interacciones como el exhibicionismo intelectual (escribiendo y compartiendo escritos), la exhibición del propio cuerpo (a través de fotografías) y el uso de la pantalla como una barrera que permite la protección del self. La evidencia demuestra que existe una tendencia por parte de la muestra a utilizar las redes sociales para expresar sus deseos de exhibirse, de ser vistos, buscar el reconocimiento por parte de los otros y lograr que sus publicaciones tengan un impacto en ese otro, ya sea a través de un “me gusta” o un comentario, intercambiando formas de pensar o formar de actuar (Alomía Gutiérrez, 2018).

Por otro lado, Arancegui (2018) concluye en su trabajo de investigación que la sociedad en la que vivimos (de la modernidad líquida) está caracterizada por rasgos narcisistas. En los últimos años ha habido un aumento en los desórdenes de tipo narcisista, los cual son motivados en parte por el uso de herramientas electrónicas y la sobre exposición de imágenes en las redes sociales. En esta modernidad líquida, el sujeto tiene

una necesidad de admiración y una forma de vincularse con los otros caracterizada por la explotación de las relaciones interpersonales y la falta de empatía. A su vez, la sobre exposición de imágenes en las redes conlleva una irremediable comparación con los otros, ya que el reflejo que veo de mí en el otro se reactualiza constantemente por las publicaciones de ese otro, lo que genera una competencia que se desarrolla a niveles de subjetividad. Las imágenes publicadas, que quedan expuestas no sólo a la mirada sino también al análisis y a la comparación con el otro, se vuelven determinantes para el sujeto, ya que logran estructurar el lugar que ocupa en el mundo, el cual se reactualiza continuamente en relación al otro y al ideal del yo, una ideal que se reformula con cada publicación. En conclusión, nos constituimos a partir de la mirada del otro que se vuelve nuestro espejo y, particularmente, en el ciberespacio los espejos y las miradas que se nos presentan son múltiples. De esta manera, nuevas versiones del yo surgen a partir del intercambio de imágenes y miradas.

Luengo Muñoz (2019) manifiesta que actualmente nos encontramos transitando lo que se denomina “la cultura de la inmediatez”, la cual se encuentra muy asociada con la tecnología moderna. Se trata de una cultura donde aspectos como el esfuerzo, la paciencia, el compromiso, la investigación, la tolerancia a la frustración y otras cuestiones que consumen tiempo parecen ser mal vistas. De acuerdo con el autor, esta cultura también puede ser llamada “la cultura del narcisismo”, en la cual vivir el presente es la obsesión dominante. En múltiples ocasiones, las personas buscan de cierta forma evitar sus obligaciones sin involucrarse en absoluto con lo que hacen e incluso rechazando las virtudes que dieron origen a la eficiencia tecnológica que vivimos hoy en día y la cual es el resultado de siglos de experimentación y de investigación. En sus postulados destaca que esta cultura del narcisismo se ha convertido en el precursor de una época de aislamiento, soledad y vacío. Esto se debe a que, paradójicamente, las redes ofrecen

muchos contactos, pero pocos vínculos profundos. Nuestra cultura actual adoctrina a los sujetos con una mirada narcisista de las relaciones, el mensaje es que debemos ser individuos independientes y autónomos para luego poder comprometernos en una relación íntima. En este paradigma cultural, nos encontramos frente a escenarios donde los sujetos manifiestan un profundo temor al compromiso y son incapaces de expresar emociones. A su vez, con frecuencia los dogmas de la publicidad y los medios de comunicación nos muestran versiones idealizadas de las cosas.

En una disertación realizada en el año 2019, Abad Vidal y Aguirre Bonilla presentaron su trabajo de investigación sobre la temática del goce en las redes sociales, un estudio realizado en Quito (Ecuador). Plantearon que en las interacciones que se producen en las redes sociales, el narcisismo queda plasmado a través de los diversos modos de expresar el self. De esta manera, en la virtualidad la imagen representa al yo, mientras que, los “me gusta” o “likes” representan la mirada del otro, con lo cual el narcisismo se desarrolla en función de la libido de los usuarios que se oculta tras esos likes. Es así que muchas personas creen que cuantos más likes tenga una imagen, más popular o más bella es la persona que la ha publicado. Desde esta perspectiva, es comprensible que exista una necesidad de publicar contenido en redes sociales en el que se demuestre al yo, es decir, fotografías en las que aparezca el usuario. Con relación a la motivación de los sujetos para realizar publicaciones de contenido, los resultados de la investigación mostraron que la mayoría de las personas entrevistadas subían imágenes, videos y realizaban publicaciones en las redes con el objetivo de obtener la mayor cantidad de likes posibles. A su vez, referían que el propio ego era lo que los incitaba a realizar esto. De esta manera, se concluyó que el narcisismo emerge en la realidad virtual con el propósito de estructurar y determinar ciertos rasgos que el sujeto toma del universo cibernético y los adopta como parte de sí mismo.

Finalmente, Manchola Bolaños (2019) llevó a cabo un estudio en el que se abordaron los conceptos de Yo Ideal e Ideal del Yo desde los postulados del psicoanálisis. El objetivo fue el de describir y entender cómo se conceptualizan estos dos conceptos a lo largo de las obras psicoanalíticas y analizar cómo se manifiestan contemporáneamente en las redes sociales. Centrándose en la red social Facebook, destaca que se trata de una de las plataformas que permite dar sostén al narcisismo del sujeto, ya que a partir de la proyección que se da mediante la publicación de una fotografía es posible cumplir con los ideales que constantemente demanda el superyó y que, en cierta forma, se logran a través de lo que se expone en las redes sociales. En conclusión, sostiene que el sujeto no puede otorgarse la identidad narcisista a sí mismo, sino que requiere de un reconocimiento que sólo otro puede brindarle. Está claro entonces que la dependencia a las redes sociales, esa dependencia a revisar constantemente lo que sucede en el espacio virtual, los comentarios y las publicaciones; surge de ese narcisismo de cada usuario, de cada sujeto. Tal es así que, la imagen personal se expone al juicio y a la mirada de otras personas para la constatación de su existencia (imaginaria) en el mundo exterior y la corroboración de su lugar en el otro; es forjarse un espacio para sí. Este proceso da cuenta de la conformación del Yo Ideal en los usuarios, como un modo de cubrir la falta mediante el uso de herramientas y/o filtros que dan cuenta, a partir de las publicaciones realizadas, de la subjetividad de lo estético. Además, la elección de publicaciones se halla sesgada, ya que las personas siempre eligen unas por encima de otras de acuerdo con sus ideales arraigados inconscientemente en la formación singular del Ideal del Yo.

Capítulo III

3. Metodología de la Investigación

3.1. Tipo de Estudio

Se llevó a cabo un plan de investigación cualitativa. De acuerdo con Mayán (2001) este tipo de investigación permite explorar las experiencias de los individuos en su vida cotidiana y se utiliza para comprender con naturalidad los fenómenos que suceden. En base a ello, el investigador no busca manipular el contexto de la investigación controlando influencias externas o diseñando experimentos. La investigación cualitativa busca dar un sentido a los acontecimientos de la vida cotidiana tal cual se despliegan, sin interrumpirlos. Llevar a cabo una investigación cualitativa es similar a armar un rompecabezas, de esta forma, uno no puede reunir las piezas de un rompecabezas cuya imagen ya es conocida, sino que se va construyendo una imagen que se forma cuando se reúnen y se examinan las partes. Esto es lo que se denomina aproximación inductiva, la cual permite que la teoría emerja desde los datos sin colocar un marco previo a ellos.

Los datos del estudio con enfoque cualitativo provienen de una visión profunda sobre un fenómeno con la finalidad de describirlo, darle un significado y describir un proceso en lugar de un producto.

3.2. Tipo de Diseño

Se utilizó un diseño cualitativo basado en la teoría fundamentada, desarrollada por Glaser y Strauss originalmente en 1967. Este método se utiliza para el desarrollo de teorías fundadas en los datos.

En lugar de desarrollar una teoría y luego comprobarla en forma deductiva, la teoría fundamentada comienza de manera inductiva. A medida que los datos son recolectados, la teoría emerge. Dichos datos pueden ser recolectados a través de observaciones,

entrevistas y fuentes tales como documentos, escritura creativa, artículos de periódicos y diarios (Mayán, 2001).

3.3. Participantes

De acuerdo con Mayán (2001), el objetivo del muestreo cualitativo es comprender el fenómeno de interés, para lo cual la indagación cualitativa trabaja sobre muestras seleccionadas intencionalmente. De esta manera, el investigador selecciona individuos y contextos teniendo en cuenta quién puede darle la mayor y mejor información acerca del fenómeno y en qué contextos será capaz de reunir la mayor y mejor información sobre el mismo.

El presente estudio se llevó a cabo con un grupo de participantes compuesto por 10 adolescentes entre 13 y 18 años de edad que residen en Zona Sur del Gran Buenos Aires.

3.4. Técnica de Relevamiento de Datos.

Para responder a la pregunta de investigación se trabajó a través de una entrevista semi-estructurada. La entrevista semi-estructurada permite recolectar datos de los sujetos participantes por medio de una serie de preguntas abiertas formuladas en un determinado orden. Esta técnica se utiliza cuando el investigador tiene algo de conocimiento sobre el área de interés, pero no lo suficiente como para responder a las preguntas formuladas (Mayán, 2001).

Dicho instrumento tuvo como finalidad indagar sobre las posturas de los participantes con relación al uso de las redes sociales y el narcisismo desde los postulados del psicoanálisis e incluyó preguntas de experiencia y preguntas de opinión o valores para indagar lo que la persona piensa acerca del tema.

3.5. Guía de la Entrevista

La elaboración de la guía de la entrevista tiene como finalidad la obtención de información contextualizada y holística en palabras de los propios entrevistados. Cabe destacar que cada persona entrevistada se encuentra informada de la temática, de los objetivos de la investigación y presta pleno consentimiento para su realización.

La entrevista se encuentra formulada en torno a tres ejes:

- Características sociodemográficas.
- Posturas de los adolescentes sobre el uso de redes sociales.
- Posturas sobre la relación entre el uso de redes sociales y el narcisismo.

- Entrevista Semi-Estructurada

1. ¿Qué edad tenés?
2. ¿Utilizás alguna red social? ¿Cuál/es?
3. ¿Por qué motivo la/s elegís?
4. ¿Solés publicar o compartir contenido en tus redes? ¿Con qué frecuencia lo haces?
(Más de una vez al día, todos los días, una vez a la semana, una vez al mes...)
5. ¿Tienen importancia para vos las redes sociales? ¿Por qué motivo?
6. ¿Qué tipo de contenido compartís?
7. ¿Tienen importancia para vos los “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen estas publicaciones? ¿Por qué motivo?
8. ¿Crees que los usuarios de redes sociales en general se interesan por la cantidad de “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen sus publicaciones? ¿Por qué motivo?
9. ¿Solés revisar tus redes sociales cuando estás con familia, amigos, pareja o en reuniones sociales?

10. ¿Con qué frecuencia revisás tus redes sociales durante el día?
11. De acuerdo a lo que observás en las redes sociales, ¿cuál es para vos el tipo de contenido que más expresan los usuarios en las redes?
12. ¿Qué características buscás mostrar cuando publicás contenido en tus redes?
13. ¿Qué te motiva a publicar estos contenidos?
14. Cuando publicás contenido en tus redes sociales: ¿te importa la apariencia personal?, ¿cuidás de vos mismo y de cómo te ves frente a otros?, ¿buscas la aprobación de amigos y/o conocidos sobre tu apariencia?
15. Algunos autores dicen que, muchas veces, en las redes sociales los usuarios suelen crear perfiles en donde muestran aspectos de sí mismos o de su vida que no necesariamente son reales, sino que se relacionan con un ideal de cómo les gustaría ser. ¿Qué opinas de esto?
16. El narcisismo en las personas se caracteriza por una gran admiración de sí mismos, deseo de ser admirados, amados o elogiados, y una gran confianza (tanto en su conocimiento como en sus cualidades físicas y mentales). Teniendo en cuenta esta definición, ¿consideras que existe una relación entre el narcisismo y el uso de las redes sociales? ¿Cómo sería esa relación?

3.6. *Análisis de Contenido*

De acuerdo con Mayán (2001), la mayor parte de los datos cualitativos son analizados en su contenido. Con lo cual, en la presente investigación se llevó a cabo un análisis de contenido latente en el cual el investigador examina el significado de pasajes específicos dentro de los datos y determina una categoría apropiada. Este procedimiento se fundamenta en sistema categorial, es decir, en la transcripción y agrupación literal de las respuestas aportadas por los entrevistados.

Capítulo IV

4. Resultados

4.1. Red Semántica

Para llevar a cabo la transcripción literal y agrupamiento de las respuestas se utilizó el programa Atas ti 7.

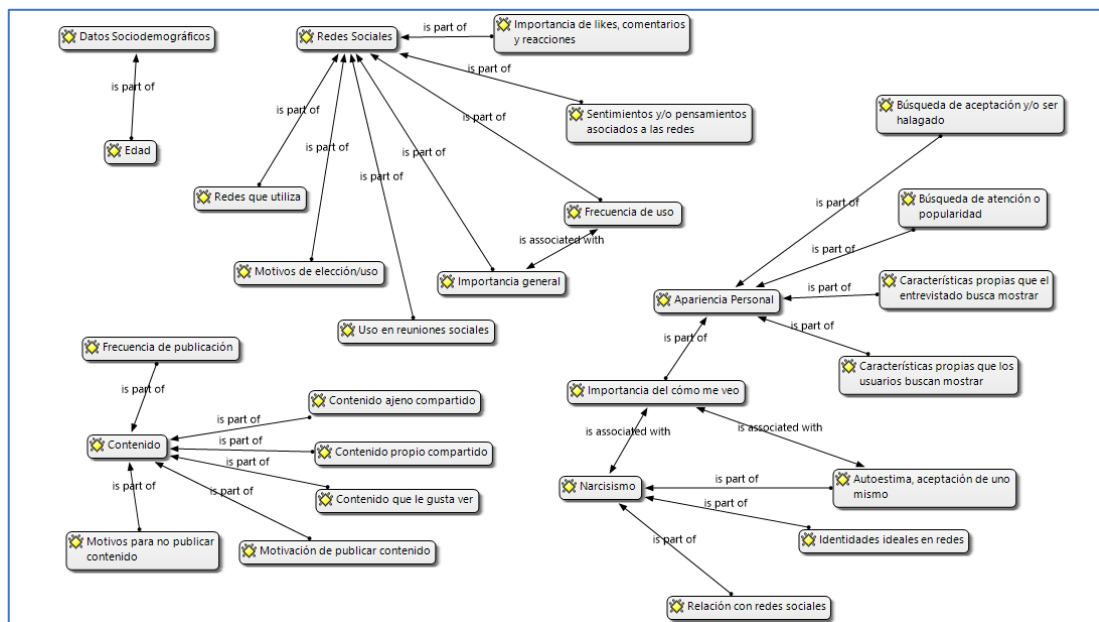


Figura 1. Red Semántica de Categorías y Subcategorías.

4.2. Sistema Categorical

Reporte de citas	
Categoría: Datos Sociodemográficos Subcategoría: Edad	P 1: Tengo 14 años. P 2: 18 P 3: 16 años. P 4: Tengo 18 años. P 5: 16 años. P 6: 15 años. P 7: 13 años.

	P 8: 17 años. P 9: Tengo 16 años. P10: Tengo 18 años.
--	---

Figura 2. Datos Sociodemográficos: Edad.

Reporte de citas		
Categoría:	Redes Sociales	P 1: Uso Instagram, Tik Tok, Tinder y Twitter. P 2: Instagram, Twitter y Facebook.
Subcategoría:	Redes que utiliza	P 3: Instagram, WhatsApp y Tik Tok. P 4: Si. Utilizo Facebook, Instagram y Whatsapp P 5: Si, Instagram, Twitter, Whatsapp y Facebook. P 6: Instagram, Twitch, Twitter, Tik Tok y Snapchat. P 7: Instagram, Twitter, YouTube, Tik Tok P 8: Instagram, Facebook, Twitter, Snapchat. P 9: Si. Uso Instagram, Twitter, Facebook, Tik Tok. P10: Si. Uso Instagram y Facebook. Tenía Twitter antes, pero lo cerré porque ya no lo usaba.

Figura 3. Redes Sociales: Redes que Utiliza.

Reporte de citas		
Categoría:	Redes Sociales	P 1: Las elijo por una cuestión de entretenimiento. Es un lugar donde puedo ver todo y me entretengo un rato. P 2: Para ver, para conocer también más gente
Subcategoría:	Motivo de elección/uso	P 2: Instagram sí, porque subo fotos con amigos, vemos cosas y fotos más también. Lo mismo que con Twitter. P 3: Instagram porque todas las personas con las que me rodeo la tienen. Tik Tok porque me entretiene, o sea, si no estoy haciendo nada y quiero estar con el celular, entro a Tik Tok y me entretiene. P 4: Las utilizo por entretenimiento. Son plataformas donde más me comunico, con mis amigos y demás. Me entretengo con videos interactivos. P 4: Las uso para mantenerme en contacto con otros.

	P 4: las utilizo para entretenerme o hacer algo, como de recreo. P 4: A cada red la uso para distintas cosas. P 5: Para comunicarme con mis amigos o publicar una foto. P 5: Cuando estoy aburrida, subo cosas mías para que me conozcan. P 6: En el caso de Instagram o WhatsApp, es más para comunicación, y las demás por entretenimiento. Twitch la uso para ver directos de youtubers que hacen videos en vivo. P 7: Porque podés sociabilizar con gente y mantenerte actualizado. P 8: Porque me divierten. Hablo con gente, hago amistades. También las elijo porque todos las tienen. P 9: Las elijo porque me entretienen, me ayudan a matar el tiempo de ocio. P10: Me gusta tener estas redes porque me mantiene entretenida cuando no tengo otra cosa por hacer. Además, son una forma de comunicarme con amigos o de conocer gente. P10: La verdad que las uso un montón. Sobre todo, cuando no tengo nada para hacer.
--	---

Figura 4. Redes Sociales: Motivo de Elección/Uso.

Reporte de citas		
Categoría:	Redes	P 1: Las redes sociales para mí no son algo esencial, pero tampoco me gusta estar sin ellas. Es algo intermedio, algunas veces me interesan y otras veces ya no las quiero más. P 2: No, la verdad que para mí las redes sociales no tienen importancia. P 3: Por un lado, me gustaría que no existan, por otro es como que sirven más por entretenimiento. Y porque, a veces, estas mucho con el celular o viendo la vida de otras personas, y es como que no debería ser así. P 4: No mucha
	Sociales	
Subcategoría:		
	Importancia general	

	P 5: Sí, tienen importancia. Con la cuarentena y el aislamiento me importa tenerlas para estar en contacto con las personas que quiero, amigos o familiares que no veo. P 6: Creo que sí, porque facilita el hecho de poder comunicarte con las personas que ya conoces o tenés la oportunidad de hacer amigos virtualmente, aunque no es tan seguro. Para distraerse un poco también. P 7: Sí, porque sin redes sociales no te podés actualizar ni tener temas de conversación con la gente. P 8: Sí, porque me hacen pertenecer al mundo de mis amigos. De mi generación, por así decirlo. Creo que hoy son necesarias, sino tenés redes no están dentro de la onda que todos manejan. P 9: No les doy importancia, en realidad me da lo mismo si las tengo o no porque no lo veo como algo esencial. P10: Si, tienen importancia por esto que te comentaba de que te mantienen comunicado o informado, por así decirlo. Como que a través de las redes te enteras de todo, más que nada en Instagram
--	---

Figura 5. Redes Sociales: Importancia General.

Reporte de citas		
Categoría:	Redes Sociales	P 1: Los me gusta no significan nada, solo es un número insignificante para mí. Si yo estoy conforme con mi publicación no me importa eso.
Subcategoría:	Importancia de likes, comentarios y reacciones	P 1: En sí, eso no me va ni me viene. P 1: Creo que los que más se interesan por eso son las personas que dependen de sus publicaciones, como influencers y demás. Porque ellos viven de eso, pero sino no veo razón para estar tan pendiente de esas cosas. P 1: Porque si te importan los comentarios o los me gusta buscas hasta el mínimo detalle para verte bien o simplemente para que te vean P 2: En su momento si me importaba tener cierta cantidad de Me Gusta en una foto. Pero, ahora ya no. P 2: Creo yo que para que se vea a más gente o que te conozcan más también. P 2: Si la mayoría sí. Porque quieren ser más populares. Porque buscan más atención, supongo. Tal vez no atención sino

	alguna aprobación y necesitan que la gente los siga o que le den me gusta a sus fotos. P 2: Si la foto que subo ya está aprobada por mí, no tiene importancia si a otro le gusta o no. P 3: No le doy mucha importancia y si me ponen algo es como más para charlar. P 3: Creo que a la mayoría de las personas no les importa tanto, pero algo sí. P 3: La reacción positiva de las personas, ya sea a través de los likes, los comentarios o las reacciones. P 4: Yo creo que sí, con mi novio peleamos porque él me dice que yo tengo muchos “me gusta” en las fotos y él no. Mi mejor amiga se vive quejando de los “me gusta”. P 4: Para mí si, sino no habría tanta gente que le gusta que lo sigan. P 5: De algunas personas sí me importan, la cantidad no me importa demasiado, si bien se siente bien tenerlos, no muero por ellos. P 6: Para mí no. A mí en lo personal no me afecta mucho. P 6: no creo que deba tener tanta importancia porque la cantidad de likes que tenés no definen cuánto importas o lo lindo y buena persona que sos. No te define. P 6: como que tratan de llenar algo que les falta con la cantidad de reacciones P 7: Creo que es por mi autoestima, tener me gusta o reacciones sube mi autoestima. P 7: Yo creo que no, tal vez sí les interese, pero para mí no. Porque pienso que ellos suben lo que le gusta y ya P 8: los me gusta, reacciones y comentarios me permiten medir si estoy haciendo las cosas bien, no sé cómo explicarlo. Pero hay cosas que pegan más que otras y te das cuenta por esas cosas. Por ejemplo, una foto mía tiene más me gusta que una foto de mi perro, y eso te da la pauta de que a la gente le gusta más ese tipo de contenido. P 8: Si. A todos mis amigos o personas de mi entorno les interesa eso.
--	---

	P 9: Si, a veces sí. No sé bien porque, supongo que para sentirte bien o ver en qué lugar estás dentro de las redes. La gente que tiene más me gusta o comentarios, tiene como más poder en esa red, por así decirlo. Entonces la cantidad de likes te da un parámetro de que tanto status tenés en las redes. P 9: Si, obvio. Porque eso los para en un determinado status dentro de las redes, les da ese poder del que te hablaba, o popularidad por así decirlo. P10: Cuando subo fotos a las historias no me fijo tanto si me comentan o me reaccionan, pero sí soy de fijarme quién las vio. Igual siempre es lindo que te comenten porque te hace sentir un interés de parte del otro, como que tiene ganas de hablar con vos o le gustó lo que publicaste. No sé, me hace sentir bien. Pero cuando subo fotos al muro, ahí sí estoy más pendiente de los me gusta. No en la cantidad en sí, sino de las personas que le dieron like. P10: Si, mucha gente se preocupa por eso. Hay gente que le gusta ser admirada o se siente más querida por tener likes. Creo que tiene que ver con el ser conocido o popular, como que si no tenés tantos likes no sos nadie. P10: Después tenés a los influencers o instagramers, que se preocupan por esas cosas porque viven de eso, lo toman como un trabajo.
--	---

Figura 6. Redes Sociales: Importancia de Likes, Comentarios y Reacciones.

Reporte de citas		
Categoría:	Redes Sociales	P 1: Alguna que otra vez me ha generado angustia o ansiedad estar tan pendiente de ese tipo de cosas, pero es cuando estoy mucho tiempo.
Subcategoría:	Sentimientos y/o pensamientos asociados a las redes	P 1: Ya no me lo tomo a mal, pero tuve una etapa en la que me molestaba el comentario del otro... ahora lo veo a la manera de que él que me dice eso es alguien que se oculta en una pantalla y no me lo dice en la cara. P 4: Yo siento que no es necesario marcar qué estás haciendo todo el tiempo P 4: Yo pienso que la gente quiere demostrar algo que no es. P 5: Se muestran para eso y no pienso que sea malo. P 5: aunque no los juzgo. P 5: No creo que este mal sentirse seguro de sí mismo y con eso mostrarse en las redes.

	P 6: Porque siento que hay que aprovechar esos momentos, porque después tenés todo el tiempo del mundo para estar con el celular. P 6: creo que si te quieren te tienen que aceptar tal cual sos, tanto físicamente y como persona. P 7: Porque pienso que ellos suben lo que le gusta y ya, en cambio a mí, me cuesta hacer eso. P 7: Primero pienso que, si a ellos les gusta, está bien que lo hagan. Pero por otro lugar tampoco le encuentro mucho sentido a hacer eso, aunque yo lo hago. P 8: Creo que es una forma de comunicarse con otros y eso está bueno. P 8: Yo creo que cada cual hace lo que quiere con sus redes y que eso es parte de lo que cada uno quiere mostrar P 8: Yo creo que hay distintas formas de ser, y que cada persona tiene distintos motivos para publicar contenido en las redes. P10: A veces capaz subís una foto o una historia, alguien te comenta y te quedas charlando y tal vez solo era un conocido con el que ahora estás generando un vínculo. Eso me parece genial. P10: Ponele, yo no miro tele porque no me gusta mucho, entonces muchas noticias te aparecen en la lupita de Instagram y está buenísimo. P10: Igual siempre es lindo que te comenten porque te hace sentir un interés de parte del otro, como que tiene ganas de hablar con vos o le gustó lo que publicaste. No sé, me hace sentir bien. P10: Yo no estoy de acuerdo con eso porque no me interesa que todos me quieran, solo la gente que me importa, pero sí sé que pasa un montón P10: Viste que dicen que como te ven te tratan, en redes pasa un poco eso también.
--	--

Figura 7. Redes Sociales: Sentimientos y/o Pensamientos Asociados a las Redes.

Reporte de citas		
Categoría:	Redes Sociales	P 1: Eso es alternativo, depende de la situación y el contexto. Mayormente si, cuando no tengo nada para hacer, pero es raro que en reuniones no esté con el celular.
Subcategoría:	Uso en reuniones sociales	P 2: Sí, pero muy poco. Trato de no usarlo igual, pero sí. P 2: No mucho, ponele que cinco minutos. Más de eso no. P 3: Si. Llega un momento en el que capaz me aburro, agarro el celular y me fijo. Para chequear algo en Instagram. P 4: Si subí algo justo en ese momento, sí. Más que nada para chequear quien me chusmea lo que subo. De todos modos, me gusta disfrutar el tiempo en familia. P 5: Si, a veces me pasa que me aburro y chequeo las redes de pasada. No vivo pendiente siempre, si me junto con amigos a veces me olvido de sacar fotos que quisiera tener para mí, eso es porque la estoy pasando bien. P 6: No, para nada. Pero, si sale, nos sacamos una foto o así, no es que ando pendiente del celular. Porque siento que hay que aprovechar esos momentos, porque después tenés todo el tiempo del mundo para estar con el celular. P 7: Si. No tanto igual. Hay momentos en lo que revisó más, generalmente cuando subo una foto o estoy hablando con alguien. P 8: Si. Todo el tiempo. Creo que todos lo hacemos. P 9: No, no le doy bola. A veces sí, dependiendo de la ocasión. Capaz si la reunión está un poco aburrida o la estoy pasando mal, ahí me pongo a usar el teléfono. P10: Depende la situación. Generalmente sí lo uso, pero si la reunión está entretenida capaz dejo el teléfono por ahí y no reviso. Sólo si me llega un mensaje o si publiqué una foto, como para ver quien la vio.

Figura 8. Redes Sociales: Uso en Reuniones Sociales.

Reporte de citas		
Categoría:	Redes Sociales	P 1: las debo usar unas 7 u 8 horas al día, según el tiempo en pantalla que figura en mi celular. P 2: Ahí sí puedo estar un tiempo largo. No sé con exactitud, pero en Instagram hay una parte donde entras y te dice cuánto tiempo estás. Y el otro día me fijé y me apareció que estuve como una hora en todo el día. Cuando no estoy haciendo nada, entro bastante. P 3: Cinco veces al día. P 3: Por ejemplo, con Instagram no estoy más de diez minutos porque me canso. Pero, en Tik Tok, tranquilamente, una hora viendo videos. P 4: Y ahora con la facultad no tanto. En la cuarentena o en vacaciones sí, me entere de cosas que si no usaba el celular no me hubiese enterado. De famosos o de amigas. Chequeo Instagram unas 10 veces al día y Facebook menos. P 5: Depende, si estoy ocupada o no. A veces las chequeo mucho, unas 5 o 6 veces. P 6: Mm... la verdad que no te sabría decir un tiempo específico. P 7: No tengo contado, pero supongo que entre tres y cinco veces. Tipo entrar y ver. Si no tengo nada que hacer puedo llegar a estar una hora, sino generalmente, 25 o 30 minutos al día. P 8: No llevo una cuenta. Pero es bastante seguido. Lo que pasa es que yo me comunico con mis amigos por las redes y con ellos hablo casi todo el día. Ponele que las debo usar unas 10 horas al día. P 9: Y... no sé, ponele que, en el transcurso de una hora, chequeo las redes cada 15 minutos. Cuando estoy al pedo, las uso un montón. P10: Viste que el teléfono te dice cuando tiempo estuviste usando la pantalla, es según cada día, pero hoy me dice que la usé aproximadamente 7 horas.
Subcategoría:	Frecuencia de uso	

Figura 9. Redes Sociales: Frecuencia de Uso.

Reporte de citas	
Categoría: Contenido Subcategoría: Frecuencia de publicación	P 1: debo publicar dos o tres veces al mes en Instagram y en Tik Tok dos veces al día. P 2: Si, ponele que una vez a la semana o dos. P 3: Subo fotos en Instagram, muy de vez en cuando. Subo más historias, pero no todos los días. En general subo algo todas las semanas. P 4: Si. Publico bastante P 4: Hay días que no subo nada y otros que subo de todo, depende de mi estado de ánimo. P 5: Las que más uso son Instagram, twitter y Facebook, todos los días. P 5: Sí, no estoy muy pendiente de subir si o si algo. Lo hago cuando tengo ganas, en pandemia casi todos los días publico algo por aburrimiento. Hay días que me quiero desconectar y no publico nada. P 6: En Instagram una vez al día. En Tik Tok no subo mucho, muy regularmente. Quizás una vez cada tres, cuatro meses o más. P 6: En historias subo otra cosa, ahí lo hago más frecuentemente. P 7: Cada dos días o una vez a la semana, por ahí. P 8: A diario subo historias, no mucho en el muro. P 9: Ponele que en una semana publico 3 o 4 veces. P10: Si, publico bastante seguido. Me gusta mantener las redes activas, entonces, todos los días subo alguna historia. En el muro no publico tanto, solo cuando hay una foto que me gusta mucho.

Figura 10. Contenido: Frecuencia de Publicación.

Reporte de citas	
Categoría: Contenido	P 1: Es simplemente el hecho de compartir mis experiencias con otros P 2: No sé, para subir algo y tratar de mantener mis redes activas también.

Subcategoría: Motivación para publicar contenido	P 2: a veces si quiero subir algo me motiva mostrar que estoy en tal lado o con tal persona. P 3: Capaz que la reacción de las personas. La reacción positiva de las personas, ya sea a través de los likes, los comentarios o las reacciones. Conocer más personas, hablar con personas. Tener más seguidores. P 4: Para mí, en demostrar que es lo que tiene cada uno día a día P 4: Demostrar que uno tiene más que el otro, en todo sentido. P 4: si tiene algún famoso que les guste un montón, como un famoso y querer lograr lo mismo que ese ídolo P 5: publico algo por aburrimiento P 5: Si subo una foto es porque primero me gusto a mí y después para que les guste a los demás. En twitter quiero dejar plasmada mi opinión para saber si otra persona coincide conmigo, de esa forma voy conociendo a los demás. P 6: las subo como para subir algo P 6: No es que tenga alguna razón para hacerlo o algo que me impulse hacerlo. Es más por aburrimiento. P 7: Mayormente subo fotos cuando me siento linda, se podría decir. P 7: Me motiva saber que no todo el tiempo estoy mal, sino que también tengo momentos buenos, conmigo misma. P 7: tal vez publica determinado contenido solo porque le gusta, sin ninguna otra intención. P 8: Me motiva que todos lo hacen. P 9: Creo que por ahí lo que motiva es ver que otras personas hacen lo mismo y entonces lo querés “imitar” o simplemente porque te gusta algo. P10: Me gusta mantener las redes activas, entonces, todos los días subo alguna historia. En el muro no publico tanto, solo cuando hay una foto que me gusta mucho. P10: A veces me miró y siento que estoy linda, o me gusta lo que llevó puesto y quiero que el resto también lo vea. P10: Creo que eso que te decía, uno se siente bien consigo mismo y quiere que los demás también lo vean bien.
---	--

Figura 11. Contenido: Motivación para Publicar Contenido.

Reporte de citas	
Categoría: Contenido Subcategoría: Motivos para no publicar contenido	P 1: Es depende mi humor. Es raro que publique porque no es de mi gusto compartir tanto mi vida P 2: Por ejemplo, otras redes, como Tik Tok, son para hacer videos y esas cosas, y no me animaría a subir. P 5: Hay días que me quiero desconectar y no publico nada. P 6: solo cuando estoy aburrida, si no, no subo fotos tan seguido.

Figura 12. Motivos para No Publicar Contenido.

Reporte de citas	
Categoría: Contenido Subcategoría: Contenido propio compartido	P 1: En Instagram nada muy especial, comparto contenido de viajes o lugares que visite. Y en Tik Tok, traducciones de canciones en inglés. P 2: Fotos mías o de mis amigos. P 2: De vez en cuando subo algunas fotos mías, cuando me dan ganas de sacarme fotos P 3: Fotos de mis amigos y amigas, en las historias. Cuando nos juntamos, nada. Solo fotos de nosotros juntos. Una foto grupal del momento. P 4: me gusta mostrar lo que puedo obtener o lograr hacer, porque a veces me cuestan las cosas. P 4: en mejores amigos publico cosas de mi actual embarazo P 4: antes subía videos de Maradona, videos de baile, de memes, fotos con mi pareja. P 5: En twitter publico opiniones o sobre cosas que me estén pasando. En Instagram, momentos de cuando estoy con amigos, o cuando estoy aburrida, subo cosas mías para que me conozcan. P 5: El contenido que subo es más bien personal, sobre mí. En twitter subo más cosas que pienso en el momento o tengo ganas de expresar. En Instagram para publicar fotos mías, de amigos o compartir lo que estoy viviendo. P 6: Fotos mías en Instagram. A veces me saco fotos porque estoy aburrida, mayormente mi cara no más, y cuando me

	gustan, ya sea una foto vieja o algo, las subo como para subir algo, pero solo en publicaciones. P 6: Subo fotos de mi cara P 7: Fotos mías o cuando estoy con amigas. P 7: En un momento tenía una página de dibujo y publicaba lo que sabía que al público le iba a gustar, no lo que tal vez yo quería subir. P 8: Fotos y memes. Fotos mías, de mis amigos. A veces también comparto publicaciones que me interesan, relacionadas a la música. P 9: Memes o cosas de maquillaje, rutinas y esas cosas. P 9: Subo cosas de mi día a día. P10: Suelo publicar fotos mías, de mis mascotas o de las personas de mi entorno. Tipo con amigos o familia, personas que quiero.
--	---

Figura 13. Contenido: Contenido Propio Compartido.

Reporte de citas	
Categoría: Contenido Subcategoría: Contenido ajeno compartido	P 1: Creo que lo que más se expresa es cosas de ropa, cantantes y contenido de todo tipo de influencers. P 2: No suelo mostrar mucho mi vida como lo suelen hacer. P 2: Creo que las fotos de ellos mismos, fotos personales o que muestren su vida personal. O hay muchas personas que se muestran, como los influencers, que muestran su vida. O mujeres que también suben muchas fotos o que venden fotos en Instagram mediante historias, te agregan a una lista y ves las fotos. Creo que es lo que más consumen algunas personas. P 2: algunas personas venden fotos. Y creo que es lo que más consume la gente o la vida de otras personas también. P 3: En general suben fotos de ellos mismo, comiendo, entrenando o lo que sea. O con amigos también, haciendo lo que sea. P 4: Muestran, por ejemplo, dónde están (países como Inglaterra) o que estoy tomando mates con mi amiga, o las vacaciones. P 4: Fotos de ellos mismos veo cuando tienen algún evento o cumple, sino no.

	P 4: Eso se ve con los famosos, que viven haciendo eso. Promocionándose ellos y productos. P 5: Mis usuarios suben más contenido personal como fotos propias, buenas notas, cosas que hicieron bien. Lo que más suben es fotos en reuniones sociales. P 6: De las personas en general, veo fotos de ellos siempre. Al menos la gente que yo sigo, siempre pone o comparte memes o fotos de ellos mismos. P 6: Hay personas que suben más fotos de su cara, o de su cuerpo o fotos con familia. Aunque eso de las fotos con familia no lo veo muy seguido, lo veo en cuentas de gente que es más adulta y cercana. Los que tienen mi edad, más o menos, normalmente suben fotos de ellos mismos, ya sea posando o haciendo algo. O de paisajes, a veces. P 7: hay mucho de diversión o humor. Cosas que hacen en el día, cuando se están divirtiéndose. Videos de ellos haciendo distintas cosas o historias con textos donde ponen lo que quieren decir. P 8: La gente suele canalizar bastante los enojos a través de las redes y también publican mucho su vida social, onda dónde voy a cenar, dónde estoy comiendo, con quién estoy. P 9: Creo que lo que más se expresa es contenido humorístico o de protesta, tipo movimientos sociales. P10: Hay de todo en redes, pero creo que lo que más se expresa son fotos de uno mismo, o de los lugares que visita. También hay mucha gente que escribe y publica frases o poemas
--	---

Figura 14. Contenido: Contenido Ajeno Compartido.

Reporte de citas	
Categoría: Contenido Subcategoría: Contenido que le gusta ver	P 4: Me gusta ver lo que hacen los famosos, qué publica mi pareja P10: También hay mucha gente que escribe y publica frases o poemas, eso me re gusta, me puedo quedar leyendo un buen rato.

Figura 15. Contenido: Contenido que le Gusta Ver.

Reporte de citas	
Categoría: Apariencia Personal Subcategoría: Importancia de cómo me veo	P 1: Verdaderamente me importa hasta un punto como me vean, pero tampoco es que me gusta salir mal. P 1: Porque si te importan los comentarios o los me gusta buscas hasta el mínimo detalle para verte bien o simplemente para que te vean P 2: Me importa verme a mí bien y si a otra persona no le gusta mi apariencia o algo, no es algo que me pueda llegar a afectar. P 3: Si un montón. También cuido de cómo me veo frente a los demás. P 3: Una gran parte de la apariencia personal está cuidada, el cómo te vas a mostrar ante algunas personas. P 4: Si, les importa la apariencia. Mis tíos viajan mucho con mis primas, y buscan mostrarse bien ellos mismos. P 5: Sí, me importa. Si, cuido de mi misma y de mi apariencia P 6: Si es una publicación, sí. En una historia no importa porque se borra como en veinticuatro horas, pero una publicación es lo que la gente ve apenas entra a tu perfil. Hubo muchas veces que por ahí quería subir una foto y como que la miraba tanto que notaba defectos terribles que los demás no lo ven, pero después las terminaba borrando. P 7: hay muchas fotos que después borró porque ya no me veo linda, capaz en ese momento me siento bien y la subo, pero después se me va la seguridad y le encuentro algún defecto. P 7: Cuando subo algo público sí me importa mi apariencia. Después está la lista de mejores amigos donde subo cosas hecha un desastre, pero están mis amigos así que ya me conocen, saben cómo soy. Me preocupa el cómo me van a ver los otros. P 8: Sí, me importa muchísimo la apariencia personal. Gracias a dios existen los filtros para esos momentos cuando uno no se ve tan bien. También me preocupa mucho el cómo se ven mis fotos, que haya un fondo lindo o esas cosas porque me parece que eso habla mucho de la persona P 9: Sí, me importa cómo me veo, pero para mí, no para otros. P10: Creo que eso que te decía, uno se siente bien consigo mismo y quiere que los demás también lo vean bien.

	P10: Sí, me importa mi apariencia. Antes de publicar algo me fijo como salió y si me gusta cómo me veo. A veces capaz no me cierra mucho la foto y prefiero no publicarla o sacar otra.
--	---

Figura 16. Apariencia Personal: Importancia del Cómo Me Veo.

Reporte de citas	
Categoría: Apariencia Personal Subcategoría: Búsqueda de aceptación y/o ser halagado	P 1: Vengo trabajando en no buscar tanto la aceptación, pero lastimosamente sí, la busco. P 2: Tal vez no atención sino alguna aprobación P 2: Otros quizás, necesitan que otras personas le digan qué lindo que sos o qué linda que sos. P 2: Mucha gente muestra algo que no es o quiere demostrar una vida que no tiene en Instagram, en Twitter o en cualquier red social para buscar aprobación de las demás personas. O para llamar la atención también. P 3: No sé si busco la aprobación de todos mis amigos o conocidos, pero sí de una gran parte. Se busca la aprobación. P 3: Pero, más de ese punto de vista del narcisismo, el de sentirse elogiados por otros o tener una reacción de los demás. P 4: Buscan la aprobación de los otros. P 5: No busco la aprobación. P 5: Yo también acepto solicitudes con el fin de sentirme admirada. P 6: Creo que de alguna manera necesitan la aprobación de las demás personas P 6: No busco la aprobación, P 6: Justamente, porque buscan la aprobación de las personas. P 6: Una persona que sea muy narcisista, obviamente busca la aprobación de los demás, en cualquier sentido, ya sea por su físico o su conocimiento o su forma de pensar. Le gusta tener aprobación de los demás, y si la obtienen a través de las redes sociales, alimentan eso. P 7: publicaba lo que sabía que al público le iba a gustar, no lo que tal vez yo quería subir.

	P 7: También busco la aprobación, eso sí me pasa con todo el mundo, con las personas en general y con mis amigos también. P 7: A veces hay gente que busca ser admirada, pero de todas formas no le sale P 8: En cuanto a la aprobación, creo que sí la busco. En el caso de mis amigos más íntimos no tanto porque ya me conocen, de hecho, a ellos les pido consejos antes de subir algo para saber si les gusta o no. Tal vez ahí si hay un poco de eso, de buscar la aprobación. Igual me pone más nerviosa el conocer a las personas cara a cara y no ser aprobada o no cumplir las expectativas del otro. P 9: No busco la aprobación de los demás. P 9: Mucha gente miente sobre lo que tiene o sobre lo que es, solamente para sentirse aprobados o con ese “poder”. P10: Hay gente que le gusta ser admirada o se siente más querida por tener likes. P10: No sé si busco la aprobación, pero a veces si algún amigo me dice que no salí bien me da cosa y prefiero borrar la foto. P10: También hay mucho de esto de querer encajar, todos los de mi entorno suben este contenido entonces yo también lo subo para quedar bien o para ser aprobado, de alguna manera.
--	---

Figura 17. Apariencia Personal: Búsqueda de Aceptación y/o Ser Halagado.

Reporte de citas	
Categoría: Apariencia Personal Subcategoría: Búsqueda de atención y/o popularidad	P 2: Porque quieren ser más populares. Porque buscan más atención, supongo. P 2: Mucha gente muestra algo que no es o quiere demostrar una vida que no tiene en Instagram, en Twitter o en cualquier red social para buscar aprobación de las demás personas. O para llamar la atención también. P 3: Pero, más de ese punto de vista del narcisismo, el de sentirse elogiados por otros o tener una reacción de los demás. P 3: Conocer más personas, hablar con personas. Tener más seguidores. P 4: Lo mismo sucede con los seguidores, la cantidad. Para mí el tema de los seguidores era importante antes, porque marcaba la diferencia. Hoy me da lo mismo.

	P 5: quieren reconocimiento y mostrarse. Se muestran para eso P 8: Creo que por lo mismo que te comentaba, todos queremos ser populares. Yo tengo amigas que tienen miles de seguidores. P 9: Si, obvio. Porque eso los para en un determinado status dentro de las redes, les da ese poder del que te hablaba, o popularidad por así decirlo. P10: Creo que tiene que ver con el ser conocido o popular, como que si no tenés tantos likes no sos nadie.
--	---

Figura 18. Apariencia Personal: Búsqueda de Atención y/o Popularidad.

Reporte de citas	
Categoría: Apariencia Personal Subcategoría: Características propias que el entrevistado busca mostrar	P 1: Creo que en el tipo de contenido que subo busco mostrar mis experiencias. P 3: Todas las cosas lindas. P 4: En mi caso, yo me halago porque sé que soy inteligente y subo que me la paso estudiando y que voy a terminar rápido la carrera que estoy haciendo. P 5: Lo que busco mostrar es contenido auténtico, que no se aleje tanto a lo que realmente soy, tanto de lo que soy en cuanto apariencia física como de lo que hago P 7: Que soy segura conmigo misma. P 8: Que estoy bien, que me divierto, que estoy rodeada de gente linda. Me gusta compartir mis logros para que los demás se pongan contentos por mí. P 9: Nada en específico, no quiero mostrar algo en sí. P10: Creo que lo más busco es verme bien.

Figura 19. Apariencia Personal: Características Propias que el Entrevistado Busca Mostrar.

Reporte de citas	
Categoría: Apariencia Personal Subcategoría: Características propias que los usuarios buscan mostrar	P 2: Creo que cada uno se expone como quiere exponerse P 3: Todo lo lindo porque lo malo no se muestra, nadie lo muestra. Las partes malas por así decirlo. P 4: Por ejemplo, a mi novio le gusta Messi, entonces juega al fútbol como él, para acercarse a él y a sus objetivos. P 4: Como esa gente que se compra un iPhone y la casa se les cae a pedazos. Quieren mostrar algo que les gustaría ser, pero no son. P 5: Algunas chicas manipulan y distorsionan sus fotos para cambiar su apariencia.

Figura 20. Apariencia Personal: Características que los Usuarios Buscan Mostrar.

Reporte de citas	
Categoría: Narcisismo Subcategoría: Relación con redes sociales	P 1: Sí, creo que existe una relación en sí. Porque si te importan los comentarios o los me gusta buscas hasta el mínimo detalle para verte bien o simplemente para que te vean y eso demuestra una conducta narcisista para mostrarse ante el resto. P 2: Sí, hay relación. En las redes sociales hay mucho de eso. Se ve constantemente. P 3: Sí, van de la mano. Para mí las dos cosas, subir a las redes y el narcisismo son casi lo mismo. Pero, más de ese punto de vista del narcisismo, el de sentirse elogiados por otros o tener una reacción de los demás. P 4: Sí, para mí sí. P 5: Sí, hay una relación. Hay personas que usan las redes para sentirse admiradas. P 6: Una persona que sea muy narcisista, obviamente busca la aprobación de los demás, en cualquier sentido, ya sea por su físico o su conocimiento o su forma de pensar. Le gusta tener aprobación de los demás, y si la obtienen a través de las redes sociales, alimentan eso. P 7: No. Porque uno nunca es 100% lo que muestra en las redes y alguien no puede decir que sos narciso simplemente viendo lo que posteas.

	P 8: No necesariamente, porque hay muchas personas que no buscan esas cosas e igualmente tienen redes sociales. P 9: Sí, porque si ves que tenés muchos likes o que mucha gente te comenta, te hace sentir superior. Si los demás te aman, vos te amas. P10: Sí, para mí hay una relación porque ese deseo de ser admirado queda plasmado en las redes sociales. Por ejemplo, cuando subís una foto y esperas que te den muchos me gusta o que te comenten muchas personas. O lo mismo que te decía antes, de subir cierto tipo de contenido porque sabes que a otros le gusta.
--	---

Figura 21. Narcisismo: Relación con Redes Sociales.

Reporte de citas	
Categoría: Narcisismo Subcategoría: Identidades ideales en redes	P 1: Creo que es una acción totalmente innecesaria, ya que, aunque muestres eso siempre vas a ser vos. Crear una falsa imagen no soluciona nada, sinceramente me parece que no tiene sentido. P 2: Para mí no está bien porque muestran algo que no son. Mucha gente muestra algo que no es o quiere demostrar una vida que no tiene en Instagram, en Twitter o en cualquier red social para buscar aprobación de las demás personas. O para llamar la atención también. P 2: En realidad, en fotos, en su apariencia, en donde usa mucho filtro o las editan. P 2: si una persona se acepta tal y como es, no va a andar editando o cambiando mucho su personalidad o su vida mediante las redes sociales. P 3: Opino lo mismo. No sé si muestran lo que quisieran ser, pero sí sólo una parte chica de lo que son. P 3: No sé si lo que muestran en las redes sociales sería lo que ellos quieren ser, sino una parte de ellos y no su totalidad. O sea, lo lindo de ellos. Aunque no es real del todo, igual. La parte “mala” no se muestra. P 4: Como esa gente que se compra un iPhone y la casa se les cae a pedazos. Quieren mostrar algo que les gustaría ser, pero no son. P 5: Algunas chicas manipulan y distorsionan sus fotos para cambiar su apariencia.

	P 5: Hay gente que muestra una cosa y en la realidad es diferente. Esas las veo más en la personalidad, actitudes, pensamientos y en la imagen también, aunque no los juzgo. P 6: Eso me parece que es bastante verdad, porque en cuanto a físicos en las redes sociales ves que siempre te muestran estándares de belleza que son irreales. Coincido con eso. Otras cosas también, como la vida social activa, diversión o estar en lugares lindos, pero mucho más la belleza física P 7: Que soy segura conmigo misma. Nunca lo fui, así que en las redes soy otra. P 7: Generalmente “miento” con la seguridad que muestro, pero nunca con cosas de mi vida. Los famosos capaz lo hacen, pero eso no hay forma de saberlo, que yo sepa mis amigos no lo hacen. P 8: mucha gente construye como “personajes” que la gente consume y me parece bien, es válido. P 9: Mucha gente miente sobre lo que tiene o sobre lo que es, solamente para sentirse aprobados o con ese “poder”. P10: Me parece que es real, que pasa eso. Hay un montón de personas que muestran algo que no son en redes, o cosas que no tienen
--	--

Figura 22. Narcisismo: Identidades Ideales en Redes.

Reporte de citas	
Categoría: Narcisismo Subcategoría: Autoestima, aceptación de uno mismo	P 2: Algunos tienen autoestima y se muestran como son. P 2: para mí esas personas que muestran algo que no son o algo que no tienen, tienen poca autoestima P 2: no se aceptan o no se quieren ellos mismos. Creo que, si una persona se acepta tal y como es, no va a andar editando o cambiando mucho su personalidad o su vida mediante las redes sociales. P 4: Sí, mi novio es una persona súper narcisista. A veces se auto comenta que está re lindo, re fachero, que se viste bien. Yo le digo que es muy egocéntrico, que se ama mucho. P 6: Por ahí te ayuda un poco con el tema de la autoestima P 6: como que tratan de llenar algo que les falta con la cantidad de reacciones

	P 6: Si. Es como que las redes sociales, cuando publicás o algo así, alimenta y aumenta tu autoestima P 7: Creo que es por mi autoestima, tener me gusta o reacciones sube mi autoestima. P 9: Si los demás te aman, vos te amas. P10: Creo que eso que te decía, uno se siente bien consigo mismo y quiere que los demás también lo vean bien.
--	---

Figura 23. Narcisismo: Autoestima, Aceptación de Uno Mismo.

Capítulo V

5. Conclusiones

Las conclusiones a las que se ha llegado en esta investigación se fundamentan en el marco teórico del narcisismo desde los planteamientos del psicoanálisis, el uso de redes sociales, la adolescencia y, los datos empíricos recogidos por medio de las entrevistas realizadas, las cuales se han pautado en función de los objetivos del estudio.

En todo este proceso, a fin de acercar el concepto a los adolescentes entrevistados y facilitar su comprensión, al hablar de narcisismo se hace referencia a la definición propuesta por Jones (1913) en la cual detalla que se caracteriza por una gran admiración de las personas hacia sí mismas, un deseo de ser tanto admirados como amados o elogiados y una gran autoconfianza en sus conocimientos, en sus cualidades físicas y en sus cualidades mentales.

Con relación a las características sociodemográficas de la muestra, se ha entrevistado a 10 adolescentes con edades comprendidas entre 13 y 18 años; con un promedio de 16,10 años de edad. Dichos sujetos refirieron utilizar sus redes sociales como mínimo una vez por semana y algunos hasta detallaron la cantidad de horas diarias que las utilizan o la

cantidad de veces que las revisan. También se observó que todos ellos publican contenido en sus redes sociales con mayor o menor frecuencia.

El objetivo general del presente estudio estuvo orientado a analizar las posturas de los adolescentes sobre el uso de las redes sociales y el narcisismo desde los planteamientos del psicoanálisis. A partir de los resultados obtenidos, se observó una amplia diversidad de respuestas; existen quienes opinan que modificar la imagen de uno mismo en los contenidos que se publican en las redes no tiene sentido o les resulta innecesario, como así también, quienes manifiestan que se trata de un recurso implementado como un llamado de atención asociado a la falta de aceptación de uno mismo. Algunos adolescentes refirieron que esta distorsión de la imagen personal se encuentra asociada en cierta forma con el “querer ser”, es decir, con un ideal del sujeto acerca de cómo le gustaría ser que se ve plasmado en el contenido que publica, sobre todo en lo que respecta a su belleza física, los lugares geográficos que visita o las personas con las que frecuenta. En contraposición a esta idea, un cierto número de sujetos entrevistados comentó que esta modificación o adaptación de la imagen que se muestra en redes no guarda relación con el querer ser de acuerdo a un determinado ideal, sino que más bien, lo que se busca es exhibir la mejor versión de ellos mismos, ocultando sus características negativas o aspectos de su personalidad que les desagradan en mayor o menor grado. También, hubo quienes revelaron que muchas veces las personas buscan mostrar en redes algo que no son o algo que no tienen, simplemente para sentirse poderosos y/o aprobados por los otros.

Por último, cabe resaltar que una minoría expresó que en la actualidad muchos usuarios de redes sociales construyen personajes que son diseñados exclusivamente para el consumo de otros usuarios, lo cual es visto como algo válido y aprobado por quienes utilizan la red.

En líneas generales, se observa que el mayor porcentaje de la muestra coincide en que el uso de las redes sociales y el contenido que en ellas se publica guarda una relación con la definición del narcisismo propuesta.

En torno al primer objetivo específico: identificar las posturas de los adolescentes sobre el tipo de contenido que expresan los usuarios en las redes sociales. Para dar respuesta al presente objetivo de investigación se preguntó a los entrevistados acerca del contenido que ellos mismos publicaban, como así también, sobre el contenido que más observaban en redes y que otros usuarios compartían.

En primer lugar, con relación al contenido propio compartido, la mayor parte de la muestra relevó que publica fotos propias o de su vida diaria y fotos con amigos, familia o pareja. Otro gran porcentaje de los entrevistados refirió publicar contenido de música, baile o canciones. Incluso, algunas personas comentaron que también comparten opiniones, frases, dibujos o memes. Por último, se encontraron algunos casos particulares en donde lo que se compartía era contenido de viajes o lugares visitados, fútbol, maquillaje, fotos de sus mascotas o publicaciones sobre logros personales.

En segundo lugar, los sujetos entrevistados refirieron que lo más se observa en redes es contenido de todo tipo de influencers como así también de usuarios que buscan mostrarse a ellos mismos o a sus vidas diarias. También manifestaron que dentro del sin fin de contenidos que se replican en redes, lo que más se comparte es contenido de música o cantantes, ropa, viajes, memes, contenido humorístico o de protesta, frases o escritos y promoción de productos o servicios.

El segundo objetivo específico: identificar las posturas de los adolescentes sobre las características que buscan mostrar los sujetos en sus redes sociales. A partir de los resultados obtenidos, se observó que las posturas de los sujetos de la muestra son diversas y que el discurso podría dividirse en dos grandes grupos.

En el primer grupo, se ubican aquellas posturas asociadas a las características que los propios entrevistados buscan mostrar en sus redes sociales; para ellos resulta importante compartir sus experiencias y las características o aspectos de sí mismos que les resultan agradables. Algunas personas comentaron que cuando publican un contenido en redes buscan mostrar que se ven bien, que se divierten, que están rodeados de personas, que son auténticos y/o que cumplen logros. Tan solo una minoría manifestó que no busca mostrar nada en particular a través de sus publicaciones.

En el segundo grupo, se ubican aquellas posturas asociadas a las características que otros usuarios buscan mostrar en sus redes; en esta categoría los entrevistados refirieron que cuando las personas publican contenido en sus redes generalmente buscan parecerse a alguien (ya sea un ídolo o un personaje popular), mostrar un ideal de lo que les gustaría ser, pero no son (lo que los lleva a modificar su apariencia en fotos) y/o exhibir los aspectos de sí mismos que les resultan agradables, ocultando los desagradables.

El tercer objetivo específico: identificar las posturas de los adolescentes sobre las motivaciones que llevan a los usuarios a publicar contenido en sus redes sociales. De acuerdo con los datos recolectados a partir de las entrevistas, es posible mencionar que los motivos más recurrentes, por los cuales generar contenido y publicarlo en perfiles de redes sociales, son el aburrimiento y el deseo de mantener las redes activas. Un gran número de sujetos entrevistados manifestó que cuando se sienten bien con ellos mismos, les agrada cómo se ven y/o guardan una fotografía que les gusta, los motiva publicar contenido y que otras personas también vean lo que ellos ven. Otro de los motivos relevados es el querer expresarse, en otras palabras, el deseo de compartir una opinión sobre un tema en particular o sobre algo que el usuario piensa. A lo largo de las entrevistas, emerge también la idea de volverse popular o de conocer gente a partir del contenido que se publica en redes, la motivación de publicar contenido porque otros lo

hacen y buscan imitarlo o, incluso, la motivación de mostrar tanto algo que uno tiene como una experiencia del momento (generalmente sucede cuando se encuentran en compañía de alguien particular o visitan un lugar que está de moda).

Por último, algunas de las personas entrevistadas han comentado los motivos por los cuales deciden no publicar contenido en determinados momentos. Esta decisión se debe a que no se encuentran de humor para hacer publicaciones, no les gusta mostrar tanto su vida, están ocupados en otras cosas, no se animan a subir contenido o buscan desconectarse de las redes.

El cuarto objetivo específico: relevar cuáles son las redes sociales más utilizadas por los adolescentes y los motivos por los cuales las eligen. Se observó que las redes más utilizadas por los entrevistados son: Instagram, Twitter, Facebook, Tik Tok, WhatsApp, Snapchat, Tinder y Twitch. Con relación a los motivos por los cuales las eligen, estos son: el entretenimiento que proporcionan en los tiempos libres o momentos de ocio, el hecho de que todas las personas de su entorno tienen redes, la posibilidad de distraerse, de mantenerse informado, de socializar y comunicarse con amigos y/o familiares, de conocer gente nueva, de volverse popular, de expresarse y de compartir con otros lo que uno piensa.

Cabe destacar que la mayor parte de la muestra refirió que las redes sociales tienen importancia, sobre todo porque permiten la comunicación (especialmente en estos tiempos de aislamiento por la pandemia de Covid-19) y también porque facilitan el sentido de pertenencia a un grupo: el de los usuarios de redes sociales, donde se utilizan determinados códigos y formas particulares de comunicación.

Tomando en consideración los datos recolectados a partir de las entrevistas, y retomando el objetivo general, es posible observar en el discurso de los entrevistados una serie de recurrencias asociadas con la autoestima, el amor hacia uno mismo o la condición

de ser amado por otros para ser capaz de amarse a uno mismo, la búsqueda de reconocimiento, el deseo compartir con otros los aspectos de uno mismo que resultan agradables y escindir aquellos que nos desagradan.

En esta línea y partiendo de los postulados del psicoanálisis, resulta prudente considerar que la publicación de contenido en redes sociales podría asociarse con la intención de exhibir la imagen de uno mismo (ya sea ésta física o intelectual), que en ciertos casos intenta alcanzar un determinado ideal del yo. Este ideal se asocia con los planteamientos de Freud (1914), quien manifiesta que el narcisismo infantil se desplaza hacia un nuevo yo ideal que contiene todas las perfecciones que resultan de valor para el sujeto; el cual termina por ser el sustituto de ese narcisismo perdido en la infancia (en el que fue su propio ideal). En otras palabras, el yo experimenta una fase temprana de su desarrollo denominada narcisismo primario, en la cual es su propio ideal y goza de todas las perfecciones. En su subsiguiente conformación, el narcisismo secundario, el yo se muestra renuente de perder ese goce narcisista y perfección del narcisismo infantil. En consecuencia, y por vía del desplazamiento, es el ideal del yo el que indica el camino que permite obtener nuevamente ese goce perdido y demanda que se mantenga su mejor forma, su forma perfecta.

En este punto, Lacan (1949) detalla aún más lo que sucede en esta temprana instancia. Para este autor, el yo se conforma por identificaciones. Es así que la primera identificación narcisista sienta las bases para las identificaciones secundarias que seguirán conformando y desarrollando al yo. Dicha identificación primaria se produce por medio de lo que se denomina el estadio del espejo como formador de la función del yo. Es la propia imagen en el espejo, arrojada afuera, la que causa fascinación en el lactante y produce una tensión agresiva; la imagen allí representada en el espejo, genera una precipitación en el niño que le permite tomarla como propia jubilosamente. Esa imagen

completa y unificada amenaza la fantasía de fragmentación, ya que hasta ese momento el niño se fantaseaba fragmentado, es por ello que se precipita y toma esa imagen como propia constituyendo el yo ideal.

Partiendo de los postulados de estos autores, cabe mencionar que la propia imagen no es poca cosa, sino que resulta fundamental en la conformación del yo. Por lo tanto, podría considerarse el uso de las redes sociales como un intento del sujeto de reconocerse en el afuera, de ser reconocido por otro que sostenga esa imagen, que le permita existir a partir del reconocimiento, de la imagen unificada que ya no se refleja en un espejo sino en una red social.

La búsqueda del ideal del yo, en tales términos narcisistas, podría verse plasmada al intentar distorsionar, escindir, cambiar o manipular la propia imagen con el fin de obtener del otro su aprobación o reconocimiento.

5.1. Limitaciones del Estudio

A modo de reflexión final, cabe destacar ciertas limitaciones y fortalezas con relación a esta línea de investigación. A tal fin, resulta preciso detallar que para el desarrollo del presente estudio se tomaron en consideración los datos obtenidos a partir de una entrevista semi-estructurada. Si bien el instrumento contribuyó a los objetivos del estudio, aportando información significativa respecto del tema a investigar, sólo dio cuenta de elementos percibidos y referidos por los participantes, siendo posible de esta manera dejar por fuera información pertinente.

Con respecto a la muestra, los criterios de selección se realizaron de acuerdo a referencias y accesibilidad. Sin embargo, dicha muestra no puede ser considerada como generalizable al resto de la población por no ser totalmente representativa. También, se

destaca que la mayor parte de los participantes son mujeres, con lo cual, sería prudente indagar la temática con mayor profundidad en la población masculina.

5.2. Futuras Investigaciones

En relación con futuros estudios, se destaca la necesidad de continuar explorando el narcisismo y el uso de redes sociales. Para tal fin, se considera conveniente utilizar técnicas tanto cuantitativas como cualitativas, ampliar el espectro de la muestra, utilizar instrumentos que hayan sido creados y/o adaptados para las características socioculturales de los adolescentes en nuestro país.

También se recomienda desarrollar estudios que puedan aportar a ampliar la información existente hasta ahora sobre la temática, incluyendo a la población de adolescentes masculinos o incluso, indagando dichas variables en otros grupos etarios.

Por último, se considera relevante llevar a cabo estudios donde se tenga en cuenta los postulados de otras orientaciones teóricas distintas al psicoanálisis.

Bibliografía

Abad Vidal, M. A., & Aguirre Bonilla, V. N. (2019). *El sujeto del Like, el goce en redes sociales. Estudio psicoanalítico realizado con universitarios entre 18 y 25 años, en Quito, durante el periodo desde octubre 2016 hasta abril 2017* . Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de El sujeto del Like, el goce en redes sociales. Estudio psicoanalítico realizado con universitarios entre 18 y 25 años, en Quito, durante el periodo desde octubre 2016 hasta abril 2017 .

Aberastury, A., & Knobel, M. (2004). *La adolescencia normal. Un enfoque psicoanalítico*. México: Paidós educador.

Alomía Gutiérrez, J. D. (2018). *Desarrollo del Narcisismo desde Kohut en adolescentes y su interacción por las redes sociales virtuales*. Tesis de Grado. Cali: Pontificia Universidad Javeriana .

Arancegui, M. J. (2018). *Las redes sociales virtuales: reflejo de la mirada del espectáculo del mundo en el nuevo estanque de Narciso*. Tesis de grado. Montevideo: Universidad de la República.

Arcusa Les, G. (2015). *Narcisismo: ¿una nueva patología en nuestra sociedad actual? La búsqueda incansable de la propia identidad a través de las redes sociales*. Tesis de Grado. Barcelona: Universitat Abat Oliba CEU.

Balaguer, R. (2003). *Internet: un nuevo espacio psicosocial*. Montevideo: Trilce.

Boyd, D. M., & Ellison, N. (2008). Social network sites: Definition, history and scholarship. *Jornal of Computer – Mediated Communication*, 13, 210-230.

Carr, N. (2013). *Superficiales*. Madrid: Taurus.

Carreras , T., Forga, M., Perceval, J. M., & Simelio, N. (2014). Reputación, egolatría o identidad: el espejo de Narciso en las redes sociales. *Universidad, investigación y periodismo digital*, 161-173.

Casale Gómez, D. (2017). *El narcisismo del siglo XXI : el fenómeno de las selfies en las redes sociales*. Tesis de Grado. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Castilla del Pino, C. (1996). Teoría de la intimidad. *Revista de Occidente*(182-183), 15-31.

Coderch, J. (2003). La personalidad narcisista de nuestro tiempo. *Temas de Psicoanálisis de la Sociedad Española de Psicoanálisis*, 8-9, 11-33.

Dieguez, A. (2007). Aspectos narcisistas implicados en el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación. *XIV Jornadas de Investigación y Tercer Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur* (págs. 278-279). Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

Dieguez, A. (2008). Construcción de la identidad en púberes y adolescentes a través de las TICS. *XV Jornadas de Investigación y Cuarto Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur* (págs. 215-217). Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

Dolto, F. (1992). *La causa de los adolescentes. El verdadero lenguaje para dialogar con los adolescentes*. México: Seix Barral.

Erikson, E. (1983). Ocho edades del hombre. En E. Erickson, *Infancia y sociedad* (págs. 222- 247). Buenos Aires: Horme.

Finol, J. E. (2014). Nuevos escenarios en la Corpósfera: Fotografía, selfies y neo-narcisismo. *LIS Letra. Imagen. Sonido. Ciudad Mediatizada*, 11, 111-126.

Freud, S. (1905). *Tres ensayos de teoría sexual*. Buenos Aires: Amorrortu.

Freud, S. (1914). *La introducción al narcisismo*. Buenos Aires: Amorrortu.

Freud, S. (1920). *Más allá del principio del placer*. Buenos Aires: Amorrortu.

Galindo, C., & MacDonald, P. (2017). Sobrevivir en el mundo del yo, yo, yo. *El País*, 5.

Gamarra Linares, D. D., & Rosado Escobar, D. L. (2015). *Adición a facebook y patrones de personalidad narcisista en estudiantes de dos instituciones educativas particulares*. Tesis de Grado. Lima: Universidad Peruana Unión.

Giones Valls, A., & Serrat Brustenga, M. (2010). La gestión de la identidad digital: una nueva habilidad informacional y digital. *BID*, 24, 1-15.

Goffman, E. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.

Gómez, A., & Lloret, D. (2016). *Las redes sociales y el espejo de narciso*. Asociación Científica de Psicología y Educación (ACIPE).

González Sarmiento, O. (2014). Facebook, selfies, una pizca de narcisismo y algo más ... *Educación*(20), 56-62.

Guerra Cid, L. R. (2017). ¿Por qué la virtualización de la realidad puede generar fallas en la mentalización y en el narcisismo? *Revista Electrónica de Psicoterapia*, 11(1).

Herreros Trechera, J. L., & Vázquez de la Torre, G. (2008). Estudio Empírico del Trastorno Narcisista de la Personalidad (TNP). *Acta Colombiana de Psicología*, 11(2), 25-36.

Kenberg, O. (1993). *Desórdenes fronterizos y narcisismo patológico*. Barcelona: Paidós.

- Klein, M. (1980). *Obras completas. Volumen VI*. Buenos Aires: Paidós Horne .
- Kohut, H. (1966). Forms and transformations of Narcissism. *Journal of the american psychoanalytic Association*, 243-272.
- Kohut, H. (1980). *La restauración de si-mismo*. Barcelona: Paidós.
- Kohut, H. (1986). *Análisis del self: el tratamiento psicoanalítico de los trastornos narcisistas de la personalidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Lacan, J. (1949). El estadio del espejo como formador de la función del yo, tal como se nos revela en la experiencia psicoanalítica. *Comunicación presentada ante el XVI Congreso Internacional de Psicoanálisis*. Zurich.
- Lasch, C. (1991). *The Culture of Narcissism. American Life in An Age of Diminishing Expectations*. New York: Norton.
- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero*. Barcelona : Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2003). *Metamorfosis de la cultura liberal*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2013). Me gusta, luego existo. Gilles Lipovetsky y el humanismo tecnológico. Entrevista hecha por Bañuelos, J., Sáenz, I. y Tenorio, K. *Visualis*, 4(8), 119-126.
- Lipovetzky, G. (1986). *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama.
- Luengo Muñoz, A. (2019). El desarrollo del sentimiento de intimidad: ¿una esperanza ante la "cultura de la inmediatez" y la "cultura del narcisismo"? *Temas de Psicoanálisis*(18).
- MacDonald, P. (2014). Narcissism in the modern world. *Psychodynamic Practice*, 20(2), 143-153.

Manchola Bolaños, E. (2019). *Manifestaciones del Yo Ideal y del Ideal del Yo en la red social Facebook*. Tesis de Grado. Santiago de Cali: Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium.

Manzanares Bracke, R. (2012). *Facebook, un nuevo narcisismo*. Tesis de Grado. Quito: Universidad Católica del Ecuador.

Mayán, M. J. (2001). *Una introducción a los métodos cualitativos: módulo de entrenamiento para estudiantes y profesionales*. Iztapalapa: Universidad Autónoma Metropolitana.

Morduchowicz, R., Marcon, A., Sylvestre, V., & Ballestrini, F. (2010). *Los adolescentes y las redes sociales*. Buenos Aires: Ministerio de educación de la nación: Escuela y medios.

Murolo, N. L. (2015). Del mito del Narciso a la selfie. Una arqueología de los cuerpos codificados. *Palabra Clave*, 18(3), 676-700.

Organización Panamericana de la Salud. (1990). *Las condiciones de salud de las Américas*. Washington: OPS.

Perceval, J. M., Simelio, N., Forga, M., & Carreras, T. (2014). Reputación, egolatría o identidad: el espejo de Narciso en las Redes Sociales. *Universidad, investigación y periodismo digital*, 161.

Salazar, A. (2010). Diálogos en la web comunicación versus incomunicación. *Federación psicoanalítica de América Latina: Bogotá (Colombia)*, 1-8.

Sola Morales, S. (15 de Noviembre de 2013). *Un narcisismo radical. La creación de identificaciones en los espacios virtuales*. Recuperado el 25 de Mayo de 2020, de Depósito de Investigación Universidad de Sevilla:

https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/94969/Alaic_2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Stupia, C. (2014). *Las redes sociales en la gestión del Papa Francisco*. Tesis de Grado. Buenos Aires: Universidad de Palermo.

Suler, J. (2004). The Online Disinhibition Effect. *CyberPsychology & Behavior*, 7(3), 321-326.

Taylor, C. (2002). *La ética de la autenticidad*. Barcelona: Paidós.

Tisseron, S. (2001). *L'intimité surexposée*. París: Hachette.

Tocqueville, A. (2007). *De la democracia en América*. Madrid: Akal.

Trechera Herreros, J. L. (1998). El narcisismo: Epidemia de nuestro tiempo. *ÍSTMICA. Revista de la Facultad de Filosofía y Letras*(3-4), 219-238.

Turpo, O. (2010). Socio-dinámica de las identidades en la red. *Razón y Palabra*, 73, 1-18.

Winnicott, D. (1960). *La adolescencia*. Obtenido de Biblioteca D. Winnicott: <https://www.psicoanalisis.org/winnicott/ladolcia.htm>. Obtenido de Biblioteca D. Winnicott: <http://www.psicoanalisis.org/winnicott/ladolcia.htm>

Wood, A. F., & Smith, M. J. (2005). Forming online identities. En A. F. Wood, & M. J. Smith, *Online communication: linking technology, identity and culture* (págs. 51-75). Mahwah, N. J.: Erlbaum.

Anexos

• Entrevista 1

1. ¿Qué edad tenés?

Tengo 14 años.

2. ¿Utilizás alguna red social? ¿Cuál/es?

Si. Uso Instagram, Tik Tok, Tinder y Twitter.

3. ¿Por qué motivo la/s elegís?

Las elijo por una cuestión de entretenimiento. Es un lugar donde puedo ver todo y me entretengo un rato.

4. ¿Solés publicar o compartir contenido en tus redes? ¿Con qué frecuencia lo haces?
(Más de una vez al día, todos los días, una vez a la semana, una vez al mes...)

Es depende mi humor. Es raro que publique porque no es de mi gusto compartir tanto mi vida, pero debo publicar dos o tres veces al mes en Instagram y en Tik Tok dos veces al día.

5. ¿Tienen importancia para vos las redes sociales? ¿Por qué motivo?

Las redes sociales para mí no son algo esencial, pero tampoco me gusta estar sin ellas. Es algo intermedio, algunas veces me interesan y otras veces ya no las quiero más. Alguna que otra vez me ha generado angustia o ansiedad estar tan pendiente de ese tipo de cosas, pero es cuando estoy mucho tiempo.

6. ¿Qué tipo de contenido compartís?

En Instagram nada muy especial, comparto contenido de viajes o lugares que visite. Y en Tik Tok, traducciones de canciones en inglés.

7. ¿Tienen importancia para vos los “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen estas publicaciones? ¿Por qué motivo?

Los me gusta no significan nada, solo es un número insignificante para mí. Si yo estoy conforme con mi publicación no me importa eso. Ya no me lo tomo a mal, pero tuve una etapa en la que me molestaba el comentario del otro... ahora lo veo a la manera de que él que me dice eso es alguien que se oculta en una pantalla y no me lo dice en la cara. En sí, eso no me va ni me viene.

8. ¿Crees que los usuarios de redes sociales en general se interesan por la cantidad de “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen sus publicaciones? ¿Por qué motivo?

Creo que los que más se interesan por eso son las personas que dependen de sus publicaciones, como influencers y demás. Porque ellos viven de eso, pero sino no veo razón para estar tan pendiente de esas cosas.

9. ¿Solés revisar tus redes sociales cuando estás con familia, amigos, pareja o en reuniones sociales?

Eso es alternativo, depende de la situación y el contexto. Mayormente si, cuando no tengo nada para hacer, pero es raro que en reuniones no esté con el celular.

10. ¿Con qué frecuencia revisás tus redes sociales durante el día?

Buena pregunta...las debo usar unas 7 u 8 horas al día, según el tiempo en pantalla que figura en mi celular.

11. De acuerdo a lo que observás en las redes sociales, ¿cuál es para vos el tipo de contenido que más expresan los usuarios en las redes?

Creo que lo que más se expresa es cosas de ropa, cantantes y contenido de todo tipo de influencers.

12. ¿Qué características buscás mostrar cuando publicás contenido en tus redes?

Creo que en el tipo de contenido que subo busco mostrar mis experiencias.

13. ¿Qué te motiva a publicar estos contenidos?

Es simplemente el hecho de compartir mis experiencias con otros, técnicamente porque no publico casi nada.

14. Cuando publicás contenido en tus redes sociales: ¿te importa la apariencia personal?, ¿cuidás de vos mismo y de cómo te ves frente a otros?, ¿buscas la aprobación de amigos y/o conocidos sobre tu apariencia?

Verdaderamente me importa hasta un punto como me vean, pero tampoco es que me gusta salir mal. Es depende la persona como me comporte. Vengo trabajando en no buscar tanto la aceptación, pero lastimosamente sí, la busco.

15. Algunos autores dicen que, muchas veces, en las redes sociales los usuarios suelen crear perfiles en donde muestran aspectos de sí mismos o de su vida que no necesariamente son reales, sino que se relacionan con un ideal de cómo les gustaría ser. ¿Qué opinas de esto?

Creo que es una acción totalmente innecesaria, ya que, aunque muestres eso siempre vas a ser vos. Crear una falsa imagen no soluciona nada, sinceramente me parece que no tiene sentido.

16. El narcisismo en las personas se caracteriza por una gran admiración de sí mismos, deseo de ser admirados, amados o elogiados, y una gran confianza (tanto en su conocimiento como en sus cualidades físicas y mentales). Teniendo en cuenta esta definición, ¿consideras que existe una relación entre el narcisismo y el uso de las redes sociales? ¿Cómo sería esa relación?

Sí, creo que existe una relación en sí. Porque si te importan los comentarios o los me gusta buscas hasta el mínimo detalle para verte bien o simplemente para que te vean y eso demuestra una conducta narcisista para mostrarse ante el resto.

- **Entrevista 2**

1. ¿Qué edad tenés?

18.

2. ¿Utilizás alguna red social? ¿Cuál/es?

Sí, tengo. Instagram, Twitter y Facebook.

3. ¿Por qué motivo la/s elegís? ¿Por qué seleccionar esas y no otras?

No, no sé. Para ver, para conocer también más gente. Por ejemplo, otras redes, como Tik Tok, son para hacer videos y esas cosas, y no me animaría a subir. Instagram sí, porque subo fotos con amigos, vemos cosas y fotos mías también. Lo mismo que con Twitter.

4. ¿Soles publicar o compartís contenido en tus redes? ¿Con qué frecuencia lo haces?

(Más de una vez al día, todos los días, una vez a la semana, una vez al mes...)

Si, ponele que una vez a la semana o dos.

5. ¿Tienen importancia para vos las redes sociales?

No, la verdad que para mí las redes sociales no tienen importancia.

6. ¿Qué tipo de contenido compartís?

Fotos mías o de mis amigos. No suelo mostrar mucho mi vida como lo suelen hacer.

7. ¿Tienen importancia para vos los “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen estas publicaciones? ¿Por qué motivo?

En su momento si me importaba tener cierta cantidad de Me Gusta en una foto. Pero, ahora ya no.

8. ¿Por qué motivo te importaba antes?

Creo yo que para que se vea a más gente o que te conozcan más también.

9. ¿Crees que los usuarios de redes sociales en general se interesan por la cantidad de “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen sus publicaciones? ¿Por qué motivo?

Si la mayoría sí. Porque quieren ser más populares. Porque buscan más atención, supongo. Tal vez no atención sino alguna aprobación y necesitan que la gente los siga o que le den me gusta a sus fotos.

10. ¿Solés revisar tus redes sociales cuando estás con familia, amigos, pareja o en reuniones sociales?

Sí, pero muy poco. Trato de no usarlo igual, pero sí. No mucho, ponele que cinco minutos. Más de eso no.

11. Y cuando estás sola ¿con qué frecuencia revisás tus redes sociales durante el día?

Siete o cinco veces, por ahí. Y depende igual. Ahí sí puedo estar un tiempo largo. No sé con exactitud, pero en Instagram hay una parte donde entras y te dice cuánto tiempo estás. Y el otro día me fijé y me apareció que estuve como una hora en todo el día. Cuando no estoy haciendo nada, entro bastante.

12. De acuerdo a lo que observás en las redes sociales, ¿cuál es para vos el tipo de contenido que más expresan los usuarios en las redes?

Creo que las fotos de ellos mismos, fotos personales o que muestren su vida personal. O hay muchas personas que se muestran, como los influencers, que muestran su vida. O mujeres que también suben muchas fotos o que venden fotos en Instagram mediante historias, te agregan a una lista y ves las fotos. Creo que es lo que más consumen algunas personas.

13. ¿Venden fotos?

Sí, algunas personas venden fotos. Y creo que es lo que más consume la gente o la vida de otras personas también.

14. ¿Y vos qué pensás de eso?

Creo que cada uno se expone como quiere exponerse.

15. ¿Y cuál pensás que puede ser la motivación de esas personas a subir fotos de ellos mismos o de sus vidas?

Algunos tienen autoestima y se muestran como son. Otros quizás, necesitan que otras personas le digan qué lindo que sos o qué linda que sos.

16. ¿Por una cuestión de autoestima?

Sí, no todas las personas igual.

17. ¿Qué características buscás mostrar cuando publicás contenido en tus redes?

De vez en cuando subo algunas fotos mías, cuando me dan ganas de sacarme fotos. No sé, para subir algo y tratar de mantener mis redes activas también.

18. ¿Entonces, tu motivación es tener la cuenta activa?

Claro, también quiero, de vez en cuando, subir algo cuando salgo. En general cuando salgo no subo mucho ni suelo mostrar mi vida, pero, a veces si quiero subir algo me motiva mostrar que estoy en tal lado o con tal persona.

19. ¿Por qué motivo?

Por subir. No tengo una respuesta para eso.

20. Cuando publicás contenido en tus redes sociales: ¿te importa la apariencia personal?, ¿cuidás de vos mismo y de cómo te ves frente a otros?, ¿buscas la aprobación de amigos y/o conocidos sobre tu apariencia?

Sí, eso sí. Me importa verme a mí bien y si a otra persona no le gusta mi apariencia o algo, no es algo que me pueda llegar a afectar. Si la foto que subo ya está aprobada por mí, no tiene importancia si a otro le gusta o no.

21. Algunos autores dicen que, muchas veces, en las redes sociales los usuarios suelen crear perfiles en donde muestran aspectos de sí mismos o de su vida que no necesariamente son reales, sino que se relacionan con un ideal de cómo les gustaría ser. ¿Qué opinas de esto?

Si eso se ve mucho en las redes. Para mí no está bien porque muestran algo que no son. Mucha gente muestra algo que no es o quiere demostrar una vida que no tiene en Instagram, en Twitter o en cualquier red social para buscar aprobación de las demás personas. O para llamar la atención también.

22. ¿Y para vos tiene que ver con la autoestima?

Si porque para mí esas personas que muestran algo que no son o algo que no tienen, tienen poca autoestima porque por algo lo hacen.

23. ¿Y ese mostrar algo que no son, que incluye?

Si. En realidad, en fotos, en su apariencia, en donde usa mucho filtro o las editan.

24. ¿Qué pensás sobre eso?

Que no se aceptan o no se quieren ellos mismos. Creo que, si una persona se acepta tal y como es, no va a andar editando o cambiando mucho su personalidad o su vida mediante las redes sociales.

25. El narcisismo en las personas se caracteriza por una gran admiración de sí mismos, deseo de ser admirados, amados o elogiados, y una gran confianza (tanto en su conocimiento como en sus cualidades físicas y mentales). Teniendo en cuenta esta definición, ¿consideras que existe una relación entre el narcisismo y el uso de las redes sociales? ¿Cómo sería esa relación?

Sí, hay relación. En las redes sociales hay mucho de eso. Se ve constantemente.

26. Entonces, ¿para vos habría una conexión entre narcicismo y usar las redes sociales?

Si.

- **Entrevista 3**

1. ¿Qué edad tenés?

16 años.

2. ¿Utilizas alguna red social? ¿Cuál/es?

Instagram, WhatsApp y Tik Tok.

3. ¿Por qué motivo la/s elegís?

Instagram porque todas las personas con las que me rodeo la tienen. Tik Tok porque me entretiene, o sea, si no estoy haciendo nada y quiero estar con el celular, entro a Tik Tok y me entretiene.

4. ¿Soles publicar o compartir contenido en tus redes? ¿Con qué frecuencia lo haces?

(Más de una vez al día, todos los días, una vez a la semana, una vez al mes...)

Subo fotos en Instagram, muy de vez en cuando. Subo más historias, pero no todos los días. En general subo algo todas las semanas.

5. ¿Tienen importancia para vos las redes sociales? ¿Por qué motivo?

Por un lado, me gustaría que no existan, por otro es como que sirven más por entretenimiento. Y porque, a veces, estas mucho con el celular o viendo la vida de otras personas, y es como que no debería ser así.

6. ¿Qué tipo de contenido compartís?

Fotos de mis amigos y amigas, en las historias. Cuando nos juntamos, nada. Solo fotos de nosotros juntos. Una foto grupal del momento.

7. ¿Tienen importancia para vos los “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen estas publicaciones? ¿Por qué motivo?

No le doy mucha importancia y si me ponen algo es como más para charlar.

8. ¿Crees que los usuarios de redes sociales en general se interesan por la cantidad de “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen sus publicaciones? ¿Por qué motivo?

Creo que a la mayoría de las personas no les importa tanto, pero algo sí.

9. ¿Soles revisar tus redes sociales cuando estás con familia, amigos, pareja o en reuniones sociales?

Si. Llega un momento en el que capaz me aburro, agarro el celular y me fijo. Para chequear algo en Instagram.

10. ¿Con qué frecuencia revisas tus redes sociales durante el día?

Cinco veces al día.

11. ¿Cuánto tiempo te lleva esas cinco veces?

Por ejemplo, con Instagram no estoy más de diez minutos porque me canso. Pero, en Tik Tok, tranquilamente, una hora viendo videos.

12. De acuerdo a lo que observas en las redes sociales, ¿cuál es para vos el tipo de contenido que más expresan los usuarios en las redes?

En general suben fotos de ellos mismos, comiendo, entrenando o lo que sea. O con amigos también, haciendo lo que sea.

13. ¿Qué características buscas mostrar cuando publicas contenido en tus redes?

Todas las cosas lindas. Todo lo lindo porque lo malo no se muestra, nadie lo muestra. Las partes malas por así decirlo.

14. ¿Qué te motiva a publicar estos contenidos?

Capaz que la reacción de las personas. La reacción positiva de las personas, ya sea a través de los likes, los comentarios o las reacciones. Conocer más personas, hablar con personas. Tener más seguidores.

15. Cuando publicás contenido en tus redes sociales: ¿te importa la apariencia personal?, ¿Cuidás de vos mismo y de cómo te ves frente a otros?, ¿buscas la aprobación de amigos y/o conocidos sobre tu apariencia?

Si un montón. También cuido de cómo me veo frente a los demás. No sé si busco la aprobación de todos mis amigos o conocidos, pero sí de una gran parte. Se busca la aprobación. Una gran parte de la apariencia personal está cuidada, el cómo te vas a mostrar ante algunas personas.

16. Algunos autores dicen que, muchas veces, en las redes sociales los usuarios suelen crear perfiles en donde muestran aspectos de sí mismos o de su vida que no necesariamente son reales, sino que se relacionan con un ideal de cómo les gustaría ser. ¿Qué opinas de esto?

Opino lo mismo. No sé si muestran lo que quisieran ser, pero sí sólo una parte chica de lo que son.

17. ¿Cómo sería eso?

No sé si, lo que muestran en las redes sociales sería lo que ellos quieren ser, sino una parte de ellos y no su totalidad. O sea, lo lindo de ellos. Aunque no es real del todo, igual. La parte “mala” no se muestra.

18. El narcisismo en las personas se caracteriza por una gran admiración de sí mismos, deseo de ser admirados, amados o elogiados, y una gran confianza (tanto en su conocimiento como en sus cualidades físicas y mentales). Teniendo en cuenta esta definición, ¿consideras que existe una relación entre el narcisismo y el uso de las redes sociales? ¿Cómo sería esa relación?

Sí, van de la mano. Para mí las dos cosas, subir a las redes y el narcicismo son casi lo mismo. Pero, más de ese punto de vista del narcicismo, el de sentirse elogiados por otros o tener una reacción de los demás.

- **Entrevista 4**

1. ¿Qué edad tenés?

Tengo 18 años.

2. ¿Utilizás alguna red social? ¿Cuál/es?

Si. Utilizo Facebook, Instagram y Whatsapp

3. ¿Por qué motivo la/s elegís?

Las utilizo por entretenimiento. Son plataformas donde más me comunico, con mis amigos y demás. Me entretengo con videos interactivos.

4. ¿Solés publicar o compartir contenido en tus redes? ¿Con qué frecuencia lo haces? (Más de una vez al día, todos los días, una vez a la semana, una vez al mes...)

Si. Publico bastante, me gusta mostrar lo que puedo obtener o lograr hacer, porque a veces me cuestan las cosas. Hay días que no subo nada y otros que subo de todo, depende de mi estado de ánimo.

5. ¿Tienen importancia para vos las redes sociales? ¿Por qué motivo?

No mucha, las utilizo para entretenerme o hacer algo, como de recreo.

6. ¿Qué tipo de contenido compartís?

Me gusta ver lo que hacen los famosos, qué publica mi pareja o en mejores amigos publico cosas de mi actual embarazo. Las uso para mantenerme en contacto con otros. Antes subía videos de Maradona, videos de baile, de memes, fotos con mi pareja.

7. ¿Tienen importancia para vos los “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen estas publicaciones? ¿Por qué motivo?

Yo creo que sí, con mi novio peleamos porque él me dice que yo tengo muchos “me gusta” en las fotos y él no. Mi mejor amiga se vive quejando de los “me gusta”. Lo mismo sucede con los seguidores, la cantidad. Para mí el tema de los seguidores era importante antes, porque marcaba la diferencia. Hoy me da lo mismo.

8. ¿Crees que los usuarios de redes sociales en general se interesan por la cantidad de “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen sus publicaciones? ¿Por qué motivo?

Para mi si, sino no habría tanta gente que le gusta que lo sigan.

9. ¿Solés revisar tus redes sociales cuando estás con familia, amigos, pareja o en reuniones sociales?

Si subí algo justo en ese momento, sí. Más que nada para chequear quien me chusmea lo que subo. De todos modos, me gusta disfrutar el tiempo en familia.

10. ¿Con qué frecuencia revisás tus redes sociales durante el día?

Y ahora con la facultad no tanto. En la cuarentena o en vacaciones sí, me entere de cosas que si no usaba el celular no me hubiese enterado. De famosos o de amigas. Chequeo Instagram unas 10 veces al día y Facebook menos. A cada red la uso para distintas cosas.

11. De acuerdo a lo que observás en las redes sociales, ¿cuál es para vos el tipo de contenido que más expresan los usuarios en las redes?

Para mí, en demostrar que es lo que tiene cada uno día a día. Muestran, por ejemplo, dónde están (países como Inglaterra) o que estoy tomando mates con mi amiga, o las vacaciones. Yo siento que no es necesario marcar qué estás haciendo todo el tiempo. Fotos de ellos mismos veo cuando tienen algún evento o cumple, sino no.

12. ¿Qué características buscás mostrar cuando publicás contenido en tus redes?

Demostrar que uno tiene más que el otro, en todo sentido.

13. ¿Qué te motiva a publicar estos contenidos?

Yo creo que, si tiene algún famoso que les guste un montón, como un famoso y querer lograr lo mismo que ese ídolo. Por ejemplo, a mi novio le gusta Messi, entonces juega al fútbol como él, para acercarse a él y a sus objetivos.

14. Cuando publicas contenido en tus redes sociales: ¿te importa la apariencia personal?, ¿cuidas de vos mismo y de cómo te ves frente a otros?, ¿buscas la aprobación de amigos y/o conocidos sobre tu apariencia?

Si, les importa la apariencia. Mis tíos viajan mucho con mis primas, y buscan mostrarse bien ellos mismos. Buscan la aprobación de los otros.

15. Algunos autores dicen que, muchas veces, en las redes sociales los usuarios suelen crear perfiles en donde muestran aspectos de sí mismos o de su vida que no necesariamente son reales, sino que se relacionan con un ideal de cómo les gustaría ser. ¿Qué opinas de esto?

Yo pienso que la gente quiere demostrar algo que no es. Como esa gente que se compra un iPhone y la casa se les cae a pedazos. Quieren mostrar algo que les gustaría ser pero no son.

16. El narcisismo en las personas se caracteriza por una gran admiración de sí mismos, deseo de ser admirados, amados o elogiados, y una gran confianza (tanto en su conocimiento como en sus cualidades físicas y mentales). Teniendo en cuenta esta definición, ¿consideras que existe una relación entre el narcisismo y el uso de las redes sociales? ¿Cómo sería esa relación?

Sí, para mí sí. Eso se ve con los famosos, que viven haciendo eso. Promocionándose ellos y productos. En mi caso, yo me halago porque sé que soy inteligente y subo que me la paso estudiando y que voy a terminar rápido la carrera que estoy haciendo.

17. ¿Y en las personas no famosas también los observás?

Sí, mi novio es una persona súper narcisista. A veces se auto comenta que está re lindo, re fachero, que se viste bien. Yo le digo que es muy egocéntrico, que se ama mucho.

- **Entrevista 5**

1. ¿Qué edad tenés?

16 años.

2. ¿Utilizas alguna red social? ¿Cuál/es?

Si, Instagram, Twitter, Whatsapp y Facebook.

3. ¿Por qué motivo la/s elegís?

Para comunicarme con mis amigos o publicar una foto.

4. ¿Soles publicar o compartir contenido en tus redes? ¿Con qué frecuencia lo haces?
(Más de una vez al día, todos los días, una vez a la semana, una vez al mes...)

Si. Las que más uso son Instagram, Twitter y Facebook, todos los días. En twitter publico opiniones o sobre cosas que me estén pasando. En Instagram, momentos de cuando estoy con amigos, o cuando estoy aburrida, subo cosas mías para que me conozcan. Sí, no estoy muy pendiente de subir si o si algo. Lo hago cuando tengo ganas, en pandemia casi todos los días publico algo por aburrimiento. Hay días que me quiero desconectar y no publico nada.

5. ¿Tienen importancia para vos las redes sociales? ¿Por qué motivo?

Si, tienen importancia. Con la cuarentena y el aislamiento me importa tenerlas para estar en contacto con las personas que quiero, amigos o familiares que no veo.

6. ¿Qué tipo de contenido compartís?

El contenido que subo es más bien personal, sobre mí. En twitter subo más cosas que pienso en el momento o tengo ganas de expresar. En Instagram para publicar fotos mías, de amigos o compartir lo que estoy viviendo.

7. ¿Tienen importancia para vos los “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen estas publicaciones? ¿Por qué motivo?

De algunas personas sí me importan, la cantidad no me importa demasiado, si bien se siente bien tenerlos, no muero por ellos.

8. ¿Crees que los usuarios de redes sociales en general se interesan por la cantidad de “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen sus publicaciones? ¿Por qué motivo?

La mayoría si, quieren reconocimiento y mostrarse. Se muestran para eso y no pienso que sea malo.

9. ¿Soles revisar tus redes sociales cuando estás con familia, amigos, pareja o en reuniones sociales?

Si, a veces me pasa que me aburro y chequeo las redes de pasada. No vivo pendiente siempre, si me junto con amigos a veces me olvido de sacar fotos que quisiera tener para mí, eso es porque la estoy pasando bien.

10. ¿Con qué frecuencia revisas tus redes sociales durante el día?

Depende, si estoy ocupada o no. A veces las chequeo mucho, unas 5 o 6 veces.

11. De acuerdo a lo que observas en las redes sociales, ¿cuál es para vos el tipo de contenido que más expresan los usuarios en las redes?

Mis usuarios suben más contenido personal como fotos propias, buenas notas, cosas que hicieron bien. Lo que más suben es fotos en reuniones sociales.

12. ¿Qué características buscas mostrar cuando publicas contenido en tus redes?

Lo que busco mostrar es contenido auténtico, que no se aleje tanto a lo que realmente soy, tanto de lo que soy en cuanto apariencia física como de lo que hago. Algunas chicas manipulan y distorsionan sus fotos para cambiar su apariencia.

13. ¿Qué te motiva a publicar estos contenidos?

Si subo una foto es porque primero me gusto a mí y después para que les guste a los demás. En twitter quiero dejar plasmada mi opinión para saber si otra persona coincide conmigo, de esa forma voy conociendo a los demás.

14. Cuando publicas contenido en tus redes sociales: ¿te importa la apariencia personal?, ¿cuidás de vos mismo y de cómo te ves frente a otros?, ¿buscas la aprobación de amigos y/o conocidos sobre tu apariencia?

Sí, me importa. Si, cuido de mi misma y de mi apariencia. No busco la aprobación.

15. Algunos autores dicen que, muchas veces, en las redes sociales los usuarios suelen crear perfiles en donde muestran aspectos de sí mismos o de su vida que no necesariamente son reales, sino que se relacionan con un ideal de cómo les gustaría ser. ¿Qué opinas de esto?

Creo que tiene razón ese autor. Hay gente que muestra una cosa y en la realidad es diferente. Esas las veo más en la personalidad, actitudes, pensamientos y en la imagen también, aunque no los juzgo.

16. El narcisismo en las personas se caracteriza por una gran admiración de sí mismos, deseo de ser admirados, amados o elogiados, y una gran confianza (tanto en su conocimiento como en sus cualidades físicas y mentales). Teniendo en cuenta esta definición, ¿consideras que existe una relación entre el narcisismo y el uso de las redes sociales? ¿Cómo sería esa relación?

Sí, hay una relación. Hay personas que usan las redes para sentirse admiradas. No creo que este mal sentirse seguro de sí mismo y con eso mostrarse en las redes. Yo también acepto solicitudes con el fin de sentirme admirada.

- **Entrevista 6**

1. ¿Qué edad tenés?

15 años.

2. ¿Utilizas alguna red social? ¿Cuál/es?

Instagram, Twitch, Twitter, Tik Tok y Snapchat.

3. ¿Por qué motivo la/s elegís?

En el caso de Instagram o WhatsApp, es más para comunicación, y las demás por entretenimiento. Twitch la uso para ver directos de youtubers que hacen videos en vivo.

4. ¿Soles publicar o compartir contenido en tus redes? ¿Con qué frecuencia lo haces? (Más de una vez al día, todos los días, una vez a la semana, una vez al mes...)

En Instagram una vez al día. En Tik Tok no subo mucho, muy regularmente. Quizás una vez cada tres, cuatro meses o más.

5. ¿Tienen importancia para vos las redes sociales? ¿Por qué motivo?

Creo que sí, porque facilita el hecho de poder comunicarte con las personas que ya conoces o tenés la oportunidad de hacer amigos virtualmente, aunque no es tan seguro. Para distraerse un poco también.

6. ¿Qué tipo de contenido compartís?

Fotos mías en Instagram. A veces me saco fotos porque estoy aburrida, mayormente mi cara no más, y cuando me gustan, ya sea una foto vieja o algo, las subo como para subir algo, pero solo en publicaciones. En historias subo otra cosa, ahí lo hago más frecuentemente.

7. ¿Tienen importancia para vos los “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen estas publicaciones? ¿Por qué motivo?

Para mí no. A mí en lo personal no me afecta mucho. Por ahí te ayuda un poco con el tema de la autoestima, pero no creo que deba tener tanta importancia porque la cantidad de likes que tenés no definen cuánto importas o lo lindo y buena persona que sos. No te define.

8. ¿Crees que los usuarios de redes sociales en general se interesan por la cantidad de “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen sus publicaciones? ¿Por qué motivo?

Sí, ‘mal’. Mucho. Creo que de alguna manera necesitan la aprobación de las demás personas o como que tratan de llenar algo que les falta con la cantidad de reacciones, supongo.

9. ¿Soles revisar tus redes sociales cuando estás con familia, amigos, pareja o en reuniones sociales?

No, para nada. Pero, si sale, nos sacamos una foto o así, no es que ando pendiente del celular. Porque siento que hay que aprovechar esos momentos, porque después tenés todo el tiempo del mundo para estar con el celular.

10. ¿Con qué frecuencia revisas tus redes sociales durante el día?

Mm... la verdad que no te sabría decir un tiempo específico.

11. De acuerdo a lo que observas en las redes sociales, ¿cuál es para vos el tipo de contenido que más expresan los usuarios en las redes?

De las personas en general, veo fotos de ellos siempre. Al menos la gente que yo sigo, siempre pone o comparte memes o fotos de ellos mismos. Depende, hay personas que suben más fotos de su cara, o de su cuerpo o fotos con familia. Aunque eso de las fotos con familia no lo veo muy seguido, lo veo en cuentas de gente que es más adulta y cercana. Los que tienen mi edad, más o menos, normalmente suben fotos de ellos mismos, ya sea posando o haciendo algo. O de paisajes, a veces.

12. ¿Qué características buscas mostrar cuando publicas contenido en tus redes?

Subo fotos de mi cara, pero solo cuando estoy aburrida, si no, no subo fotos tan seguido.

13. ¿Qué te motiva a publicar estos contenidos?

No es que tenga alguna razón para hacerlo o algo que me impulse hacerlo. Es más por aburrimiento.

14. Cuando publicas contenido en tus redes sociales: ¿te importa la apariencia personal?, ¿cuidas de vos mismo y de cómo te ves frente a otros?, ¿buscas la aprobación de amigos y/o conocidos sobre tu apariencia?

Si es una publicación, sí. En una historia no importa porque se borra como en veinticuatro horas, pero una publicación es lo que la gente ve apenas entra a tu perfil.

Hubo muchas veces que por ahí quería subir una foto y como que la miraba tanto que notaba defectos terribles que los demás no lo ven, pero después las terminaba borrando.

No busco la aprobación, creo que si te quieren te tienen que aceptar tal cual sos, tanto físicamente y como persona.

15. Algunos autores dicen que, muchas veces, en las redes sociales los usuarios suelen crear perfiles en donde muestran aspectos de sí mismos o de su vida que no necesariamente son reales, sino que se relacionan con un ideal de cómo les gustaría ser. ¿Qué opinas de esto?

Eso me parece que es bastante verdad, porque en cuanto a físicos en las redes sociales ves que siempre te muestran estándares de belleza que son irreales. Coincido con eso. Otras cosas también, como la vida social activa, diversión o estar en lugares lindo, pero mucho más la belleza física. Justamente, porque buscan la aprobación de las personas.

16. El narcisismo en las personas se caracteriza por una gran admiración de sí mismos, deseo de ser admirados, amados o elogiados, y una gran confianza (tanto en su conocimiento como en sus cualidades físicas y mentales). Teniendo en cuenta esta definición, ¿consideras que existe una relación entre el narcisismo y el uso de las redes sociales? ¿Cómo sería esa relación?

Si. Es como que las redes sociales, cuando publicas o algo así, alimenta y aumenta tu autoestima. Una persona que sea muy narcisista, obviamente busca la aprobación de los demás, en cualquier sentido, ya sea por su físico o su conocimiento o su forma de pensar. Le gusta tener aprobación de los demás, y si la obtienen a través de las redes sociales, alimentan eso.

- **Entrevista 7**

1. ¿Qué edad tenés?

13 años.

2. ¿Utilizas alguna red social? ¿Cuál/es?

Instagram, Twitter, YouTube, Tik Tok.

3. ¿Por qué motivo la/s elegís?

Porque podés sociabilizar con gente y mantenerte actualizado.

4. ¿Soles publicar o compartir contenido en tus redes? ¿Con qué frecuencia lo haces?

(Más de una vez al día, todos los días, una vez a la semana, una vez al mes...)

Si. Cada dos días o una vez a la semana, por ahí.

5. ¿Tienen importancia para vos las redes sociales? ¿Por qué motivo?

Sí, porque sin redes sociales no te podés actualizar ni tener temas de conversación con la gente.

6. ¿Qué tipo de contenido compartís?

Fotos mías o cuando estoy con amigas.

7. ¿Tienen importancia para vos los “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen estas publicaciones? ¿Por qué motivo?

Lamentablemente sí. Creo que es por mi autoestima, tener me gusta o reacciones sube mi autoestima. Aparte sé lo que a la gente le gusta. En un momento tenía una página de dibujo y publicaba lo que sabía que al público le iba a gustar, no lo que tal vez yo quería subir.

8. ¿Crees que los usuarios de redes sociales en general se interesan por la cantidad de “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen sus publicaciones? ¿Por qué motivo?

Yo creo que no, tal vez sí les interese, pero para mí no. Porque pienso que ellos suben lo que le gusta y ya, en cambio a mí, me cuesta hacer eso.

9. ¿Soles revisar tus redes sociales cuando estás con familia, amigos, pareja o en reuniones sociales?

Si. No tanto igual. Hay momentos en lo que revisó más, generalmente cuando subo una foto o estoy hablando con alguien.

10. ¿Con qué frecuencia revisas tus redes sociales durante el día?

No tengo contado, pero supongo que entre tres y cinco veces. Tipo entrar y ver. Si no tengo nada que hacer puedo llegar a estar una hora, sino generalmente, 25 o 30 minutos al día.

11. De acuerdo a lo que observas en las redes sociales, ¿cuál es para vos el tipo de contenido que más expresan los usuarios en las redes?

Yo me entretengo, hay mucho de diversión o humor. Cosas que hacen en el día, cuando se están divirtiendo. Videos de ellos haciendo distintas cosas o historias con textos donde ponen lo que quieren decir.

12. ¿Qué características buscas mostrar cuando publicas contenido en tus redes?

Que soy segura conmigo misma. Nunca lo fui, así que en las redes soy otra. Mayormente subo fotos cuando me siento linda, se podría decir. De hecho, hay muchas fotos que después borró porque ya no me veo linda, capaz en ese momento me siento bien y la subo, pero después se me va la seguridad y le encuentro algún defecto.

13. ¿Qué te motiva a publicar estos contenidos?

Me motiva saber que no todo el tiempo estoy mal, sino que también tengo momentos buenos, conmigo misma.

14. Cuando publicas contenido en tus redes sociales: ¿te importa la apariencia personal?, ¿cuidas de vos mismo y de cómo te ves frente a otros?, ¿buscas la aprobación de amigos y/o conocidos sobre tu apariencia?

Cuando subo algo público sí me importa mi apariencia. Después está la lista de mejores amigos donde subo cosas hecha un desastre, pero están mis amigos así que ya me conocen, saben cómo soy. Me preocupa el cómo me van a ver los otros. También busco la aprobación, eso sí me pasa con todo el mundo, con las personas en general y con mis amigos también.

15. Algunos autores dicen que, muchas veces, en las redes sociales los usuarios suelen crear perfiles en donde muestran aspectos de sí mismos o de su vida que no necesariamente son reales, sino que se relacionan con un ideal de cómo les gustaría ser. ¿Qué opinas de esto?

Primero pienso que, si a ellos les gusta, está bien que lo hagan. Pero por otro lugar tampoco le encuentro mucho sentido a hacer eso, aunque yo lo hago. Generalmente “miento” con la seguridad que muestro, pero nunca con cosas de mi vida. Los famosos capaz lo hacen, pero eso no hay forma de saberlo, que yo sepa mis amigos no lo hacen.

16. El narcisismo en las personas se caracteriza por una gran admiración de sí mismos, deseo de ser admirados, amados o elogiados, y una gran confianza (tanto en su conocimiento como en sus cualidades físicas y mentales). Teniendo en cuenta esta definición, ¿consideras que existe una relación entre el narcisismo y el uso de las redes sociales? ¿Cómo sería esa relación?

No. Porque uno nunca es 100% lo que muestra en las redes y alguien no puede decir que sos narciso simplemente viendo lo que posteas. A veces hay gente que busca ser admirada, pero de todas formas no le sale o tal vez publica determinado contenido solo porque le gusta, sin ninguna otra intención.

- **Entrevista 8**

1. ¿Qué edad tenés?

17 años.

2. ¿Utilizas alguna red social? ¿Cuál/es?

Sí, Instagram, Facebook, Twitter, Snapchat.

3. ¿Por qué motivo la/s elegís?

Porque me divierten. Hablo con gente, hago amistades. También las elijo porque todos las tienen.

4. ¿Soles publicar o compartir contenido en tus redes? ¿Con qué frecuencia lo haces?

(Más de una vez al día, todos los días, una vez a la semana, una vez al mes...)

Si. A diario subo historias, no mucho en el muro.

5. ¿Tienen importancia para vos las redes sociales? ¿Por qué motivo?

Sí, porque me hacen pertenecer al mundo de mis amigos. De mi generación, por así decirlo. Creo que hoy son necesarias, si no tenés redes no estás dentro de la onda que todos manejan.

6. ¿Qué tipo de contenido compartís?

Fotos y memes. Fotos mías, de mis amigos. A veces también comparto publicaciones que me interesan, relacionadas a la música.

7. ¿Tienen importancia para vos los “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen estas publicaciones? ¿Por qué motivo?

Si, re. Porque los me gusta, reacciones y comentarios me permiten medir si estoy haciendo las cosas bien, no sé cómo explicarlo. Pero hay cosas que pegan más que otras y te das cuenta por esas cosas. Por ejemplo, una foto mía tiene más me gusta que una foto de mi perro, y eso te da la pauta de que a la gente le gusta más ese tipo de contenido.

8. ¿Crees que los usuarios de redes sociales en general se interesan por la cantidad de “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen sus publicaciones? ¿Por qué motivo?

Si. A todos mis amigos o personas de mi entorno les interesa eso. Creo que por lo mismo que te comentaba, todos queremos ser populares. Yo tengo amigas que tienen miles de seguidores.

9. ¿Soles revisar tus redes sociales cuando estás con familia, amigos, pareja o en reuniones sociales?

Si. Todo el tiempo. Creo que todos lo hacemos.

10. ¿Con qué frecuencia revisas tus redes sociales durante el día?

No llevo una cuenta. Pero es bastante seguido. Lo que pasa es que yo me comunico con mis amigos por las redes y con ellos hablo casi todo el día. Ponele que las debo usar unas 10 horas al día.

11. De acuerdo a lo que observas en las redes sociales, ¿cuál es para vos el tipo de contenido que más expresan los usuarios en las redes?

La gente suele canalizar bastante los enojos a través de las redes y también publican mucho su vida social, onda dónde voy a cenar, dónde estoy comiendo, con quién estoy.

12. ¿Qué características buscas mostrar cuando publicas contenido en tus redes?

Que estoy bien, que me divierto, que estoy rodeada de gente linda. Me gusta compartir mis logros para que los demás se pongan contentos por mí.

13. ¿Qué te motiva a publicar estos contenidos?

Me motiva que todos lo hacen. Creo que es una forma de comunicarse con otros y eso está bueno.

14. Cuando publicas contenido en tus redes sociales: ¿te importa la apariencia personal?, ¿cuidas de vos mismo y de cómo te ves frente a otros?, ¿buscas la aprobación de amigos y/o conocidos sobre tu apariencia?

Sí, me importa muchísimo la apariencia personal. Gracias a dios existen los filtros para esos momentos cuando uno no se ve tan bien. También me preocupa mucho el cómo se ven mis fotos, que haya un fondo lindo o esas cosas porque me parece que eso habla mucho de la persona. En cuanto a la aprobación, creo que sí la busco. En el caso de mis amigos más íntimos no tanto porque ya me conocen, de hecho, a ellos les pido consejos antes de subir algo para saber si les gusta o no. Tal vez ahí si hay un poco de eso, de buscar la aprobación. Igual me pone más nerviosa el conocer a las personas cara a cara y no ser aprobada o no cumplir las expectativas del otro.

15. Algunos autores dicen que, muchas veces, en las redes sociales los usuarios suelen crear perfiles en donde muestran aspectos de sí mismos o de su vida que no necesariamente son reales, sino que se relacionan con un ideal de cómo les gustaría ser. ¿Qué opinas de esto?

Yo creo que cada cual hace lo que quiere con sus redes y que eso es parte de lo que cada uno quiere mostrar. Además, mucha gente construye como “personajes” que la gente consume y me parece bien, es válido.

16. El narcisismo en las personas se caracteriza por una gran admiración de sí mismos, deseo de ser admirados, amados o elogiados, y una gran confianza (tanto en su conocimiento como en sus cualidades físicas y mentales). Teniendo en cuenta esta definición, ¿consideras que existe una relación entre el narcisismo y el uso de las redes sociales? ¿Cómo sería esa relación?

No necesariamente, porque hay muchas personas que no buscan esas cosas e igualmente tienen redes sociales. Yo creo que hay distintas formas de ser, y que cada persona tiene distintos motivos para publicar contenido en las redes.

• **Entrevista 9**

1. ¿Qué edad tenés?

Tengo 16 años.

2. ¿Utilizás alguna red social? ¿Cuál/es?

Si. Uso Instagram, Twitter, Facebook, Tik Tok.

3. ¿Por qué motivo la/s elegís?

Las elijo porque me entretienen, me ayudan a matar el tiempo de ocio.

4. ¿Solés publicar o compartir contenido en tus redes? ¿Con qué frecuencia lo haces?

(Más de una vez al día, todos los días, una vez a la semana, una vez al mes...)

Si. Ponele que en una semana publico 3 o 4 veces.

5. ¿Tienen importancia para vos las redes sociales? ¿Por qué motivo?

No les doy importancia, en realidad me da lo mismo si las tengo o no porque no lo veo como algo esencial.

6. ¿Qué tipo de contenido compartís?

Memes o cosas de maquillaje, rutinas y esas cosas.

7. ¿Tienen importancia para vos los “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen estas publicaciones? ¿Por qué motivo?

Si, a veces sí. No sé bien por qué, supongo que para sentirte bien o ver en qué lugar estás dentro de las redes. La gente que tiene más me gusta o comentarios, tiene como más poder en esa red, por así decirlo. Entonces la cantidad de likes te da un parámetro de que tanto status tenés en las redes.

8. ¿Crees que los usuarios de redes sociales en general se interesan por la cantidad de “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen sus publicaciones? ¿Por qué motivo?

Si, obvio. Porque eso los para en un determinado status dentro de las redes, les da ese poder del que te hablaba, o popularidad por así decirlo.

9. ¿Solés revisar tus redes sociales cuando estás con familia, amigos, pareja o en reuniones sociales?

No, no le doy bola. A veces sí, dependiendo de la ocasión. Capaz si la reunión está un poco aburrida o la estoy pasando mal, ahí me pongo a usar el teléfono.

10. ¿Con qué frecuencia revisás tus redes sociales durante el día?

Y... no sé, ponele que, en el transcurso de una hora, chequeo las redes cada 15 minutos. Cuando estoy al pedo, las uso un montón.

11. De acuerdo a lo que observás en las redes sociales, ¿cuál es para vos el tipo de contenido que más expresan los usuarios en las redes?

Creo que lo que más se expresa es contenido humorístico o de protesta, tipo movimientos sociales.

12. ¿Qué características buscás mostrar cuando publicás contenido en tus redes?

Nada en específico, no quiero mostrar algo en sí. Subo cosas de mi día a día.

13. ¿Qué te motiva a publicar estos contenidos?

Creo que por ahí lo que motiva es ver que otras personas hacen lo mismo y entonces lo querés “imitar” o simplemente porque te gusta algo.

14. Cuando publicás contenido en tus redes sociales: ¿te importa la apariencia personal?, ¿cuidás de vos mismo y de cómo te ves frente a otros?, ¿buscas la aprobación de amigos y/o conocidos sobre tu apariencia?

Sí, me importa cómo me veo, pero para mí, no para otros. No busco la aprobación de los demás.

15. Algunos autores dicen que, muchas veces, en las redes sociales los usuarios suelen crear perfiles en donde muestran aspectos de sí mismos o de su vida que no necesariamente son reales, sino que se relacionan con un ideal de cómo les gustaría ser. ¿Qué opinas de esto?

Que es súper cierto. Mucha gente miente sobre lo que tiene o sobre lo que es, solamente para sentirse aprobados o con ese “poder”.

16. El narcisismo en las personas se caracteriza por una gran admiración de sí mismos, deseo de ser admirados, amados o elogiados, y una gran confianza (tanto en su conocimiento como en sus cualidades físicas y mentales). Teniendo en cuenta esta definición, ¿consideras que existe una relación entre el narcisismo y el uso de las redes sociales? ¿Cómo sería esa relación?

Sí, porque si ves que tenés muchos likes o que mucha gente te comenta, te hace sentir superior. Si los demás te aman, vos te amas.

- **Entrevista 10**

1. ¿Qué edad tenés?

Tengo 18 años.

2. ¿Utilizás alguna red social? ¿Cuál/es?

Si. Uso Instagram y Facebook. Tenía Twitter antes, pero lo cerré porque ya no lo usaba.

3. ¿Por qué motivo la/s elegís?

Me gusta tener estas redes porque me mantiene entretenida cuando no tengo otra cosa por hacer. Además, son una forma de comunicarme con amigos o de conocer gente. A veces capaz subís una foto o una historia, alguien te comenta y te quedas charlando y tal vez solo era un conocido con el que ahora estás generando un vínculo. Eso me parece genial.

4. ¿Solés publicar o compartir contenido en tus redes? ¿Con qué frecuencia lo haces?

(Más de una vez al día, todos los días, una vez a la semana, una vez al mes...)

Si, publico bastante seguido. Me gusta mantener las redes activas, entonces, todos los días subo alguna historia. En el muro no publico tanto, solo cuando hay una foto que me gusta mucho.

5. ¿Tienen importancia para vos las redes sociales? ¿Por qué motivo?

Si, tienen importancia por esto que te comentaba de que te mantienen comunicado o informado, por así decirlo. Como que a través de las redes te enteras de todo, más que nada en Instagram. Ponele, yo no miro tele porque no me gusta mucho, entonces muchas noticias te aparecen en la lupita de Instagram y está buenísimo.

6. ¿Qué tipo de contenido compartís?

Suelo publicar fotos mías, de mis mascotas o de las personas de mi entorno. Tipo con amigos o familia, personas que quiero.

7. ¿Tienen importancia para vos los “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen estas publicaciones? ¿Por qué motivo?

Si, depende lo que suba. Cuando subo fotos a las historias no me fijo tanto si me comentan o me reaccionan, pero sí soy de fijarme quién las vio. Igual siempre es lindo que te comenten porque te hace sentir un interés de parte del otro, como que tiene ganas de hablar con vos o le gustó lo que publicaste. No sé, me hace sentir bien. Pero cuando subo fotos al muro, ahí sí estoy más pendiente de los me gusta. No en la cantidad en sí, sino de las personas que le dieron like.

8. ¿Crees que los usuarios de redes sociales en general se interesan por la cantidad de “me gusta”, reacciones o comentarios que tienen sus publicaciones? ¿Por qué motivo?

Si, mucha gente se preocupa por eso. Hay gente que le gusta ser admirada o se siente más querida por tener likes. Creo que tiene que ver con el ser conocido o popular, como que si no tenés tantos likes no sos nadie. Yo no estoy de acuerdo con eso porque no me interesa que todos me quieran, solo la gente que me importa, pero sí sé que pasa un montón. Después tenés a los influencers o instagramers, que se preocupan por esas cosas porque viven de eso, lo toman como un trabajo.

9. ¿Solés revisar tus redes sociales cuando estás con familia, amigos, pareja o en reuniones sociales?

Depende la situación. Generalmente sí lo uso, pero si la reunión está entretenida capaz dejo el teléfono por ahí y no reviso. Sólo si me llega un mensaje o si publiqué una foto, como para ver quien la vio.

10. ¿Con qué frecuencia revisás tus redes sociales durante el día?

La verdad que las uso un montón. Sobre todo, cuando no tengo nada para hacer. Viste que el teléfono te dice cuando tiempo estuviste usando la pantalla, es según cada día, pero hoy me dice que la usé aproximadamente 7 horas.

11. De acuerdo a lo que observás en las redes sociales, ¿cuál es para vos el tipo de contenido que más expresan los usuarios en las redes?

Hay de todo en redes, pero creo que lo que más se expresa son fotos de uno mismo, o de los lugares que visita. También hay mucha gente que escribe y publica frases o poemas, eso me re gusta, me puedo quedar leyendo un buen rato.

12. ¿Qué características buscás mostrar cuando publicás contenido en tus redes?

Creo que lo más busco es verme bien. A veces me miró y siento que estoy linda, o me gusta lo que llevó puesto y quiero que el resto también lo vea.

13. ¿Qué te motiva a publicar estos contenidos?

Creo que eso que te decía, uno se siente bien consigo mismo y quiere que los demás también lo vean bien. Viste que dicen que como te ven te tratan, en redes pasa un poco eso también.

14. Cuando publicás contenido en tus redes sociales: ¿te importa la apariencia personal?, ¿cuidás de vos mismo y de cómo te ves frente a otros?, ¿buscas la aprobación de amigos y/o conocidos sobre tu apariencia?

Sí, me importa mi apariencia. Antes de publicar algo me fijo como salió y si me gusta cómo me veo. A veces capaz no me cierra mucho la foto y prefiero no publicarla o sacar otra. No sé si busco la aprobación, pero a veces si algún amigo me dice que no salí bien me da cosa y prefiero borrar la foto.

15. Algunos autores dicen que, muchas veces, en las redes sociales los usuarios suelen crear perfiles en donde muestran aspectos de sí mismos o de su vida que no necesariamente son reales, sino que se relacionan con un ideal de cómo les gustaría ser. ¿Qué opinas de esto?

Me parece que es real, que pasa eso. Hay un montón de personas que muestran algo que no son en redes, o cosas que no tienen. También hay mucho de esto de querer encajar,

todos los de mi entorno suben este contenido entonces yo también lo subo para quedar bien o para ser aprobado, de alguna manera.

16. El narcisismo en las personas se caracteriza por una gran admiración de sí mismos, deseo de ser admirados, amados o elogiados, y una gran confianza (tanto en su conocimiento como en sus cualidades físicas y mentales). Teniendo en cuenta esta definición, ¿consideras que existe una relación entre el narcisismo y el uso de las redes sociales? ¿Cómo sería esa relación?

Sí, para mí hay una relación porque ese deseo de ser admirado queda plasmado en las redes sociales. Por ejemplo, cuando subís una foto y esperas que te den muchos me gusta o que te comenten muchas personas. O lo mismo que te decía antes, de subir cierto tipo de contenido porque sabes que a otros le gusta.