



La relación entre la frecuencia de uso de redes sociales y los factores de personalidad en jóvenes
de una universidad del Valle de Aburrá

Yeicci Patricia Bonilla Chaverra

María Isabel Giraldo Arango

Yesica Uribe Jaramillo

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Psicología

noviembre de 2023

La relación entre la frecuencia de uso de redes sociales y los factores de personalidad en jóvenes
de una universidad del Valle de Aburrá

Yeicci Patricia Bonilla Chaverra

María Isabel Giraldo Arango

Yesica Uribe Jaramillo

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Psicólogo

Asesor(a)

Sara Diaz Rueda

Maestría en Neuropsicología y Educación

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Psicología

noviembre de 2023

Dedicatoria

Este proyecto me lo dedico a mí, por mi gran disciplina, dedicación, esfuerzo y valentía, por creer en mí y porque aun enfrentando adversidades, opté siempre por continuar y no desfallecer hasta lograrlo. Hoy puedo decir convencida que es de gran satisfacción ir por la vida culminando proyectos y cumpliendo sueños. Dedico también este triunfo a mi mamá por hacer de mí una mujer aguerrida y luchadora y por ser mi heroína y ejemplo para lograr todo lo que me proponga.

María Isabel Giraldo Arango

Dedico este trabajo a todas las personas que estuvieron acompañándome de una forma u otra a lo largo de este tiempo: mis padres, mis hermanos y en especial a mi hermana Natalia Uribe quien ha sido cómplice y testigo de todo este proceso; además de ser la mayor inspiración en mi vida.

Yesica Uribe Jaramillo

Dedico este trabajo la mujer que fui hace 4 años, a ella que no sabía ni entendía el porqué de muchas situaciones que pasaban en su vida en aquel momento, se lo dedico a ella, que aún con miedos a expresar y comunicar lo intento hasta hacer de esto un pilar en su vida, a ella, que solo tenía ese sueño de infancia que hoy ya lo ve realizado. A ti Yeicci.

Yeicci Patricia Bonilla Chaverra

Agradecimientos

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todas las personas que de una u otra forma me han apoyado durante este hermoso proceso: En primer lugar, quiero agradecer a mis compañeras y coequiperas Yeicci Bonilla y Yesica Uribe, a quienes quiero y admiro profundamente, no solo por su dedicación, responsabilidad y entrega, sino, también por su paciencia y tolerancia para conmigo durante todo este tiempo, infinitas gracias niñas, sin su apoyo nada de esto hubiese sido posible. De igual forma agradezco a mi pareja Jhoan Giraldo, por su amor incondicional, su apoyo y su compañía, por soportar mis crisis de frustración y continuar a mi lado convencido siempre de que yo podía lograrlo.

A mi familia, amigos y seres queridos que siempre han estado ahí para apoyarme y animarme, gracias por su amor incondicional, su paciencia y su confianza en mí. Agradezco también de manera muy especial a mi líder, Juan Gutiérrez por su gran apoyo, su generosidad y su disposición para apoyarme siempre y confiar en mi proceso. Gracias a todos de corazón, por haber formado parte de este importante logro en mi vida académica y profesional.

María Isabel Giraldo Arango

Mis agradecimientos son para mi madre, con quien siempre puedo contar a pesar de cualquier circunstancia, mis compañeras que estuvieron siempre dispuestas a continuar aun en los momentos en que creíamos no poder más por el cansancio y la fatiga de la vida diaria y académica y finalmente a nuestra asesora Sara Diaz por su paciencia y guía en todo momento.

Yesica Uribe Jaramillo

Para llegar a estas instancias de mi vida, existieron personas que me acompañaron de distintas formas, a mi exlíder Mauricio Quintero por su todo su apoyo y comprensión, a mis compañeras por todo

lo compartido durante la carrera, a Fabian Velilla por estar ahí para mí, brindándome su paciencia y apoyo, a Newton por brindarme su compañía y sacarme risas con sus ocurrencias, y por ultimo y no menos importante a mí por tomar la decisión de creer en mí.

Yeiccy Patricia Bonilla Chaverra

Contenido

Dedicatoria.....	3
Agradecimientos	4
Lista de Tablas.....	8
Resumen	9
Abstract	10
Introduccion.....	11
1. Planteamiento Del Problema.....	13
1.2 Formulación del Problema.....	19
2. Justificación.....	20
3. Objetivos	22
3.1 Objetivo general.....	22
3.2 Objetivos específicos.....	22
4. Hipótesis.....	23
5. Marco Teorico	24
5.1. Antecedentes Investigativos	24
5.2.Marco Conceptual.....	26
6. Diseño Metodológico.....	32
6.1. Tipo de investigación	32
6.2. Diseño	32
6.3. Población.....	33
6.4. Muestra.....	33
6.5. Criterios de inclusión / exclusión	35
6.6. Tipo de muestra	35
6.7. Método de muestreo	35
6.8 Instrumentos.....	36
6.9 Variables de la investigación.....	36
6.9.1 Uso de redes sociales.....	37
6.9.2 Personalidad	37

<u>6.10</u> Descripción de variables	<u>37</u>
<u>6.11</u> Plan de análisis.....	<u>39</u>
<u>6.12</u> Procedimiento.....	<u>39</u>
<u>6.13</u> Consideraciones éticas.....	<u>40</u>
<u>7.</u> Resultados.....	<u>42</u>
<u>8.</u> Discusión	<u>50</u>
<u>9.</u> Conclusiones	<u>54</u>
<u>10.</u> Referencias.....	<u>56</u>
<u>11.</u> Anexos.....	<u>63</u>

Lista de tablas

Tabla 1 Relación de muestra según genero	34
Tabla 2 Relación de muestra según edad	34
Tabla 3 Cuestionario de uso de redes sociales	38
Tabla 4 Test de personalidad NEO-PI-R	38
Tabla 5 Usuarios activos en redes.....	42
Tabla 6 Tiempo de uso redes sociales	43
Tabla 7 Actividades en comparación con redes sociales	44
Tabla 8 Tiempo alterno entre redes sociales y actividades cotidianas.....	44
Tabla 9 Tiempo en redes sociales	45
Tabla 10 Motivo de uso.....	45
Tabla 11 Años de usar redes	46
Tabla 12 Tabla de validez	47
Tabla 13 Rasgos de Personalidad.....	48
Tabla 14 Puntajes del coeficiente de correlación de Spearman.....	48
Tabla 14 Correlación entre redes sociales y los cinco factores de personalidad	49

Resumen

La presente investigación se centra en la relación entre el uso de redes sociales y los factores de personalidad en jóvenes universitarios. Se utilizarán herramientas de evaluación de la personalidad (NEO PI-R) y un cuestionario de frecuencia de uso de redes sociales. Es una investigación cuantitativa, correlacional, de corte transeccional o transversal, se empleó una muestra de 8 personas que participaron de forma voluntaria.

Los resultados mostraron que el neuroticismo se correlaciona positivamente con el uso de Instagram, mientras que la extraversión se correlaciona positivamente con el uso de TikTok. Además, se encontró una correlación negativa entre la responsabilidad y el uso de Facebook. Estos hallazgos sugieren que el tiempo de uso de las redes sociales puede influir en la forma en que los jóvenes se relacionan con su entorno, según sus rasgos de personalidad.

Palabras clave: Redes sociales, Factores de personalidad, Influencia, jóvenes

Abstract

This research focuses on the relationship between the use of social networks and personality factors in young university students. Personality assessment tools (NEO PI-R) and social network use frequency questionnaire will be used.

It is a transectional or cross-sectional research, with a sample of 8 people who participated voluntarily.

The results showed that neuroticism correlates positively with Instagram use, while extraversion correlates positively with TikTok use. In addition, a negative correlation was found between responsibility and Facebook use. These findings suggest that the time spent using social networks may influence how young people relate to their environment, according to their personality traits.

Key words: Social networks, Personality factors, Influence, youth.

Introducción

La sociedad contemporánea se encuentra inmersa en un fenómeno de cambio y transformación constante, donde las redes sociales han emergido como una de las herramientas más influyentes en la vida cotidiana, especialmente para la generación Z, “grupo de personas nacidas a finales de la década de 1990 e inicio de los 2000 (1995-2000), y que tienen la peculiaridad de estar familiarizadas con el uso de la tecnología digital, internet y los medios sociales desde una edad muy temprana.” (Domínguez, s.f., párr. 3). El constante uso de plataformas como WhatsApp, Facebook, Instagram, Tiktok, YouTube, entre otras, han alterado significativamente la forma en que se comunican interactúa y construyen su identidad.

Por ello, este cambio en la dinámica social y comunicativa plantea un problema fundamental que merece una investigación profunda. Se ha observado que el uso frecuente de las redes sociales no solo influye en la interacción entre los jóvenes, sino que también impacta en sus rasgos de personalidad. Los estudios psicológicos y sociológicos revelan que las personas tienden a modificar su identidad y comportamiento en línea, lo que a menudo difiere de su autenticidad en la vida real. Este fenómeno es conocido como "deseabilidad social" y ha sido abordado por expertos como Domínguez et al. (2012).

Del mismo modo, la idea central que motiva esta investigación es si existe una relación significativa entre el uso de redes sociales y los factores de la personalidad en jóvenes universitarios del Valle de Aburrá. Para abordar esta pregunta, es crucial comprender cómo las redes sociales se han convertido en un escenario donde los jóvenes exploran y expresan múltiples facetas de su identidad. Además, se debe considerar el impacto que esto tiene en su salud mental, ya que estudios sugieren que el uso frecuente de estas plataformas puede desencadenar problemas como ansiedad, estrés y baja autoestima.

Y, es por tal razón, que este trabajo de investigación se justifica en función de la relevancia y pertinencia de este fenómeno en la sociedad actual, el cual no solo ayudará a comprender cómo las redes sociales influyen en la personalidad de los jóvenes, sino también permitirá identificar factores ambientales, patrones de comportamiento y creencias centrales que desempeñan un papel crucial en la formación de la identidad en línea.

Es por ello que, en el ámbito académico, este estudio contribuirá al entendimiento de las dinámicas socioculturales y psicológicas que rodean el uso de las redes sociales. Además, podría ofrecer información valiosa para abordar el uso problemático de estas plataformas y desarrollar estrategias de intervención y prevención. En consecuencia, a ello, los objetivos de esta investigación incluyen caracterizar el uso de las redes sociales por parte de jóvenes universitarios en el Valle de Aburra, describir los factores de personalidad presentes en este grupo y establecer la relación entre los factores de personalidad y el uso de redes sociales.

Para lograr estos objetivos, se utilizará un enfoque basado en la psicología cognitiva conductual y se aplicará una metodología rigurosa que combine herramientas de evaluación de la personalidad (NEO PI-R) y análisis de uso de redes sociales (cuestionario de frecuencia de uso de redes sociales); este trabajo de investigación se enfoca en un tema de gran relevancia en la sociedad actual: la influencia de las redes sociales en la personalidad de los jóvenes. A través de un enfoque interdisciplinario, se busca contribuir al entendimiento de este fenómeno, sus implicaciones y su impacto en la vida de los individuos.

1. Planteamiento Del Problema

Se ha evidenciado que las personas cada día usan más las redes sociales y que por medio de estas se hace un intercambio tanto de emociones como de estilos de vida, indicando así lo que esta socialmente bien y que es permitido, como también, lo que es negativo y poco aceptable para la sociedad. Por lo que es más fácil hablar a través de la pantalla de un teléfono móvil, sin saber quién verá tu foto o vídeo, que hacerlo en público, y es por ello que podemos mostrar una cara que luego nada tiene que ver con la realidad, de tal forma que para el individuo podría resultar más fácil alejarse de la realidad y crear un mundo virtualmente aceptable, transformando así su personalidad y su forma de relacionarse.

Expertos como Domínguez et al. (2012) definen este término como "deseabilidad social que hace referencia a un fenómeno en el cual las personas tienden a responder de la manera que se perciben positivamente por los demás, en lugar de proporcionar respuestas honestas y precisas". (p. 808).

Al respecto, Del Prete y Rendon (2020) señalan que "lo virtual no alude a algo irreal, si no a otra forma de la realidad y de existir en el tiempo y espacio" (p. 2). Lo que indica que lo real y lo virtual se ven conectados cada vez más en la actualidad y tienen un impacto significativo en la vida de las personas. Es por ello por lo que los individuos crean perfiles en redes sociales como una forma de expresar su identidad, la cual se va modificando, dependiendo del contexto y de las relaciones que este quiera establecer en las redes.

En continuidad con lo expuesto, los estudios que reportan efectos perjudiciales sostienen que la comunicación virtual no puede reemplazar la comunicación cara a cara generando en determinados perfiles de personalidad aspiraciones sociales difíciles de alcanzar, lo que puede aumentar los niveles de

frustración y disminuir los niveles de satisfacción con la vida. (Nie, Hillygus, y Erbring, 2002; Kim y Lee, 2011, como se citó en Castro y Lupano, 2019, p.81).

Ahora bien, las redes sociales permiten que las personas se conecten con quienes se encuentran en lugares diferentes, con el paso del tiempo estas redes se han venido convirtiendo a nivel personal y cotidiano en un factor distanciador con quienes tenemos cerca, perdiendo así costumbres sociales como leer un libro, interactuar con el otro, entre otros. Esto según la investigación realizada por de Kaspersky Lab (2017) “demuestra que un tercio de las personas se comunican menos, persona a persona, debido al uso de las redes sociales”. (p.1)

Por otra parte, según el informe Kemp, (2023) destaca la evolución actual del mundo digital. En España, WhatsApp sigue siendo líder, y la inversión en publicidad digital aumentó un 9.2% a \$4,800 millones. El informe resalta tendencias globales, como la preferencia por calidad sobre cantidad en el uso de Internet, con las redes sociales influyendo en la vida cotidiana. Los usuarios pasan más de 2.5 horas al día en redes sociales, superando el tiempo frente al televisor. En síntesis, Kemp 2023 ofrece una visión de un mundo digital cambiante con implicaciones importantes para estrategias de marketing y comunicación, destacando el poder de las redes sociales y la conectividad.

Así mismo se halló un informe sobre el uso de redes sociales en América Latina, dando como resultado que cerca de 82% de los latinos tuvieron acceso a redes sociales durante 2020, lo que representó un aumento de 1,6% desde el registro de cierre de 2019 cuando fue de 80,9%. Este informe detalló que Brasil, México y Argentina son los tres países de la región donde más se consume redes sociales con un porcentaje de 97,9%, 92.3% y 91.1% respectivamente y se identificó que las redes sociales más usadas en estos fueron Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn (Toro, 2021).

Según Kemp, (2023) Colombia muestra una notable adopción y uso de dispositivos y servicios digitales:

Usuarios de redes sociales: 38,45 millones, el 74,0% de la población total.

Sobre el uso de plataformas sociales:

Usuarios de Facebook: 33,50 millones.

Usuarios de Instagram: 17,75 millones.

Usuarios de TikTok: 20,11 millones.

Usuarios de Snapchat: 6,15 millones.

Usuarios de Twitter: 5,60 millones.

Usuarios de Pinterest: 5,97 millones.

De igual forma, Infocop (Concejo General de la Psicología de España) (2017) indicó que el “91% de los jóvenes de 16 a 24 años, usan las redes sociales principalmente para socializar, de igual modo las relacionan como una excelente oportunidad de innovación, creatividad y aprendizaje, la forma como se emplee esta tecnología puede servir para mejorar las experiencias y adquirir conocimientos por medio del compartir con otros usuarios de la red” (p. 1).

Otro elemento importante, es que los jóvenes afirman haber recibido apoyo en las redes sociales durante momentos difíciles de sus vidas. Sin embargo, no hay que dejar de lado lo perjudicial que puede llegar hacer el uso excesivo de las redes sociales.

Es por ello por lo que la universidad Tecnológica de Sídney realizó un estudio para saber los daños en la salud mental que pueden causar el uso de redes en las personas, tales como lo es “la frustración, insomnio, estrés, ansiedad, baja autoestima entre otros, afectando la identidad y las relaciones con su entorno” (Valora analitik 2023, p. 2).

Por otro lado, es importante cuestionar que tan dispuesto se encuentra el individuo a modificar radicalmente su identidad e incluso su personalidad para encajar y ser socialmente aceptado o que tanto

le permite al algoritmo y a los medios que lo influncien. Realmente todo esto lo hace sentir bien consigo mismo o lo hace por ser incluido en un grupo determinado.

Según Castells, 2006, como se citó en González et al., 2015, “el impacto de las nuevas tecnologías de la información sobre las relaciones sociales y las formas de comunicación han sido ampliamente estudiadas por la Sociología y la Antropología durante las últimas décadas, especialmente en lo que concierne a las nuevas generaciones, ya que para estas la existencia del internet y las redes sociales les resulta indispensable para la cotidianidad, y hace parte del orden habitual de su vida diaria (p.48). Lo que indica que para los jóvenes actualmente es indispensable estar a la vanguardia de la tecnología para poder establecer relaciones con diferentes personas por medio de las redes sociales y generando la posibilidad de hacer transacciones.

Por lo tanto, en la actualidad la llamada generación Z, que corresponde a las personas nacidas entre 1997 y 2010 son quienes han crecido ya desenvolviéndose con el manejo de las redes sociales y son los que presentan mayor déficit al momento de establecer relaciones persona a persona, dado a que algunos no tienen desarrollada la socialización primaria; es decir, “la falta de relación que tiene el individuo en sus primeros años por la exposición temprana a los diferentes dispositivos electrónicos, la falta de acompañamiento por parte de sus cuidadores principales y el no compartir con sus pares”.

(Lifeder, 2022, p. 1)

Lo que indica que la exposición temprana a dispositivos tecnológicos puede causar que la comunicación del individuo se vea influenciada dependiendo de la personalidad de este y como reciba la información que le va llegando, o según las diferentes interacciones que vaya teniendo; sin embargo, se debe tener en cuenta que hay factores además de la ya mencionada exposición temprana que tienen un rol importante, como lo indican Castro y Lupano (2019) en su investigación realizada sobre rasgos de personalidad, principalmente considerando lo que dicen Goldberg et al. (2006), lo que indica que existen

unos individuos más propensos que otros, a utilizar las redes sociales con mayor frecuencia, esto según el factor de personalidad.

Se puede señalar que las personas que cambian frecuentemente su foto de perfil tienden a tener un rasgo de personalidad con mayor apertura (Concha et al., 2018), lo cual podría llevar a actitudes de extraversión mayores, comparado con los individuos que no lo hacen.

De la misma forma el uso de las redes sociales, además de estar relacionado con las experiencias vitales de los jóvenes desde que nacen, constituye un atractivo para ellos porque permite proyectar la búsqueda, como indican Aguilar y Hung, 2010, como se citó en González, 2015, p. 99. Así mismo la conformación de la identidad a través del ensayo de múltiples identidades reales y ficticias que parten de la subjetividad, comprendiendo que ésta, se encuentra sujeta a las experiencias y emociones que tiene cada individuo (Real Academia Española, 2023).

Por consiguiente, “se mantienen en continua búsqueda de identidad por medio de representaciones sociales que les permiten actuar en el mundo a través de la focalización de sus conductas” (Moscovici, 1979, como se citó en González, 2015, p.99), es decir, que no tienen una coherencia entre sus acciones y lo que se quiere o desea. Lo que atribuyen a los jóvenes diferentes identidades debido a la constante búsqueda de autonomía de su personalidad influenciados por estas. Es importante tener presente que, para los jóvenes que están en continuo uso de las redes, se puede:

llegar a desarrollar una ansiedad que tiene que ver mucho con los patrones culturales y también con seguir un estereotipo, es decir, que el entorno en el que se muevan los jóvenes inconscientemente juega un papel fundamental en su personalidad y como se verá reflejado con el uso de las redes sociales. (González, 2015, p.99).

Por lo tanto, los jóvenes están utilizando las redes sociales sin un principio de autocontrol, por lo cual se podría suponer que estas tecnologías generan un gran atractivo para ellos, “un mundo público compartido por aquellos que utilizan sus mismos códigos o símbolos que otorgan sentido a su

interacción social” (Blumer y Alonso, 1981, como se citó en González, 2015, p. 24). Según lo anterior, podría decirse.

Más aun, como lo plantean los autores Arab y Díaz, (2015)

La identidad es un aspecto esencial en el desarrollo de los adolescentes y jóvenes, su construcción finaliza con la configuración de una personalidad sólida y estable en el tiempo, que aspira a un buen acoplamiento entre el ideal de vida para el individuo y la sociedad en la que vive. (p. 8)

Por lo anterior, es importante investigar este tema debido a que las redes sociales pueden llegar a influir en la personalidad, teniendo en cuenta los factores ambientales de aprendizaje, como lo menciona Gordon Allport en su teoría de rasgos de la personalidad citado por Rodríguez, (2022) “la personalidad puede ser influenciada por factores sociales, familiares entre otros” (p. 7), es decir, que factores externos al individuo pueden llevar a que la personalidad se vea modificada por este. Es por ello por lo que el uso de este tipo de redes al ser tan visuales puede contribuir a modificar la forma cómo se relacionan consigo mismos y con su entorno.

Así mismo, y para ayudar a identificar lo anterior, se tiene en cuenta la teoría de los cinco factores desarrollada por McCrae y Costa, como se citó en Feist, et al. (2014) indicando que mientras las tendencias básicas son estables, las adaptaciones características pueden “verse afectadas por influencias externas, como habilidades adquiridas, costumbres, actitudes y relaciones derivadas de la interacción de los individuos con su entorno” (p. 249) lo que daría a entender igualmente que la personalidad podría verse persuadida por influencias externas, con las cuales tenga un constante contacto.

Por ende, es importante comprender como influyen las redes sociales en los diferentes rasgos de personalidad para determinar hasta qué punto es influenciada por todo el contenido y donde comienza su propio criterio.

Según lo anterior la pregunta problematizadora que enmarcara esta investigación se plantea de la siguiente forma:

1.2 Formulación del problema: ¿Cuál es la relación entre la frecuencia de uso en redes sociales y los factores en la personalidad en jóvenes universitarios de una universidad del Valle de Aburrá?

2. Justificación

Debido a la globalización de la tecnología, en la actualidad las redes sociales tales como Facebook, Instagram, Tik Tok, entre otras, se han convertido en los medios de comunicación más utilizados por los jóvenes, cambiando así la dinámica de interacción tradicional y su uso habitual.

Es por ello por lo que esta investigación pretende identificar que rasgos de personalidad son más propensos a hacer uso de las redes sociales, debido a que por sus características pueden llegar incluso a generar adicciones a estas. Dado que los jóvenes son considerados una “generación digital” dicha adicción puede convertirse en un “efecto negativo en el correcto desarrollo de su vida cotidiana causándole estados desde somnolencia y distracciones hasta alteración en el estado de ánimo como aislamiento, ansiedad y baja autoestima”. (Concha, et al, 2018, p. 21). Por tanto, comprender los rasgos de personalidad de un individuo puede ayudar a predecir su impacto en el uso de estas plataformas.

En cuanto al ámbito académico, es importante tener en cuenta que esta investigación aporta a la psicología como ciencia dado que aborda como las redes sociales son medios que llegaron para quedarse e incluso para evolucionar y al ser un tema actual permite mirarlo desde diversas perspectivas, así mismo puede ser el inicio para considerar nuevas teorías sobre la relación entre los rasgos de personalidad y el uso de las redes sociales. Además, de que puede ayudar a identificar cuales rasgos de personalidad están asociados con el uso problemático de las redes sociales; lo que a su vez puede servir para desarrollar estrategias de intervención y prevención.

Desde el campo de la psicología es trascendental este tema, porque es una antesala importante que va a permitir ampliar los conceptos de personalidad, ya que se van a asociar o correlacionar con el uso cotidiano e incluso adictivo que pueden volverse las redes sociales.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

- Determinar la relación entre el uso de redes sociales y los factores en la personalidad en jóvenes universitarios de una universidad del Valle de Aburrá en el año 2023

3.2 Objetivos específicos

- Caracterizar la frecuencia de uso de las redes sociales en un grupo de jóvenes universitario de una universidad del Valle de Aburrá
- Describir los factores de personalidad en un grupo jóvenes universitarios de una universidad del Valle de Aburrá
- Establecer la relación entre los factores de personalidad y la frecuencia de uso de redes sociales en un grupo de jóvenes de una universidad del Valle de Aburrá.

4. Hipótesis

Hn: No existe una relación entre el uso de redes sociales y rasgos de la personalidad en los jóvenes universitarios de una universidad del valle de Aburrá, debido que no se evidencio en los resultados una correlación entre los rasgos y redes sociales, ya que las puntuaciones fueron por debajo de la media esperada.

Ha: Si existe una relación entre el uso de redes sociales y rasgos de la personalidad extraversión y neuroticismo debido a la correlación entre fuerte y perfecta según los resultados arrojados por la prueba realizada por los participantes.

5. Marco teórico

5.1 Antecedentes Investigativos

Se logró identificar varias investigaciones referentes al tema “redes sociales y personalidad”, por lo que a continuación se mencionan algunos de estos, mismos que fueron encontrados a través de diversas bases de datos como Scielo, Google académico, Dialnet, entre otras. Haciendo uso de diversas palabras claves, tales como: Redes sociales, rasgos de personalidad, cinco factores, influencia, correlación.

Los autores Concha, et al. (2018) de la ciudad de México, en su texto “redes sociales: su influencia en la personalidad y en las relaciones sociales de estudiantes”, exponen su búsqueda de información sobre el uso constante de las redes sociales en jóvenes universitarios de 18 a 22 años, concretamente en Facebook. Para dar cuenta de ello hicieron uso de los siguientes elementos: Bergen Facebook Addiction Scale y Manual of the Eysenck Personality Questionnaire

Con lo cual concluyeron que, si hay una relación entre el uso excesivo de la red social y la formación de la personalidad en los jóvenes debido a que la mayoría de los individuos que son adictos a Facebook son de personalidad introvertida, lo que indica que carecen de habilidades sociales presenciales, y tienen poca capacidad para experimentar emociones positivas.

Así mismo, Casado-Riera y Carbonell (2018) de España de en su trabajo llamado “la influencia de la personalidad en el uso de Instagram”, proponen relacionar la actividad en Instagram con la personalidad de los usuarios, según el modelo de los cinco grandes (neuroticismo, extraversión, apertura, amabilidad y responsabilidad) en jóvenes de 18 a 25 años.

Lo anterior con base en un cuestionario de datos sociodemográficos y uso de redes sociales, siendo este un cuestionario construido ad hoc y la prueba NEO-FFI que es un cuestionario que mide de forma rápida y global los cinco factores de la personalidad.

De lo cual resaltan la influencia de la personalidad en el uso de Instagram, mostrando que las personas más extravertidas tienen más seguidores, publicaciones y siguen a más usuarios en esta red social, lo que confirma que la extraversión juega un papel importante al momento de pertenecer a redes sociales en línea.

Continuando, Morales, et al. (2018) de Colombia en su artículo llamado “relación entre rasgos de personalidad y los patrones de uso de internet en adolescentes”, da cuenta de la correlación con las dimensiones básicas de personalidad propuestas por el modelo de los cinco grandes factores con los patrones de uso de internet; para lo cual evaluó a jóvenes entre los 14 y 18 años.

Para ello se hizo uso de los instrumentos NEOFFI y el cuestionario de uso de internet (CUI). Lo cual indicó que se evidencian una relación positiva entre los factores apertura a la experiencia, amabilidad y responsabilidad con el uso de bases de datos académicas y una relación negativa con los juegos online. La extraversión y el neuroticismo se relacionan de manera positiva con el uso de redes sociales.

De igual forma Álvarez et al. (2022) de Colombia en su trabajo “relación entre rasgos de personalidad y el uso de redes sociales virtuales” tuvo como objetivo relacionar los rasgos de personalidad y el uso de las redes sociales virtuales en los jóvenes con edades entre 16 y 21 años, para lo cual hicieron uso de dos instrumentos (NEO FFI – CERI). Dando cuenta de que los rasgos de personalidad si tienen una correlación directa con el uso de redes sociales, principalmente para los rasgos de Neuroticismo y Apertura al cambio, lo que en concordancia con su hipótesis inicial indica que el uso de redes sociales no solo genera una alteración en lo social sino también en el desarrollo de la personalidad.

Los textos relacionados anteriormente dan cuenta de la manera en la que se ha abordado dicho tema a través de diferentes autores que ha servido para ampliar la perspectiva y brindar nueva información

acerca del mismo, sin embargo, se optó por realizar este trabajo con un tema similar dado que lo que se busca es aportar contenido a los diversos estudios ya existentes.

5.2 Marco conceptual

Se eligió la psicología cognitiva conductual, esta nos permitirá tener un panorama más claro del tipo de personalidad según su rasgo que se ve más permeada por el uso de Facebook, Tik Tok, Instagram entre otras, teniendo como referentes conceptos de distintos teóricos.

En 1961 Tupes y Christal dos psicólogos norteamericanos elaboraron un informe para el ejército donde tuvieron en cuenta 35 rasgos de la personalidad, al obtener los resultados seleccionaron los 5 factores de la personalidad. En los años 80 Goldberg citado por Farias (2023) retomó el enfoque con términos relacionados con la personalidad, dichos estudios contribuyeron con lo que hoy conocemos como NEO PI-R el cual es muy utilizado para medir los rasgos de personalidad de cada individuo según el rasgo que puntúa, (apertura a la experiencia, responsabilidad, extraversión, amabilidad y neuroticismo) Este instrumento fue construido por Costa y Mcrae, debido que analizaron los 16 factores de personalidad de los estudios realizados por Cattell para poder sacar las 5 grandes dimensiones (Farias, 2023 p.2).

Gracias a todos los estudios mencionados anteriormente, en la actualidad se puede dar respuesta a los rasgos que sobresalen de la personalidad del sujeto y como esta es una característica notable en su forma de relacionarse con el otro y a su vez en los intereses que pueda tener el individuo, es decir, mide la personalidad del sujeto.

De igual modo la Terapia Cognitiva Conductual (TCC), modelo terapéutico de Aarón T. Beck, sugiere que en los individuos existen creencias intermedias y creencias centrales (Psicólogos Córdoba, 2021).

La creencia intermedia es la forma que el individuo hace frente a la creencia central para que esta no se haga realidad, es decir, el individuo experimenta pensamientos automáticos por medio de

imágenes, sonidos y hasta olores, los cuales evocan recuerdos de corto tiempo y esto a su vez ayudara a construir el concepto que el individuo tiene de él cómo de su entorno. Por consiguiente, podríamos decir desde el modelo de Beck que en la personalidad del sujeto intervienen desde su infancia las creencias centrales como las intermedias y con base a esto el individuo se comporta e interioriza las experticias.

Por lo tanto, se puede señalar la ansiedad que puede llegar a producir el uso excesivo a las redes mencionadas en esta investigación, como lo menciona Beck y Emery citado por (Cadena 2019, p.7), la ansiedad en exceso genera un mal funcionamiento a nivel cognitivo, activando y desactivando de forma defensiva lo que considera como amenaza.

Por otro lado, los jóvenes que utilizan de forma frecuente dichas redes donde cada *like* (me gusta) o volumen de seguidores les genera sobre exposición en dicha plataforma generando un estímulo. Por consiguiente, se observa un panorama diferente cuando no se tiene este estímulo o es a niveles bajos, este va a producir una reacción o respuesta.

Es importante mencionar que en la actualidad la generación Z (nacidos entre 1990 y los 2000) es la que mayor contenido consume en las redes sociales, donde el contexto familiar y social juega un papel fundamental influyendo de manera directa (entorno familiar) e indirecta según las dinámicas observables su entorno, Bandura habla del aprendizaje vicario mencionado por Triglia en el 2015 donde el individuo no solo observa sino que también presta atención en lo observado dando como resultado que dicho aprendizaje sea poco probable de ser medidos por un laboratorio.

Por consiguiente, la sobre exposición que los jóvenes tienen a tecnologías desde muy temprana edad puede llegar a producir que estos quieran imitar las acciones de los referentes que ven en las redes llevándolos a crear comunidades virtuales que tengan los mismos intereses y a su vez buscan llegar a personas distintas a su comunidad, es decir, realizan prospección (cómo se visualizan a futuro), generando aprendizajes de cada experiencia obtenida. Por otro lado, el entorno en el que se muevan

tendrá mucha importancia debido a la imitación que emplearan en su estilo de vida y a su vez estos tendrán como referente los mismos objetivos (Triglia, 2015 pp. 2,3,4).

Por otro lado, Alfred Adler creía en un crecimiento positivo del ser humano, es decir, que las personas pueden ser su mejor versión cada día, no limitando la realización del sujeto de una forma consciente o inconsciente como lo menciona West, et al (2023). Esto concuerda con lo mencionado por Triglia, ya que el individuo siempre está en búsqueda de alcanzar las metas propuestas y esto implica tener resistencia ante los obstáculos.

Personalidad: la personalidad es un patrón enraizado de modos de pensar, sentir y comportarse que caracterizan el estilo de vida y modo de adaptarse único de un individuo, los que son la resultante de factores constitucionales, evolutivos y sociales. Estos patrones de comportamiento tienden a ser estables y a afectar múltiples dominios conductuales (Sostin, 2022)

Por otro lado, Gordon Allport en 1937 plantea que la personalidad son sistemas psicológicos que determinan su conducta y su pensamiento característicos, esta definición contempla la estructura y las funciones de la personalidad centrada en el sujeto aislada en el contexto en el que este se expresa o recrea. (Condori, 2019, p.11)

Por otro lado, Lewis propuesto en 1981 una serie de características de la personalidad la cual se origina por medio de descriptores lingüísticos, es decir, la forma como se emplean las palabras, por medio de esto se establece las 5 grandes dimensiones de rasgos de la personalidad.

Estos 5 factores son características globales representativos en el individuo de forma interdependiente es decir que son iguales, pero a su vez el individuo establece una diferencia con el otro. De igual modo la investigación de este modelo se observa que la mitad de los rasgos son hereditarios y los otros se aprenden con la experiencia en especial en las primeras etapas de vida del individuo. (Andrade, 2019, pp 21- 22)

En conclusión, esta teoría busca identificar por medio de la personalidad del sujeto la cual se expresa a través de la relación con el otro que característica de rasgo de personalidad es el que predomina en el individuo.

Rasgo de personalidad: Así mismo, Lewis Goldberg en 1981 plantea que las personas se clasifican en 5 rasgos de personalidad que son; **Neuroticismo** donde manifiesta que es la capacidad que se tiene para afrontar diferentes situaciones y adaptación, dentro de este rasgo existen emociones como la ira, miedo y tristeza. Siendo relevantes en la vida de las personas debido que pueden predominar y condicionar la forma como es la relación con el entorno un ejemplo es a la hora de toma de decisiones. También nos habla de la **Extraversión**, este tipo de rasgo se caracteriza por las relaciones sociales que se tienen y como esta sociabilidad le genera un sentimiento de totalidad. Un ejemplo es la batería que requiere energía para su funcionamiento.

Con la **Apertura a la Experiencia**, el individuo estará motivado constantemente por el aprendizaje y la curiosidad un ejemplo de este rasgo son los llamados mochileros. Por otro lado, se tiene el rasgo de la **Afabilidad** características muy notables de este rasgo es la empatía, el altruismo y el respeto hacia el otro y la cooperación. y, por último, pero no menos importante esta la **Responsabilidad:** donde las personas suelen ser organizada, dan valor al tiempo y aportaciones de las demás personas, es importante resaltar que las personas con este rasgo de personalidad tienden a controlar sus impulsos y planean los objetivos a alcanzar.

En consecuencia, a lo ya planteado, el rasgo de personalidad que prevalece en cada individuo será el que lo motive a realizar o no una acción. En efecto el uso excesivo de las redes sociales no se puede categorizar a un solo rasgo de personalidad.

Sin embargo, se debe de tener en cuenta que en las personalidades de extroversión baja (introvertidos) el uso habitual de las redes sociales puede llegar a generarles estresores como lo puede ser la ansiedad.

Deseabilidad social: es un fenómeno en el cual las personas tienden a responder de la manera que se perciben positivamente por los demás, en lugar de proporcionar respuestas honestas y precisas (Domínguez et al., 2012).

Red social: es una estructura compuesta por un conjunto de actores, individuos u organizaciones que están vinculados por lazos interpersonales, que se pueden interpretar como relaciones de amistad, parentesco o intereses comunes. (Fernández, 2013).

Neuroticismo: El Neuroticismo o Inestabilidad Emocional es un rasgo de personalidad caracterizado por una tendencia a experimentar emociones negativas, estados de ánimo cambiantes, y a la emocionalidad. Una de las peculiaridades de las personas neuróticas es la propensión a la rumiación cognitiva. (Catalán, s.f).

Extraversión: La extraversión es el rasgo que se caracteriza por una alta sociabilidad, tendencia a buscar las emociones positivas, tendencia a estar en contacto con la gente y evitar la soledad, etc. Suelen ser personas sociables y asertivas. (Catalán, s.f).

Afabilidad: Hace referencia a la tendencia de las personas a tratar con los demás. Las personas con puntuaciones altas en este rasgo suelen ser personas altruistas, sensibles socialmente, empáticas, etc. En cambio, las personas con unas puntuaciones bajas en este rasgo tienden a ser personas más prácticas, distantes, etc. (Catalán, s.f)

Estabilidad emocional: Es un rasgo que hace referencia a la tendencia de la persona a la estabilidad o inestabilidad emocional. Esto quiere decir, que con puntuaciones bajas en estabilidad emocional (o altas en neuroticismo) las personas tenderán a tener baja tolerancia al estrés, vivir intensamente las emociones negativas, a tener problemas de ansiedad, etc. (Catalán, s.f).

Apertura a la experiencia: hace referencia a la tendencia de la persona a abrirse a nuevas situaciones. Las personas con mayor puntuación en este rasgo serán personas flexibles, creativas, con

pensamiento abstracto, curiosidad, etc. Sin embargo, las personas con menos apertura a la experiencia serán personas con preferencia ante lo conocido, tradicionales, conservadoras, etc. (Catalán, s.f).

6. Diseño Metodológico

6.1 Tipo de investigación

Según Hernández et al. (2014) el enfoque cuantitativo se utiliza para la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías. Es decir, que se recopilan datos para generar un análisis más profundo de los datos, que están basado en evidencias con respecto a una variedad de fenómenos.

El alcance de esta investigación es no experimental lo que indica que esta “se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos; en otras palabras, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables”. (Hernández, et al., 2014, p.152).

Adicional, es de corte transeccional o transversal, ya que como lo indican los autores Liu, (2008) y Tucker, (2004), citado por Hernández et al., (2014), “los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como “tomar una fotografía” de algo que sucede”. (Hernández, 2014, p. 154).

6.2 Diseño

El diseño de esta investigación es descriptivo; ya que “busca especificar las propiedades, las características, y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren” (Hernández, et al, 2015, p. 80)

Así mismo, es correlacional, ya que tiene como finalidad conocer “la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular; evalúa el grado de asociación entre dos o más variables, mide cada una de ellas y después cuantifica y analiza su vinculación”. (Hernández, et al. 2015., p. 81)

6.3 Población

Según los datos del Sistema Nacional de Información de la Educación Superior. (SNIES, 2020) “el sistema registró una matrícula de 2.355.603 estudiantes, de los cuales las mujeres (1.247.839) que representan el 52,97 % versus el 47,03 % de los hombres (1.107.764), esto a nivel nacional” (El Observatorio de la Universidad Colombiana, 2022, párr. 2).

6.4 Muestra

Consta de 8 jóvenes universitarios que estudian en una universidad privada del Valle de Aburra. Cabe resaltar que la etapa de la juventud abarca edades entre los 14 a los 28 años, según el DANE en esta etapa la persona se encuentra en proceso de “consolidación de su autonomía intelectual, física, moral, económica, social y cultural que hace parte de una comunidad política y en ese sentido ejerce su ciudadanía”. (p.4)

Por otro lado, según el Ministerio de Salud y Protección Social, esta etapa comprende desde los 14 a los 26 años. Sin embargo, de acuerdo con la misión de las entidades y las necesidades de información, el rango etario puede variar. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2020). De los cuales la muestra entre masculino y femenino fue igual 50% para cada genero (Tabla 1)

Tabla 1

Relación de muestra según el genero

	N	%
Masculino	4	50%
Femenino	4	50%

Construcción propia

Dentro del rango de edad de los 8 participantes el 37,5% corresponden a la edad de 25 años seguido de 12,5% correspondientes a las edades 22,24 y 25 años (Tabla 2)

Tabla 2

Relación de muestra según edad

	N	%
22	1	12,5%
23	2	25%
24	1	12,5%
25	3	37,5%
26	1	12,5%

Construcción propia

6.5 Criterios de inclusión / exclusión

Se tendrá en cuenta los siguientes aspectos para la inclusión

- Que sean jóvenes con edades entre los 18 a 25 años
- Universitarios matriculados o activos en cualquier universidad ubicada en el Valle de Aburra

Se tendrá en cuenta los siguientes aspectos para la exclusión

- tengan diagnósticos de enfermedad mental
- Que no use redes sociales
- Que no cumpla con los criterios de la edad.

6.6 Tipo de muestra

- **No paramétrica:** “son aquellas que se encargan de analizar datos que no tienen una distribución particular y se basan en una hipótesis, pero los datos no están organizados de forma normal.” (Mayorga, et al, 2022, p. 91)
- **No probabilística:** Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación. (Hernández, et al, 2014, p. 176)

6.7 Método de muestreo:

- **Intencional:** es una técnica de muestreo en la cual la persona a cargo de realizar la investigación se basa en su propio juicio y en definir los criterios de inclusión y exclusión para elegir a los integrantes que formarán parte del estudio. (Parra, s.f)

6.8 Instrumentos

Se hará uso de los siguientes instrumentos: La prueba de NEO-PI-R, este consta de 240 ítems a los que se responde en una escala Likert, es empleado para medir los principales factores de personalidad: Neuroticismo, Extraversión, Apertura, Amabilidad y Responsabilidad. Según este modelo, la personalidad está configurada por cinco factores o dimensiones amplias, que implican tendencias estables y consistentes de respuesta. Los autores de dicho instrumento son Paul T. Costa

(Jr.) y Robert R. McCrae. Y los de la adaptación española A. Cordero, Antonio Pamos y Nicolás Seisdedos. (Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos, 2012)

Esta prueba cuenta con hojas de respuestas para corrección mecanizada (lectora óptica) y se corrige mediante disquete corrección/perfil. Así mismo, es de tener en cuenta que para la interpretación las puntuaciones de los cinco factores principales se interpretan de acuerdo con una escala de puntuaciones T. Las puntuaciones T se estandarizan para que tengan una media de 50 y una desviación típica de 10. (Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos, 2012)

Cuestionario que identifica el uso de redes sociales, a través de este se busca identificar la frecuencia de uso y cual o cuales redes sociales son las más frecuentadas por los usuarios. Consta de 7 preguntas de opción múltiple ya que al tener un enfoque cuantitativo estos datos deben ser tabulados y analizados estadísticamente. Cabe resaltar que este fue una construcción propia

6.9 Variables de la investigación

Esta investigación se centrará en las siguientes variables:

6.9.1 Uso de redes sociales

El uso de redes sociales se refiere al uso de plataformas digitales diseñadas para conectar personas, grupos o comunidades en línea. Adicional, de indicar la cantidad de tiempo invertido en el acceso a las diferentes redes sociales.

Estas plataformas permiten a los usuarios crear perfiles personales o profesionales, compartir contenido, interactuar con otros usuarios a través de comentarios, mensajes y reacciones, y mantenerse informados con actualizaciones de sus amigos, familiares, celebridades o marcas que siguen.

6.9.2 Personalidad

Según Paul T. Costa (Jr.) y Robert R. McCrae autores de NEO-PI-R, citados por Sánchez y Ledesma:

La personalidad se puede entender en términos de cinco dimensiones básicas, conocidas como los Cinco Grandes o el Modelo de los Cinco Factores (MCF). Estas dimensiones son la extraversión, la amabilidad, la responsabilidad, la estabilidad emocional y la apertura a la experiencia. Estas dimensiones abarcan la mayoría de los rasgos de personalidad existentes y son relativamente estables a lo largo de la vida, así mismo la herencia genética juega un papel importante en la determinación de los rasgos de personalidad. (Sánchez y Ledesma, 2007, pp.11 - 12)

6.10 Descripción de variables

En este apartado se describirán las variables que se han considerado en la investigación. En primera medida se detallan las variables consideradas en el cuestionario de redes sociales, además de indicar las escalas de medida y tipos de variables entre otros (Tabla 3)

Tabla 3

Cuestionario de uso de redes sociales

Variable	categorías	Escala de Medida	Estadística Descriptiva	Tipo de Variable
Cuestionario de uso de redes sociales	Conocimientos generales sobre el uso de redes sociales en jóvenes universitarios de una universidad del Valle de Aburrá	No la uso	Frecuencia	Es una variable ordinal y de intervalo politómicas
		1 hora o menos		
		1 a 3 horas		
		3 horas a 5 horas		
		6 o mas horas		
		Ninguna		
		Pocas veces	Porcentaje	
		Varias veces		
		Todo el tiempo		
		Conectar con amigos		
		Conectar con familia		
		Interactuar con personas de otros países		
		Buscar pareja		
Encontrar empleo				
Entretenimiento				
Investigación				
Agregar contenido				
6 meses				
2 a 3 años				
4 a 5 años				
6 años o mas				

En la siguiente tabla se detallará las variables, tipo de variable, escala de medida y categorías establecidas tomando como base en la prueba NEO PI-R (Tabla 4)

Tabla 4

Test de personalidad NEO PI-R

Variable	Categorías	Escala de Medida	Estadística Descriptiva	Tipo de Variable
NEO PI-R	Neuroticismo	A= En total desacuerdo	Frecuencia	Es una variable ordinal y de intervalo politómicas a través de una escala Likert
	Extraversión	B= En desacuerdo	Porcentaje	
	Apertura	C= Neutral		
	Amabilidad	D= De acuerdo		
	Responsabilidad	E= Totalmente de acuerdo		

6.11 Plan de análisis

Se realiza el análisis por medio del programa estadístico Excel, con el fin de poder visualizar los datos de una manera cuantitativa; lo cual nos ayuda a identificar la frecuencia, porcentaje, media, moda y desviación estándar.

Se hará uso del coeficiente de correlación de Rho Spearman para determinar la relación entre las variables entre frecuencia de uso y personalidad. Los resultados de este indicador señalan relación cuando: "Concuerda en valores próximos a 1; indican una correlación fuerte y positiva. Valores próximos a -1 indican una correlación fuerte y negativa. Valores próximos a cero indican que no hay correlación lineal. Puede que exista otro tipo de correlación, pero no lineal" (Martínez, 2009, p. 9)

6.12 Procedimiento

Se invitaron a 8 estudiantes de una universidad privada del Valle de Aburra que cumplieran con los ítems de inclusión y de exclusión para dar respuesta a los cuestionarios, se les explico detalladamente el objetivo de dicha investigación y finalmente se les pide diligenciar el consentimiento informado, mismo que es socializado con los participantes previo al momento de firmarlo.

6.13 Consideraciones éticas

De acuerdo con la Ley 1090 de 2006, allí se encuentran apartados que regulan el ejercicio investigativo para la psicología. Esto en el Capítulo VII "De la investigación científica, la propiedad intelectual y las publicaciones" (p. 12). Según el artículo 49, indica la responsabilidad que se debe asumir en todo el proceso de investigación, desde la elección del tema hasta la divulgación de los

resultados y la orientación sobre su uso. Su objetivo debe ser contribuir al avance del conocimiento en psicología y asegurarse de que su trabajo sea ético y beneficioso para la sociedad en general.

Así mismo, el artículo 55 subraya la importancia de la integridad y la objetividad en la investigación científica y enfatiza la necesidad de evitar cualquier forma de influencia que pueda comprometer estos principios fundamentales. (Congreso de la República de Colombia, 2006, Ley 1090, Artículo 55)

Adicional, el artículo 56 nos garantiza a los profesionales de la Psicología en Colombia la propiedad intelectual sobre sus trabajos y establece que estos trabajos solo pueden ser divulgados o publicados con la autorización expresa de los autores, de conformidad con las leyes de derechos de autor del país. (Congreso de la República de Colombia, 2006, Ley 1090, Artículo 56)

De igual forma según el código deontológico, se debe hacer uso del consentimiento informado en aras de proteger los derechos de los participantes de la investigación.

De igual forma se tiene en cuenta las consideraciones relacionadas en la Resolución 8430 de 1993 que es la encargada de establecer las normas científicas, técnicas y administrativas para la investigación en salud, de la cual se tomarán en cuenta algunas disposiciones generales planteadas.

El Artículo 6 indica algunos aspectos importantes para poder llevar a cabo investigaciones con seres humanos, algunos de ellos son: la importancia del consentimiento informado, ajustar la investigación a los principios científicos y éticos que la justifiquen, deberá ser realizada por profesionales con conocimiento y experiencia para cuidar la integridad del ser humano, entre otras. (Ministerio de Salud de la República de Colombia, 1993, Resolución 8430, artículo 6)

Así mismo, en el Artículo 8 indica que “las investigaciones en seres humanos se protegerá la privacidad del individuo, sujeto de investigación, identificándolo solo cuando los resultados lo requieran y éste lo autorice” (Ministerio de Salud de la República de Colombia, 1993, Resolución 8430, artículo 8)

En cuanto al Artículo 14 manifiesta que el investigador debe evaluar los riesgos y beneficios potenciales de la investigación, teniendo en cuenta la naturaleza del estudio, los procedimientos que se utilizarán y el grupo de participantes. Ministerio de Salud de la República de Colombia,1993, Resolución 8430, artículo 14)

7. Resultados

El objetivo de este trabajo consistió en determinar la relación entre el uso de redes sociales y los rasgos de personalidad en jóvenes de una universidad del Valle de Aburrá para lo cual se utilizaron dos herramientas, el cuestionario de uso de redes sociales y test NEO PI-R.

En cuanto a la descripción de los resultados, se realiza teniendo en cuenta los objetivos específicos, el primero de ellos es: caracterizar el uso de las redes sociales en un grupo de jóvenes universitarios, para este se utilizó la primera herramienta (cuestionario de uso de redes sociales).

Las respuestas a la primera pregunta: ¿De las siguientes redes sociales, indique en ¿Cuál/les tiene un usuario activo? Se logró identificar que: El 100% de los encuestados cuentan con un usuario activo en Instagram y WhatsApp, mientras que el 87,5% poseen una cuenta en YouTube y el 65,5% cuentan con usuario activo en Facebook; siendo Twitter la red social con menos cuentas activas entre los encuestados, alcanzando un 37,5 %. (Tabla 5) **Tabla 5**

Usuarios activos en redes sociales

	N	%
Facebook	5	65.5%
Twitter	3	37,5%
Tiktok	4	50%
YouTube	7	87,5%
Instagram	8	100%
WhatsApp	8	100%

Nota: Construcción propia

Así mismo, la segunda pregunta: ¿Cuánto tiempo utilizas las redes sociales en el día? se observó que la red social en la que los encuestados invierten mayor tiempo de uso es WhatsApp, en

donde la inversión de tiempo es de 4 a 5 horas, con un porcentaje del 50%; seguido de Instagram con un tiempo de uso de 1 a 3 horas y un porcentaje del 37%. (Tabla 6)

Tabla 6

Tiempo de uso redes sociales

Pregunta	WhatsApp	%	Instagram	%	Facebook	%	Tiktok	%	Twitter	%	YouTube	%
No la utilizo					2	25%	1	12%	4	50%		
1 hora o menos	1	12%	2	25%	4	50%	3	37%	4	50%	5	62%
1 hora a 3 horas	3	37%	3	37%			3	37%			1	12%
3 horas a 5 horas	4	50%	2	25%	2	25%	1	12%			1	12%
6 o más horas			1	12%							1	12%

Nota: construcción propia

Por otro lado, la tercera pregunta: ¿En el transcurso del día, dejas de realizar una actividad por revisar las redes sociales? Se evidenció que el 62,5% de los encuestados dejan de hacer sus actividades por revisar redes sociales varias veces en el día, mientras que el 37,5% manifiesta hacerlo pocas veces. (Tabla 7)

Tabla 7

Actividades en comparación con redes sociales

	N	%
Nunca		
Pocas veces	3	37,5%
Varias veces	5	62,5%
Todo el tiempo		

Nota: Construcción propia

La cuarta pregunta: ¿Cuándo realizas alguna actividad (comer, hacer ejercicio, estudiar, interactuar) al mismo tiempo estás en las redes sociales? según los resultados de la encuesta el 75%

realizan varias actividades al mismo tiempo que están en redes sociales, mientras que el 25% ingresan pocas veces (Tabla 8)

Tabla 8

Tiempo alterno en redes sociales y actividades cotidianas

	N	%
Nunca		
Pocas veces	2	25%
Varias veces	6	75%
Siempre		

Nota: Construcción propia

La respuesta de quinta pregunta: ¿Revisas las redes sociales durante tu jornada académica? con el resultado de la encuesta, se logró identificar que el 100% de los encuestados revisan varias veces las redes sociales durante su jornada académica. (Tabla 9)

Tabla 9

Tiempo en redes sociales

	N	%
Nunca		
Pocas veces		
Varias veces	8	100%
Todo el tiempo		

Nota: Construcción propia

En la sexta pregunta: ¿Para qué usas las redes sociales? se halló que la mayoría de los encuestados con un porcentaje de 87,5% hacen uso de redes sociales con fines de entretenimiento e

investigación, así mismo como estar en contacto con amigos y familiares, con un porcentaje de 62,5%

(Tabla 10)

Tabla 10

Motivo de uso

	N	%
Conectar con amigos	5	62,5%
Conectar con familia	5	62,5%
Interactuar con personas de otros países		
Buscar pareja		
Encontrar empleo	2	25%
Agregar contenido	2	25%
Para entretenimiento	7	87,5%
Para investigar	7	87,5%

Nota: Construcción propia

La siguiente pregunta: ¿Hace cuánto tiempo utilizas las redes sociales? los resultados de la encuesta arrojaron que el 100% de los encuestados utilizan redes sociales hace seis o más años (Tabla 11)

Tabla 11

Años de usar redes

	N	%
6 meses		
2 a tres años		

4 a 5 años		
6 años o mas	8	100%

Nota: Construcción propia

Para alcanzar el segundo objetivo, fue pertinente la aplicación del test NEO PI-R con el fin de medir los cinco factores de personalidad: (Amabilidad, extraversión, neuroticismo, apertura, responsabilidad), en donde se logró identificar que el factor de personalidad con el puntaje más alto fue neuroticismo, con un puntaje de 50%, seguido de responsabilidad y extraversión, ambos con un puntaje de 37,5% ; A si mismo se encontró que el puntaje más bajo fue para amabilidad y apertura los cuales obtuvieron un puntaje de 12,5%. (Tabla 12)

A cerca de la escala de validez, descrita por el test de personalidad NEO PI-R, compuesta por los términos: (Aquiescencia, negaciones y preguntas en blanco), la cual indica que el puntaje de aquiescencia: (tendencia a responder de manera excesiva de la forma, de acuerdo o totalmente de acuerdo) no debe estar por encima de 150 ítems, si esto llegara a ocurrir el test quedaría invalidado, de igual manera el número de respuestas negativas no debe superar los 50 ítems, mientras que en el caso de preguntas en blanco no está permitido dentro de las indicaciones de uso del test; lo que indica que las preguntas deben responderse en su totalidad.

En correlación con lo anterior, según los hallazgos encontrados en los resultados de la escala de validez de la prueba NEO PI-R, aplicado al número de población elegido, se evidenció que ninguna de las escalas de validez supera el número de ítems establecidos, nombrados anteriormente en esta descripción.

Teniendo como resultado, para aquiescencia, el puntaje más alto fue de 117 ítems y el más bajo fue de 94 ítems, en el caso de negaciones el puntaje más alto fue de 129 ítems y el más bajo fue de 54 ítems; por consiguiente, el nuero de respuestas en blanco fue de 0 para todos los ítems. (Tabla 12)

Tabla 12*Tabla de validez*

Tabla de validez	Individuo 1	Individuo 2	Individuo 3	Individuo 4	Individuo 5	Individuo 6	Individuo 7	Individuo 8
Aquiescencia	99	130	124	124	96	94	135	117
Validez	80	105	116	129	54	69	73	80
Preguntas en blanco	0	0	0	0	0	0	0	0

Nota: Test de personalidad NEO PI-R

En cuanto a la tabla de los factores de personalidad, se identifica que el porcentaje de personas con neuroticismo es el más alto con el 75%, seguido por el porcentaje de personas con extraversión con el 62.5%. El porcentaje de personas con amabilidad, responsabilidad y apertura es más bajo con el 37.5%, 50% y 50% respectivamente. (Tabla 13)

Tabla 13*Rasgos de personalidad*

	N	%
Neuroticismo	2	25%
	6	75%
Extraversión	5	62,50%
	2	25%
	1	12,50%
Apertura	3	37,50%
	4	50%
	1	12,50%
Amabilidad	4	50%
	1	12,50%
	3	37,50%
Responsabilidad	4	50%
	4	50%

En el tercer objetivo se logró establecer la correlación positiva entre los cinco factores de personalidad y la frecuencia de uso de redes sociales, para ello se va a tomar en cuenta la significación de los puntajes del coeficiente de correlación de Spearman (Tabla 14)

Tabla 14

Puntajes del coeficiente de correlación de Spearman

	Rango	Relación
Escala	0 - 0,25	Escasa o nula
	0,26 - 0,50	Débil
	0,51 - 0,75	Entre moderada y fuerte
	0,76 - 1,00	Entre fuerte y perfecta

Nota: Martínez, et al., 2009, p.9

Teniendo en cuenta esta información, los resultados denotan que tienen escasa relación neuroticismo con el uso de Facebook, seguido de extraversión con Facebook, YouTube e Instagram; apertura con Facebook, Tiktok y WhatsApp; amabilidad con Facebook y Tiktok, responsabilidad con Tiktok, Twitter, YouTube e Instagram.

Por otro lado, en la correlación entre moderada y fuerte se encontró YouTube con amabilidad y Facebook con responsabilidad con una correlación negativa

Entre las fuertes y perfectas se encontraron en neuroticismo con Instagram, así mismo Tiktok con extraversión

Dicho de otra forma, se puede observar puntuaciones significativas en neuroticismo con la red social Instagram con un puntaje de 0,784; en cuanto a extraversión correlacionado a la red social tiktok con un puntaje de 0,809 y responsabilidad relacionada con Facebook arrojando puntuación de $-0,707$ lo que sería una correlación fuerte pero negativa. Se identificó que Facebook en correlación con neuroticismo, al igual que Twitter con responsabilidad dieron un rango de 0 lo que implicaría una relación escasa o nula. (Tabla 15)

Tabla 15

Correlación entre redes sociales y los cinco factores de personalidad

	Neuroticismo	Extraversión	Apertura	Amabilidad	Responsabilidad
Facebook	0	0,134	0,211	0,211	-0,707
Twitter	-0,577	-0,315	0,478	-0,418	0
Tiktok	0,397	0,809	0,096	0,082	-0,229
YouTube	0,433	-0,094	-0,359	0,657	-0,125
Instagram	0,784	0,078	-0,507	0,359	0,057
WhatsApp	0,414	0,354	0,093	0,521	0,538

8. Discusión

Según la página DataReportal, Kemp (2023) se recolectó datos de diversas plataformas y descubrió que la red social que más frecuencia de uso tiene es Tiktok con un promedio al mes de 23 horas, lo que en comparación con esta investigación se evidencio que solo el 37% de la muestra manifestaban un uso de 1 a 3 horas, lo que podría indicar que los usuarios aquí encuestados estarían utilizando dicha red por encima del promedio mensual (Kemp, 2023).

De igual forma, YouTube cuenta con el mismo promedio (23 horas al mes), lo que contrario a lo hallado en la investigación donde el 50% indican usarla por una hora o menos al día. En cuento a WhatsApp la página de referencia indico que la frecuencia de uso en promedio al mes es de 17 horas, mientras que en la presente investigación el 50% manifestaba usarla de 3 a 5 horas al día lo que equivaldría a más tiempo de uso. (Kemp, 2023)

Por otro lado, las redes sociales con menos cantidad de uso son Instagram 12 horas y Twitter con 5 horas al mes, lo que es similar a lo encontrado en las respuestas de la muestra con respecto a Twitter el 50% indican usarla entre 1 hora o menos el otro 50% informa que ni siquiera la usa. Con respecto a Instagram el 37% manifiesta usarla de 1 a 3 horas (Kemp, 2023).

Para Colombia según datos hallados, indican que el 74% de la población son usuarios activos en redes sociales y que el tiempo en promedio que pasan en estas es de 3:32 minutos (Kemp, 2023). Cabe aclarar que este se basa en sujetos con edades entre los 16 a 64 años. En relación con esta investigación se identifica que todos los encuestados se encuentran registrados en al menos una red social y que por lo menos permanecen conectados entre un rango de 1 hora o menos al día. Lo que podría sugerir que la muestra tiene una constante en el uso de las redes sociales.

Se evidencia que los rasgos de personalidad más predominantes en la muestra fueron neuroticismos y extraversión, en contraste con la investigación realizada por Morales et al. (2018)

donde indica que estos dos rasgos se vinculan positivamente con el uso de redes sociales lo que es acorde a los hallazgos encontrados.

Frente a la correlación entre los rasgos de personalidad y la frecuencia de uso de redes sociales los resultados señalan una correlación fuerte y directa entre neuroticismo con Instagram. Así mismo, Tiktok tiene una correlación fuerte y perfecta con extraversión; ambas son positivas. Por el contrario, la correlación entre Facebook y responsabilidad dio un resultado moderado y fuerte pero negativo. Es decir, que alguna de las dos variables aumenta a medida que la otra disminuye o viceversa.

Por otra parte, se identificó que Facebook en correlación con neuroticismo, al igual que Twitter con responsabilidad dieron un rango de 0 lo que implicaría una relación escasa o nula.

De acuerdo con la hipótesis inicial entre más tiempo de uso tenga el sujeto en las redes sociales, más influenciara en la forma como este se relaciona con su entorno, según el rasgo de personalidad que predomine en el individuo. Como lo indica Gordon Allport en su teoría de rasgos de la personalidad como se cita en Rodríguez (2022) “la personalidad puede ser influenciada por factores sociales, familiares entre otros” es decir que, el entorno juega un papel importante en la vida del sujeto.

En hallazgos realizados por Casado-Riera y Carbonell (2018) resaltan la influencia de la personalidad en el uso de Instagram, mostrando que las personas más extravertidas tienen más seguidores, publicaciones y siguen a más usuarios en esta red social, lo que confirma que la extraversión juega un papel importante al momento de pertenecer a redes sociales en línea. Mientras que los resultados obtenidos en esta investigación arrojan que Tiktok se encuentra correlacionado con extroversión de una manera fuerte y perfecta.

Lo que podría indicar que para las redes sociales que son mucho más visuales, es decir, que contiene más imágenes y videos la extraversión puede tener una relación con la frecuencia de uso de

estas. Así mismo, Morales et al. (2018) indican en su estudio que la extraversión y el neuroticismo se relacionan de manera positiva con el uso de redes sociales. Resultado que se asemeja a los obtenidos en esta investigación donde la correlación se dio en los rasgos de extraversión y neuroticismo con Tiktok e Instagram respectivamente; lo que podría indicar que los sujetos con rasgos de personalidad neuróticos son caracterizados por una tendencia a experimentar emociones negativas, estados de ánimo cambiantes y rumiación cognitiva, a diferencia de quienes poseen rasgos de extraversión, estos se caracterizan por buscar la sociabilidad y emociones positivas, tienden a estar en contacto con las personas y evitar la soledad. Es por ello por lo que esta red social es muy apetecida por los jóvenes.

Arcos (2021) en su estudio “entender al usuario de TikTok: personalidad y comportamiento de consumo”, indica que “los jóvenes procuran pasar tiempo con sus amigos, es algo que tienen como prioridad en su día a día, y tienen preferencia por los planes improvisados; así mismo, buscan la productividad porque les hace sentir realizados, pero muchas veces procrastinan y dejan de lado sus obligaciones” (p 25). Esto coincide con los hallazgos de la muestra realizada en esta investigación debido a resultado débil que se evidencio en la correlación de esta red social con responsabilidad.

Por otro lado, las personas con rasgos neuróticos tienden a sentirse inseguras acerca de sí mismas y se comparan con frecuencia con los demás, Instagram puede fomentar el comportamiento de comparación al mostrar imágenes idealizadas de la vida de otras personas, lo que puede causar que se sienta más ansiosos o deprimidos, pero también puede brindarles un sentido de pertenencia cuando sienten que cumplen con los estándares que son impulsados por esta red social.

Finalmente, Álvarez, et al., (2022) en su trabajo investigativo da cuenta de que los rasgos de personalidad si tienen una correlación directa con el uso de redes sociales, principalmente para los rasgos de Neuroticismo y Apertura al cambio, En similitud con los resultados encontrados en este trabajo, donde el neuroticismo tuvo una representación entre fuerte y perfecta, por el contrario,

apertura fue débil en correlación con las redes sociales Tiktok, Instagram, YouTube y Twitter; mientras que con WhatsApp estuvo en escasa o nula.

9. Conclusiones

En general, los hallazgos obtenidos muestran que la mayoría de los participantes tienen cuenta en las distintas redes sociales (TikTok, YouTube, Instagram, Facebook, WhatsApp y Twitter) un porcentaje de la muestra obtuvieron una relación entre fuerte y perfecta con ciertos rasgos de personalidad. Estos resultados sugieren que la mitad de la muestra utilizan entre 3 y 5 horas al día la red social WhatsApp, mientras que Twitter es la menos utilizada comprendiendo la totalidad de los participantes, por consiguiente, se ven pocos influenciados por esta red.

Acorde con los resultados obtenidos, se puede afirmar que en la mayoría de los encuestados los rasgos de personalidad que predominan es el neuroticismo y la extraversión. Siendo apertura y amabilidad las de puntuación más bajas.

En esta investigación, se puede concluir que el tiempo de uso de redes sociales influye en el sujeto según el rasgo de personalidad que predomine en el sujeto.

Estos comportamientos o acciones se ven reflejados en las relaciones que establezca el individuo con sus pares, como se pudo observar en los resultados no todas redes sociales influyen a las personas, en estas debe de predominar algún rasgo de personalidad. Además, otro aspecto relevante en los resultados de la encuesta es que el rasgo apertura esta entre débil escasa o nula, en relación con las cinco redes ya mencionadas. Lo que infiere, que los participantes de esta investigación son personas que están más interesadas en actividades que les generen estabilidad, seguridad y evitan la incertidumbre. Finalmente podemos concluir que si existe una relación entre la cantidad de horas de uso de las redes sociales y los factores de personalidad del sujeto. Adicional, redes sociales como Instagram y TikTok fueron las que mayor porcentaje de uso arrojó, por consiguiente, se infiere que dichos usuarios se ven atraídos por imágenes e interacciones que les generen satisfacción todo esto de forma visual.

Por otro lado, es importante la edad de los usuarios encuestados ya que esta juega un papel fundamental en el tipo de red que mayormente utilizan en su vida diaria.

10. Referencias

- Arcos, D. J. (2021). entender al usuario de Tiktok: personalidad y comportamiento de consumo. Obtenido de Universidad de Valladolid: <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/480>
- Arab, E., Díaz, A, (2015) Impacto De Las Redes Sociales E Internet En La Adolescencia: Aspectos Positivos Y Negativos. *ScienceDirect*, 26 (1) 7-13.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864015000048>
- Álvarez, K.J., Montoya, L.V., Mosquera, G. (2022). *Relación entre rasgos de personalidad y el uso de redes sociales virtuales*. [Trabajo de grado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional UCC.
<https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/bf48c402-06e5-4ed2-b018-8571cf5eb21a/content>
- Andrade Quiguango, H. G. (2019). Rasgos de personalidad y niveles de resiliencia en personas con quemaduras: Unidad de Quemados, HCAM. Obtenido de Universidad Central de Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/17660>
- Cadena Gómez, E. A. (2019). Manejo de la ansiedad en adultos desde el enfoque cognitivo conductual. Obtenido de Areandina Fundación Universitaria del Andina: <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/4302>
- Casado-Riera, C. y Carbonell, X. (2018). La influencia de la personalidad en el uso de Instagram. *Revista de psicología, Ciències de l'Eduació i de l'Esport*, 36(2), 23-31.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6764596#:~:text=En%20neuroticismo%20y%20amabilidad%20no,en%20el%20uso%20de%20Instagram.>
- Castro, A. y Lupano, M. (2019). Perfiles Diferenciales de Usuarios de Internet, Factores de Personalidad, Rasgos Positivos, Síntomas Psicopatológicos y Satisfacción con la Vida.

- Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación – e Avaliação Psicológica, 4(53), 79-90.
<https://www.aidep.org/sites/default/files/2019-10/RIDEP53-Art6.pdf>
- Catalán, S. (s. f.). Los 5 rasgos de la personalidad. CIPSIA Psicólogos (Centro de intervención psicológica integral y aplicada). <https://www.cipsiapsicologos.com/curiosidades/los-5-rasgos-de-la-personalidad/>
- Concha, W., Domínguez, H., Maya, M., y Torres Lira, E. (2018). Redes sociales: su influencia en la personalidad y en las relaciones sociales de estudiantes. *Psicoeducativa: Reflexiones Y Propuestas*, 4(7), 20–29.
<https://psicoeducativa.iztacala.unam.mx/revista/index.php/rpsicoedu/article/view/83>
- Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos. (2012). cuestionario para la evaluación de los test. Consejo General de psicología de España. <https://www.cop.es/uploads/PDF/NEO-PI-R.pdf>
- Condori, T. (21 de junio de 2019). Psicología y Personalidad. Obtenido de Scielo:
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2223-30322019000100009
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2020, septiembre). Panorama sociodemográfico de la juventud en Colombia.
<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/genero/informes/informe-panorama-sociodemografico-juventud-en-colombia.pdf>
- Del Prete, A. y Redon, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psico Perspectivas*, 19(1), 86-96. <https://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-183>
- Domínguez, R. (s.f.). Generación Z todo lo que debes saber. Obtenido de Questionpro:
<https://www.questionpro.com/blog/es/generacion-z/>

Domínguez, A., Aguilera, S., Acosta, T., Navarro, G., & Ruiz Paniagua, Z. (2012). La deseabilidad social revalorada: más que una distorsión, una necesidad de aprobación social. *Acta de Investigación Psicológica*, 2(3), 808-824.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-48322012000300005&lng=es&tlng=es.

El observatorio de la universidad colombiana. (s.f). Información y análisis diario sobre el sistema de educación superior colombiano. Universidad. <https://www.universidad.edu.co/mujeres-tienen-gran-incidencia-en-el-sistema-de-educacion-superior-colombiano/>

Farias, I. (2023). Origen de los 5 grandes rasgos de la personalidad o Big Five. Obtenido de Psicoactiva: <https://www.psicoactiva.com/blog/origen-de-los-5-grandes-rasgos-de-la-personalidad-o-big-five/>

Feist, J., Feist, G. J., & Roberts, T. A. (2019). Teorías de la personalidad (8th ed.). Mc Graw Hill

Fernández, N. (2013). Trastornos de conducta y redes sociales en Internet. Obtenido de Scielo:

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-33252013000600010

González, M. (2015). *Las Redes Sociales y su Incidencia en la Forma en que los Jóvenes se Comunican y Utilizan la Lengua: Perspectiva de los Docentes de Lenguaje y Comunicación*. [Tesis para optar al Título de Magíster en Educación Mención Currículo y Comunidad Educativa]. Universidad de Chile.

https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/136443/Tesis_Melisa_Gonz%c3%a1lez_Hern%c3%a1ndez.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, M.P., Méndez Valencia, S., Mendoza Torres, C. P. (2014). Metodología de la investigación. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

- <https://academia.utp.edu.co/grupobasicoclinicayaplicadas/files/2013/06/Metodología-de-la-Investigación.pdf>
- INCOM UAB. (24 de abril de 2021). Portal de comunicación .com. Obtenido de EE. UU.: USO DE LAS REDES SOCIALES EN 2021: <https://incom.uab.cat/portalcon/ee-uu-uso-de-las-redes-sociales-en-021/#:~:text=De%20hecho%2C%20la%20mayor%3%ADa%20de,dice%20lo%20mismo%20de%20TikTok.>
- Infocop. (2017). Las redes sociales influyen en la salud mental de los adolescentes, según un nuevo informe. Obtenido de Infocop online https://www.infocop.es/view_article.asp?id=6949
- Kaspersky. (24 de enero de 2017). Las redes sociales afectan y hasta reemplazan la comunicación con amigos y familiares. Obtenido de ACIS: <https://acis.org.co/portal/content/kaspersky-lab-las-redes-sociales-afectan-y-hasta-reemplazan-la-comunicaci%C3%B3n-con-amigos-y>
- Kemp, S. (2023). Digital 2023: Colombia. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-deep-dive-time-spent-on-social-media>
- Lifeder. (15 de diciembre de 2022). Socialización primaria y secundaria. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/socializacion-primaria-secundaria/>
- Martínez, R.M., Tuya, L.C., Martínez, M., Pérez, A., Canovas, A.M., (2009). El Coeficiente De correlación De Los Rangos De Spearman Caracterización. *Haban Cienc Méd La Habana*, 7 (2), 1-19
- Ministerio de salud y protección social (2011, mayo, 4) https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Norm_Leyes.asp
- Morales, J, Giraldo, J., y Zuluaga, S. (2018). Relación entre rasgos de personalidad y los patrones de uso de internet en adolescentes. Universidad de Antioquia. <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/15919>

Parra, A (s.f.). Muestreo intencional. Características y ejemplos. Obtenido de Questionpro:

<https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-intencional/>

Psicologos cordoba. (15 de enero de 2021). Obtenido de Creencias y pensamientos automáticos:

<https://psicologoscordoba.org/creencias-pensamientos-automaticos/>

Real Academia Española. (2023). Subjetividad. *En diccionario de la lengua española*. Recuperado el 20

de abril de 2023 de <https://dle.rae.es/subjetividad?m=form>

Mayorga. P., Graciano. V., Hernández., Moctezuma. J., Pérez. G., y Roldán. C. (2022) Cuadro

comparativo de Análisis Paramétrico y No Paramétrico. *Educación y Salud Boletín Científico*

Instituto de Ciencias de la Salud Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 10 (20), 90-93

Rodríguez, E. (2022). La teoría de los rasgos de la personalidad de Allport. Obtenido de La mente es

maravillosa: [https://lamenteesmaravillosa.com/la-teoria-de-los-rasgos-de-la-personalidad-](https://lamenteesmaravillosa.com/la-teoria-de-los-rasgos-de-la-personalidad-de-allport/)

[de-allport/](https://lamenteesmaravillosa.com/la-teoria-de-los-rasgos-de-la-personalidad-de-allport/)

Sánchez, R.O. y Ledesma, R.D. (2007). Los cinco grandes factores: cómo entender la personalidad y

como evaluarla. ResearchGate.

https://www.researchgate.net/publication/338111357_Los_Cinco_Grandes_Factores_como

[_entender_la_personalidad_y_como_evaluarla](https://www.researchgate.net/publication/338111357_Los_Cinco_Grandes_Factores_como)

Serrano, I. (s. f.) Neuroticismo y creatividad. CIPSIA Psicólogos (Centro de intervención psicológica

integral y aplicada). [https://www.cipsiapsicologos.com/curiosidades/neuroticismo-y-](https://www.cipsiapsicologos.com/curiosidades/neuroticismo-y-creatividad/)

[creatividad/](https://www.cipsiapsicologos.com/curiosidades/neuroticismo-y-creatividad/)

Sostín, C. (1 de julio de 2022). Personalidad y obesidad. Obtenido de Medwave:

<https://www.medwave.cl/puestadia/cursos/3582.html>

Toro, J. (2021, 24 de abril). Acceso a redes sociales en América Latina aumentó a 82% en el año de la

pandemia. La República. <https://www.larepublica.co/globoeconomia/acceso-a-redes->

[sociales-en-america-latina-aumento-a-82-en-primer-ano-de-pandemia-3158549](https://www.larepublica.co/globoeconomia/acceso-a-redes-)

Triglia, A. (2015). La Teoría del Aprendizaje Social de Albert Bandura. Obtenido de psicología Y

Mente: <https://psicologiaymente.com/social/bandura-teoria-aprendizaje-cognitivo-social>

Valora Analitik. (6 de enero de 2023). La adicción a las redes sociales ¿un problema de salud mental?

Obtenido de Valora Analitik: <https://www.valoraanalitik.com/2023/01/06/la-adiccion-a-las-redes-sociales-un-problema-de-salud-mental/>

Velázquez, A. (s.f.). Diferencias entre las pruebas no paramétricas y las pruebas paramétricas.

Obtenido de Questionpro: <https://www.questionpro.com/blog/es/diferencia-pruebas-no-parametricas-y-pruebas-parametricas/>

West, H., Rosario, P., Rojas, A., Corominas, M., Adames, M., Diaz, K.A. (2003). La Personalidad,

diferencias entre los individuos. Obtenido de Monografías:

<https://www.monografias.com/trabajos14/personalidad/personalidad#CINCO>

11. Anexos

CONSENTIMIENTO INFORMADO

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA REALIZACION DE PRUEBA NEO-PIR

En este documento encontrará información importante sobre los servicios profesionales y las reglas de funcionamiento de acuerdo con lo especificado en las políticas del Ministerio de Protección Social y del Colegio Colombiano de Psicólogos, sobre los derechos de los pacientes. Aunque este documento puede ser un poco largo, es muy importante que lo lea y lo entienda. Al firmarlo, indica que está de acuerdo con las reglas del trabajo que vamos a realizar en conjunto. El profesional responderá a cualquier pregunta que pueda tener sobre esto ahora o en el futuro.

CONFIDENCIALIDAD Y LÍMITES

De acuerdo con lo establecido en la Constitución Nacional, en el Código de Procedimiento Civil y en el Código Deontológico del Psicólogo, la totalidad de la información, así como los registros e historias clínicas, están cobijadas por el secreto profesional. Por consiguiente, no discutiré ninguna información revelada en consulta con ninguna persona ni entidad. En caso de que, por algún motivo, como interconsulta profesional o informe psicológico solicitado, solamente se suministrara información específica, previa aprobación escrita del consultante. En este sentido, no se revelará a nadie que Usted está asistiendo a consulta profesional, y se toman todas las medidas necesarias para salvaguardar la confidencialidad del material escrito relacionado, así como de la historia clínica. Sin embargo, la confidencialidad tiene un límite, de acuerdo con lo señalado en el artículo 2o, numeral 5o de la Ley 1090 de 2006, dentro del cual se estipula que en caso de tener información de intenciones de atentar contra su vida o de hacer daño o atentar contra la vida de otras personas, o si es de nuestro conocimiento una situación de abuso hacia niños, niñas o ancianos, tenemos la obligación ética y legal de revelar de inmediato esta información a las personas o autoridades competentes. Por lo tanto, se tiene la responsabilidad de valorar la gravedad de la situación para establecer el límite de confidencialidad.

Nombre del participante:

Firma:

Documento de identificación:

Nombre del profesional