



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y
SOCIALES

**Impacto de las redes sociales en adolescentes en
relación con el desarrollo del rasgo de personalidad
histriónico**

Autor: Marcos Zazo Hernández

Directora: Mireia Vendrell Morancho

Madrid

2023/24

Resumen

En el presente trabajo se ha llevado a cabo una revisión bibliográfica con el objetivo de explorar el impacto de las redes sociales en el desarrollo de la personalidad histriónica en adolescentes. Actualmente, las redes sociales están presentes en el día a día de los adolescentes. Estas redes sociales promueven una Cultura de la Imagen, donde predomina lo visual y se busca exhibirse ante los demás. El rasgo histriónico de la personalidad destaca por la alta teatralidad de la persona, alguien que quiere ser continuamente el centro de atención, buscando la aprobación social. Se ha identificado que el histriónico es uno de los rasgos de personalidad más comunes en adolescentes. Los adolescentes actuales están acostumbrados a exponerse en sus redes sociales, lo que es suscitado tanto por la cultura a la que pertenecen como por las circunstancias que producen la etapa de la adolescencia. Las redes sociales son un espacio donde los adolescentes pueden expresarse libremente y exponerse ante los demás. En las redes sociales actuales se resalta la prevalencia de lo visual. En la literatura académica se identifica una correlación entre personalidad histriónica y el uso de redes sociales, indicando cómo una persona con rasgos histriónicos los expone a través de las redes sociales. Sin embargo, en el presente trabajo se propone una bidireccionalidad, donde los rasgos se exponen en las redes, pero las redes también fomentan el desarrollo de estos rasgos histriónicos. No obstante, es necesario una investigación más profunda sobre ello.

Palabras clave: redes sociales, personalidad histriónica, adolescencia, bidireccionalidad.

Abstract

In the present work, a bibliographic review has been carried out with the aim of exploring the impact of social networks on the development of histrionic personalities in teenagers. Currently, social networks are present in the daily lives of teenagers. These social networks promote an image's culture, where the visual takes precedence and seeks to exhibit itself to others. The Histrionic personality trait stands out for the person's high theatricality as someone who wants to be constantly the center of attention, looking for social approval. It has been identified that the histrionic trait is one of the most common personality traits in teenagers. Current teenagers are used to exposing themselves on their social networks, which is aroused by the culture to which they belong and by the circumstances that produce the stage of adolescence. Social networks are a place where teenagers can express themselves freely and expose themselves to others. In current social networks, the prevalence of visual media stands out. In academic literature, a correlation between histrionic personality and the use of social networks is identified, indicating how a person with histrionic personality traits exposes them through social networks. However, in the present work, a bidirectionality is proposed, where traits are exposed in social networks, but those networks also promote the development of these histrionic traits. Nevertheless, it is necessary to deepen research on it.

Keywords: social networks, histrionic personality, adolescence, bidirectionality.

Índice

1. Introducción
2. Adolescentes y personalidad histriónica
 - 2.1. Personalidad histriónica
 - 2.2. Adolescencia. Definición y rasgos característicos
3. Redes sociales y sus características
4. Teorías que relacionen las variables propuestas
5. Conclusiones
6. Referencias
7. Anexo

1. Introducción

Actualmente, pertenecemos a una sociedad globalizada, que se destaca en comparación con sociedades pasadas por predominar un tipo de comunicación vía telemática. La aparición de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) han provocado un suceso conocido como Revolución Digital, teniendo grandes consecuencias en lo social, como un aumento en las posibilidades de la comunicación humana (Jódar Marín, 2010).

Estas nuevas tecnologías nos permiten estar en contacto con cualquier persona, a pesar de los posibles impedimentos relacionados con la distancia física. Además, a medida que estas tecnologías avanzan, crean nuevas necesidades en la sociedad, obligando a las personas a adaptarse a las nuevas circunstancias y haciéndolas partícipes del progreso tecnológico. Prueba de ello es el hecho de que, en la actualidad, los jóvenes prefieren utilizar las redes sociales en lugar de las llamadas telefónicas para comunicarse con alguien (Fundación Telefónica, 2019), mientras que en años previos el medio más usado eran las llamadas telefónicas. Por tanto, las nuevas tecnologías han generado en la sociedad la necesidad de lo instantáneo (Vázquez y Fernández, 2016), entre otras necesidades.

Como consecuencia de la proliferación de las nuevas tecnologías, internet está siendo el medio más utilizado para comunicarse entre las personas, lo que ha ocasionado un aumento en el uso de las redes sociales (Allahverdi, 2022b). Además, esta tendencia sigue en aumento. En 2023 se alcanzaron un total de 5.160 millones de usuarios¹ en internet, lo que representó un aumento del 1,9% en comparación con el año anterior, donde se alcanzó la cifra de 98 millones de usuarios (Kemp, 2023).

El estudio realizado por Kemp (2023) también recogió otros datos relevantes, como el hecho de que 64 de cada 100 personas en todo el mundo son usuarios de internet, lo cual muestra la magnitud de su expansión, teniendo en consideración que hay diversos países en desarrollo que no tienen la oportunidad de su uso. Por otro lado, hay un total de 4.760 millones de personas que utilizan una red social de forma activa, lo que representa un 59,4% de la población mundial.

¹ Es preciso señalar que en este trabajo se emplea el masculino genérico para referirse a todos los individuos de la especie sin distinción de sexo y género. Esta elección se rige por las recomendaciones de la Real Academia Española y su finalidad es facilitar la lectura.

Una de las razones de la gran expansión de internet es el gran uso que se hace de las redes sociales. Es tal la dimensión que han alcanzado las redes sociales en la actualidad, que existe en muchos casos un uso excesivo de las redes sociales, y, por ende, del teléfono móvil, que puede llegar a ser perjudicial tanto en el bienestar psicológico como físico de la propia persona (Lin et al., 2017). Cabe destacar que no todo uso excesivo de las redes sociales desemboca en adicción. Un uso excesivo implica un uso muy frecuente, pero puede ser de manera temporal, además de poder ser por temas académicos o laborales (Alarcón-Allaín y Salas-Blas, 2022).

Para que el uso excesivo de las redes sociales se pueda considerar una adicción, la persona debe pasar por un proceso en el que al principio utiliza la red social por placer, pero que, al convertirse en hábito, la utiliza para reducir la ansiedad, apareciendo síntomas comunes en adicciones a sustancias, como puede ser la abstinencia o el aislamiento (Escrura-Mayaute y Salas-Blas, 2014). Además, la adicción a las redes sociales es un problema que en muchos casos las propias personas lo perciben. Por ejemplo, de la muestra utilizada por Allahverdi (2022a), alrededor del 70% reconocían tener una adicción, indicando que visitaban continuamente distintas redes sociales.

No obstante, no hay un consenso entre distintos expertos y expertas sobre el término que deberían utilizar, ya que algunos prefieren usar otros como uso patológico o uso abusivo, en lugar del término adicción (Alarcón-Allaín y Salas-Blas, 2022).

Considerando o no este asunto como adicción, es evidente que es una realidad que existe en la sociedad actual, especialmente en los más jóvenes. Existen diversos estudios que muestran datos actuales relacionando las redes sociales con la población adolescente de distintos países de alrededor del mundo. Por ejemplo, el 95% de los adolescentes estadounidenses de entre 13 y 17 años utilizan una red social (Vogels et al., 2022). En cuanto a la población adolescente española, el 98,5% están registrados en al menos una red social, mientras que el 83,5% están registrados en tres o más redes sociales (Andrade et al., 2021).

En definitiva, está demostrado que las redes sociales están presentes en el día a día de los adolescentes contemporáneos. Las redes sociales tienen un efecto directo en estos adolescentes, ya no solo en su bienestar físico y psicológico, sino que también ha transformado la forma en la que interaccionan, generando diversas consecuencias. Por un lado, los usuarios se mantienen activos en las redes sociales para fortalecer los vínculos

con sus iguales, pero, a su vez, estas redes sociales tienen un poder alienante, provocando que se aislen (Santamaría de la Piedra y Meana, 2017). Consecuentemente, están en un continuo estado de alarma ante el rechazo social y buscan exhibirse para ser reconocidos por los demás (Guzmán Brand y Gélvez García, 2023).

Por esta razón, considero que cualquier estudio que analice el impacto de las redes sociales en las personas, especialmente en edades tempranas, es relevante en la actualidad, ya que es una realidad en el presente que debemos comprender y a la que debemos enfrentarnos.

No obstante, el presente estudio no busca analizar el impacto de las redes sociales en adolescentes en cuanto al uso problemático o adicción, u otras consecuencias negativas, sino que pretende explorar el impacto de las redes sociales respecto al desarrollo de personalidades histriónicas.

La Revolución Digital junto a las redes sociales han producido diversos cambios tanto a nivel individual como social. Por lo tanto, tiene un efecto directo en la cultura (Maldonado et al., 2019). Entendemos por cultura el conjunto de significados compartidos por los miembros de un grupo determinado que afectan a sus conductas (Poortinga, 1992).

Partimos de la teoría que defiende que una cultura configura un determinado tipo de personas. Consideramos que la personalidad de una persona se construye a partir de la interacción entre aspectos genéticos y ambientales, siendo las influencias culturales una parte importante de lo ambiental (Triandis y Suh, 2002). Por consiguiente, la cultura influye en la formación de determinadas personalidades.

Con esto no se pretende plantear que todos los miembros de una misma cultura tengan ese rasgo de personalidad ni que ese rasgo de personalidad sea el único que exista en esa cultura. Somos conscientes de que las culturas no son homogéneas, sino que existen rasgos modales, rasgos que singularizan a una minoría significativa de esa cultura (Bock, 1988). En consecuencia, consideramos que una cultura puede predisponer a una persona a ser de una determinada manera.

Un ejemplo muy ilustrativo de cómo una cultura puede provocar la formación de un tipo de personalidad es el aumento de casos diagnosticados como histeria en el siglo XIX. En la Época Victoriana era habitual que muchas mujeres tuvieran síntomas como

desmayos, convulsiones o espasmos musculares (Tasca et al., 2012), con una forma de ser especialmente intensa, inestable y teatral. Este diagnóstico de aquella época hoy se puede entender como un trastorno somatomorfo provocado por la presión social que se ejercía sobre la mujer, quien estaba reprimida sexualmente (Micale, 1993). Por tanto, es un efecto de la cultura de aquella época.

En cuanto a la cultura actual, es conocida como Cultura Digital, ya que es producto de la Revolución Digital. Esta cultura se considera una cultura globalizada. Pertenecemos a una sociedad en red, donde todos estamos conectados entre nosotros gracias a las redes sociales (Alemán y García, 2018). Además, esta cultura también es conocida como Cultura de la Imagen, donde prevalece lo visual y donde se promueve visibilizarse en cada momento a través de las redes sociales (Gomes et al., 2021), siendo este factor el que nos interesa. Por tanto, de todas las características que posee nuestra sociedad, nos centraremos en los rasgos histriónicos.

Por consiguiente, el objetivo general de este trabajo es explorar el impacto de las redes sociales virtuales en el desarrollo de personalidad histriónica en adolescentes.

Para lograr este objetivo, se han establecido los siguientes objetivos específicos:

1. Definir el concepto de rasgo histriónico de la personalidad y examinar su actual tendencia.
2. Describir la etapa de la adolescencia y destacar los rasgos de personalidad más relevantes en este período.
3. Realizar una revisión exhaustiva de la literatura sobre las redes sociales más populares en la actualidad y analizar sus características.
4. Analizar cómo esas características de las redes sociales impactan en la formación de la personalidad del adolescente.

Estos objetivos específicos se han diseñado para establecer un marco teórico sólido que permita comprender en profundidad el impacto de las redes sociales en la formación de la personalidad del adolescente.

2. Adolescentes y personalidad histriónica

2.1. Personalidad histriónica

La personalidad es un tema crucial dentro de la Psicología que ha generado un gran interés entre los autores desde los inicios de esta ciencia. Esto ha provocado que haya diversos enfoques y teorías sobre el tema, por lo que no existe una única definición de personalidad (Cruz, 2019).

Una de estas definiciones es la propuesta por Funder (1997), quien describe la personalidad como un conjunto de características individuales de pensamiento, emoción y conducta que definen a una persona. La personalidad está compuesta por distintas dimensiones o rasgos, los cuales son patrones estables de forma de percibir, relacionarse y pensar sobre uno mismo y sobre el entorno (Esbec y Echeburúa, 2011).

Según Millon y Davis (1998), existen quince patrones de personalidad, siendo doce de ellos básicos (esquizoide, evitativo, melancólico, dependiente, histriónico, tempestuoso, narcisista, antisocial, sádico, compulsivo, negativista y masoquista) y tres de ellos severos (esquizotípico, límite y paranoide). Todos ellos resultan de la combinación de las dimensiones de búsqueda de placer/evitación del dolor, modos de adaptación y orientación hacia uno mismo y hacia los demás (Souci y Vinet, 2013).

Millon et al. (2010) consideran que la personalidad se puede encuadrar a lo largo de un continuo, donde en un polo está la personalidad sana, es decir, flexible y adaptativa, que se ajusta a las demandas del contexto. En cambio, en el polo opuesto está la personalidad patológica, los trastornos de personalidad, que son desadaptativos y rígidos, por lo que esas personas son de ese modo en todo tiempo y lugar (Pincus y Krueger, 2015).

Entre ambos polos hay una gradación, por lo que no hay una línea que divida ambos polos. Por consiguiente, las personalidades que están en el mismo continuo, tanto las del polo sano como las del polo patológico, poseen los mismos rasgos básicos. La diferencia entre lo sano y lo patológico radica en la flexibilidad y adaptabilidad de sus conductas (Cardenal et al., 2007).

Uno de los rasgos que puede definir la personalidad de una persona es el rasgo histriónico. Al igual que el resto de los rasgos, el rasgo histriónico está inserto a lo largo

de un continuo, por lo que puede llegar a ser patológico. En este caso, se trata del Trastorno de la personalidad histriónica.

La Asociación Americana de Psicología (APA, por sus siglas en inglés) enmarca a este trastorno dentro del grupo B de los trastornos de personalidad, reconocido como los trastornos dramáticos o emotivos (Massaal-van der Ree et al., 2022). A este grupo también pertenecen el trastorno de la personalidad antisocial, el trastorno de la personalidad límite y el trastorno de la personalidad narcisista.

El trastorno histriónico de la personalidad es caracterizado en el DSM-5 como una persona que muestra un estado excesivo de emotividad de manera superficial y forzada, llegando a la teatralidad, y buscando constantemente ser el centro de atención (American Psychiatric Association, 2014). En algunos casos, suelen recurrir a conductas seductoras, exageradas y, en ocasiones, inapropiadas en un contexto específico (Ferguson y Negy, 2014).

El estilo cognitivo de la persona histriónica es frívolo, es decir, presta atención a los aspectos superficiales, evitando entrar en lo profundo, y cambia continuamente su foco de atención. Del mismo modo, su estado emocional también va cambiando según el foco en el que esté. Una vez que ya ha captado lo superficial, se dirige a otro foco. Por tanto, se guía mucho por la estimulación sensorial (Cruz, 2018).

Estas personas recurren a los demás en busca de aprobación social y afecto a través de halagos, aunque aparentemente parecen personas sociables y seguras en sí mismas. No obstante, es una falsa apariencia, pues tienen miedo al rechazo y a la soledad, lo que puede desencadenar conductas hostiles (Cañamero-Ballestar et al., 2023; Millon et al., 2007).

Presentan una alta dependencia de los demás, ya que sin ellos no tiene sentido la aprobación social que tanto necesitan. De esta necesidad surgen conductas exhibicionistas e impulsivas, además de la preocupación por su aspecto físico. En definitiva, su objetivo principal es llamar la atención para obtener la aprobación de los demás (Caballo, 2010).

Aunque necesitan estar con otros, tienen una mirada egocéntrica, considerando a las demás personas como un medio para conseguir su fin: la aprobación social (Blanco et al., 2020). Por tanto, en cierto modo son manipulativos.

Estas personas también tienen una inclinación hacia las emociones momentáneas, viviendo únicamente en el presente, lo que Millon et al. (2010) llaman hedonismo miope.

Buscan continuamente vivencias de placer, evitando situaciones desagradables o de reflexión personal. También tienen una tendencia a entusiasmarse con facilidad, además de a enfadarse o aburrirse, por lo que cambian de actividad continuamente, buscando que sea placentera (Millon, 2010).

Sin embargo, en el presente estudio no se tendrá en cuenta únicamente casos de trastorno histriónico de la personalidad, sino que se considerarán todas las variantes dentro del continuo del rasgo de la personalidad histriónico, tanto las personalidades flexibles y adaptativas como las inflexibles y desadaptativas.

2.2. Adolescencia. Definición y rasgos característicos

La adolescencia es una etapa vital que ha generado gran interés en distintos investigadores, ya que es una fase donde se producen cambios sustanciales en los ámbitos biológicos, psicológicos y sociales de la vida de las personas (López-Villalobos et al., 2022). Estos cambios implican un crecimiento necesario para la transición a la adultez.

Según la Organización Mundial de la Salud (2019), la etapa de la adolescencia transcurre desde los 10 hasta los 19 años. Sin embargo, no todos los autores están totalmente de acuerdo sobre cuándo empieza y termina la adolescencia. Suele asociarse el inicio de la adolescencia con el inicio de la pubertad (Serapio, 2006), que no ocurre exactamente al mismo tiempo en todas las personas, lo que contribuye a la falta de consenso sobre la edad exacta de inicio de la adolescencia. Lo mismo ocurre con la edad del fin de la adolescencia, que se suele atribuir al alcanzar ciertos hitos, como la entrada al mundo laboral, lo cual varía según la persona y la cultura (Palacios, 2019; Serapio, 2006).

La variabilidad individual de cada persona impide establecer una edad exacta tanto del inicio como del fin de la adolescencia. Además, dentro de esta etapa hay mucha variabilidad, lo que resulta en una comunidad heterogénea. Por este motivo, la adolescencia se divide en tres subetapas, ya que las características de los adolescentes difieren entre sí según su edad (Güemes-Hidalgo et al., 2017). Estas subetapas son la adolescencia inicial (10-13 años), la adolescencia media (14-17 años) y la adolescencia tardía (18-21 años).

Además, los límites de la adolescencia van cambiando según el momento histórico. Actualmente, las personas entran en la adolescencia cada vez a una edad más temprana. Una característica de los adolescentes actuales es la precocidad (Serapio, 2006). Anteriormente, los cambios biológicos solían preceder a los cambios sociales y psicológicos. En cambio, actualmente, estamos presenciando cómo esos cambios psicológicos y sociales preceden a los biológicos (Serapio, 2006). Esta precocidad se manifiesta en conductas tempranas de consumo de alcohol o tabaco, el inicio temprano de relaciones sexuales, y el uso precoz de redes sociales, tema que es relevante en el presente trabajo.

La adolescencia es una etapa en la que se producen una serie de cambios psicosociales debido a su desarrollo madurativo. Los adolescentes van independizándose progresivamente de su círculo familiar, aumentando el interés por el grupo de iguales y por la búsqueda de pareja, potenciándose la exploración y generando un gran sentimiento de pertenencia al grupo (Güemes-Hidalgo et al., 2017). Además, aumenta la necesidad de intimidad y se alcanza el pensamiento abstracto.

Se suele decir que la adolescencia es una edad complicada de abordar, debido a que son frecuentes las conductas de riesgo, motivadas a menudo por un sentimiento omnipotente, la falta de control de impulsos o por la búsqueda de estimulación externa y experiencias novedosas. Sin embargo, cabe resaltar las diferencias individuales que existen en este grupo tan heterogéneo (Güemes-Hidalgo et al., 2017; Palacios, 2019).

En esta etapa sucede la consolidación de la identidad. La formación de la personalidad comienza su desarrollo desde la infancia y va recorriendo una trayectoria hasta la adultez (López-Villalobos et al., 2022).

No obstante, es en la adolescencia tardía, al final de la adolescencia, cuando los patrones de personalidad van consolidándose y se vuelven más estables. Esto da lugar a un tipo de personalidad, resultante de las experiencias que haya vivido la persona y de cómo haya afrontado los cambios propios de la adolescencia (Rogers y Glendon, 2018). Por tanto, los rasgos de personalidad todavía no están consolidados del todo a lo largo de la adolescencia, sino que están en desarrollo.

A pesar de los mitos que suelen rodear a los adolescentes actuales, no se puede afirmar que sean peores que los adolescentes de épocas pasadas, ya que simplemente reflejan la sociedad a la que pertenecen (Güemes-Hidalgo et al., 2017). Los adolescentes actuales

pertenecen a la Generación Z, algunos habiendo nacido ya en la Generación Alfa, dos generaciones que han nacido con las nuevas tecnologías ya expandidas y consolidadas, por lo que son expertos en su uso. Asimismo, esta sociedad digital les ha hecho que tiendan a respuestas inmediatas, buscando continuamente la interacción con los demás, además de una preferencia por lo visual (Álvarez et al., 2019).

Esa interacción es tan importante para ellos que se da incluso cuando no están en contacto directo, a través de internet y específicamente de las redes sociales (Palacios, 2019). Las redes sociales les proporcionan un sentido de pertenencia y reconocimiento, además de permitirles estar en contacto con los demás (Serapio, 2006).

Para ellos, la socialización a través de lo digital está normalizada, ya que han crecido viendo esta forma de interacción desde su infancia y muchos de ellos han tenido acceso temprano a internet (Quintana, 2016). Están acostumbrados a utilizar las redes sociales a diario, estando continuamente conectados.

Los adolescentes participan en las redes sociales de distintas formas, desde mostrando sus opiniones, sentimientos e intereses hasta compartiendo contenidos en forma de imágenes o vídeos. En este sentido, buscan mostrar una imagen que sea aceptada por la sociedad, por lo que se preocupan por los contenidos que suben de ellos mismos (García-Ruiz et al., 2018). Por este motivo, ofrecen una conducta exhibicionista en las redes sociales, motivada tanto por su edad como por la sociedad a la que pertenecen (Quintana, 2016). Por tanto, es común observar comportamientos propios de la personalidad histriónica.

Existen diversos estudios que muestran los rasgos de personalidad más característicos de los adolescentes actuales. La mayor parte de estos estudios analizan esos rasgos dividiendo a la adolescencia en dos grupos: una muestra clínica y una muestra general, obteniendo la muestra clínica en centros de salud mental.

Uno de estos estudios es el realizado por López-Sánchez et al. (2023). Los resultados de este estudio muestran que los rasgos que más definen a su muestra general de adolescentes eran el conformismo, el egocentrismo y el histrionismo. En cuanto al histrionismo, el rasgo objeto de estudio, observaron que uno de cada siete adolescentes presentaba este tipo de personalidad. Además, no existen diferencias significativas entre ambas muestras en cuanto al histrionismo, por lo que la proporción de adolescentes histriónicos de la muestra clínica es similar a la de la muestra general.

Otros estudios que han obtenido resultados similares en cuanto al rasgo histriónico de la personalidad en adolescentes son el de López-Sánchez (2021) y el de López-Villalobos et al. (2022). Ambos estudios señalan que el rasgo histriónico es uno de los rasgos de personalidad más prominentes en los adolescentes actuales, especialmente en los varones.

Del mismo modo, se han realizado estudios que analizan la prevalencia de los rasgos de personalidad más predominantes en muestras en las que también participan adultos. Un ejemplo es el estudio de Ortiz-Tallo et al. (2011), cuya muestra estaba formada por 7.011 pacientes de entre 16 y 75 años. Los resultados señalan que el rasgo histriónico de la personalidad es uno de los rasgos más preponderantes de la muestra. Esto indica que el rasgo histriónico, a pesar de ser uno de los rasgos más dominantes en la adolescencia, no pertenece únicamente a esta etapa vital, sino que se encuentra en personas de todas las etapas de la vida. Consecuentemente, se podría argumentar que los adolescentes actuales son el reflejo de la sociedad a la que pertenecen (Güemes-Hidalgo et al., 2017).

3. Redes sociales y sus características

Las redes sociales son entornos virtuales que conforman una estructura social donde distintas personas están conectadas entre ellas (Bautista-López, 2016). Se han convertido en un lugar habitual donde la mayoría de las personas interactúan entre sí, compartiéndose mensajes de texto, imágenes, vídeos y audios de voz.

El uso tan frecuente de las redes sociales, especialmente entre los más jóvenes, se debe a distintos factores. Entre ellos destaca la continua interacción con otras personas, en la cual se obtienen respuestas rápidas y recompensas inmediatas, estando conectados con los demás. Además, aparecen factores como la expresión de uno mismo a la sociedad, confirmando su propia identidad social (Lozano, 2020). Lo visual y lo inmediato es un atractivo muy potente para los adolescentes.

En cuanto a estos adolescentes, una de las principales razones por la que utilizan las redes sociales es la gran presión social que reciben al no participar en ellas (Espinoza y Rodríguez, 2020). Están en una etapa vital donde la aprobación social es una influencia muy poderosa. A través de las redes sociales pueden conseguir esta aprobación, ya que es el medio donde la gran mayoría participa.

Para conseguir esta aprobación, los adolescentes muestran conductas “escaparatistas”, donde exponen continuamente una versión idealizada de sí mismos. Para conseguir este objetivo, deciden minuciosamente qué contenido subir a las redes, eligiendo siempre la versión más idónea y perfecta, la cual no siempre es la real. De este modo, alcanzan el éxito social, marcado por una sociedad hedonista (Del Prete y Redon, 2020).

Con respecto a las consecuencias sociales que han generado las redes sociales, se puede afirmar que son numerosas, ya que son un entorno muy potente y dominante. Sin embargo, de entre todas las consecuencias resalta el nuevo paradigma de relación que han creado (Espinoza y Rodríguez, 2020). A través de las redes sociales, las personas tienen la posibilidad de contactar con cualquier persona del mundo en cualquier situación, lo cual la relación cara a cara impide, pues es necesario estar en el mismo lugar para ello.

Asimismo, cabe mencionar uno de los efectos más graves que han generado las redes sociales: la degradación de la autoestima y de la autoimagen (Lozano, 2020). Esto se debe a que en las redes sociales son habituales los rasgos histriónicos, donde muchas personas suben fotografías de sí mismas exhibiendo sus propios cuerpos buscando la aprobación social. Estas personas siguen unos ideales de belleza que han sido marcados por las redes y por la sociedad.

Además, muchas veces esas fotografías están distorsionadas, mostrando una imagen no acorde a la realidad (Aratta, 2021). Por tanto, la degradación de la autoestima y de la autoimagen viene de la comparación que hace la persona sobre su propio cuerpo y sobre el cuerpo que está viendo en las redes sociales.

Por otro lado, existen diversas redes sociales, cuyos usos son distintos dependiendo de sus características principales. La principal función de las redes sociales es la interacción con los demás, lo cual se manifiesta a través del mantenimiento de amistades y de la creación de nuevas amistades (Caldevilla Domínguez, 2010). Gracias a las redes sociales podemos estar en contacto con amigos, aunque no estemos en el mismo lugar físico, además de que podemos conocer a nuevas personas. La mayoría de las redes sociales permiten esta función, como Instagram, Twitter o Facebook, entre otras.

Otra función muy extendida de las redes sociales es el entretenimiento (Caldevilla Domínguez, 2010). En muchas ocasiones, las redes sociales se usan para distraerse, ofreciendo una amplia gama de contenidos según las preferencias de cada usuario. La

gran parte de las redes sociales potencian esta función, y su popularidad va en aumento. Algunos ejemplos son YouTube, TikTok o Instagram.

Finalmente, también hay un uso profesional de las redes sociales. Existen redes donde las personas pueden contactar con otros profesionales de su ámbito, pudiendo gestionar su propia organización a través de la red social (Caldevilla Domínguez, 2010). La red social que más destaca en este sentido es LinkedIn.

Sin embargo, el uso profesional no es tan común entre los adolescentes, ya que la mayoría de ellos todavía no han ingresado al mundo laboral debido a su corta edad. La mayor parte de los adolescentes usan sus redes sociales como forma de entretenimiento, además de para compartir su vida íntima y relacionarse con los demás (Sánchez-Romero et al., 2020).

Respecto a la historia de las redes sociales, la primera red social fue SixDegrees, una red creada en 1997 que permitía a los usuarios interactuar entre ellos. Desde ese momento, el crecimiento de este mundo virtual ha sido exponencial, hasta tal punto que en la actualidad sería complicado obtener el número exacto de redes sociales (Méndez-Díaz et al., 2022).

A lo largo de las últimas décadas, las redes sociales han sido influenciadas por las tendencias sociales. El mercado ha impulsado la creación de redes sociales cada vez más modernas, adaptadas a las demandas sociales de cada momento. Cuando una red social no se actualiza ni se ajusta a esas demandas, tiende a estancarse, lo que provoca que sus usuarios dejen de utilizarla, buscando una red social que sí se adapte a sus demandas (Marcelino-Mercedes, 2015). Por tanto, las redes sociales tienen una evolución propia, es decir, se crean, se actualizan, y en algunos casos desaparecen.

Este fue el caso de Tuenti, la red social más usada por los adolescentes españoles entre 2006 y 2008, siendo sobrepasada por Facebook (Marcelino-Mercedes, 2015). La razón de ello fue el cese de innovación por parte de Tuenti y la mirada global de Facebook, lo cual demandaba la sociedad del momento.

Del mismo modo, las tendencias de las redes sociales no son iguales según la cultura y la edad de los usuarios. Por ejemplo, el uso de la red social Instagram en Turquía triplica el uso de Instagram en Corea del Sur (Kemp, 2023). Asimismo, Facebook es la red social que más une a la Generación de los Millennials, generación ya asentada en la adultez,

mientras que su uso en la Generación Z, los adolescentes actuales, es bastante inferior (Álvarez et al., 2019).

En resumen, el uso de las redes sociales es muy variado según múltiples factores. Del conjunto de todos estos factores resultan las redes sociales más utilizadas. Según Kemp (2023), las redes sociales favoritas de los usuarios son WhatsApp, Instagram, Facebook, WeChat y TikTok. No obstante, hay que tener en cuenta que su muestra no incluye únicamente adolescentes, además de que recoge datos de distintas culturas.

Lo que interesa al presente trabajo son las redes sociales más usadas por los adolescentes actuales. En este sentido, el estudio realizado por Interactive Advertising Bureau (2023) nos indica que las redes sociales más usadas por los adolescentes españoles en la actualidad son TikTok, Instagram y WhatsApp, seguidas por Spotify, Facebook y YouTube. A continuación, nos centraremos en las tres más utilizadas.

Comenzando por TikTok, es una red social que surgió en 2018 tras la fusión de las aplicaciones Douyin y Musical.ly. TikTok consiste en una red social que permite ver, hacer y compartir vídeos cortos, de entre 15 segundos y 3 minutos (Pedrouzo y Krynski, 2023). Esos vídeos que se comparten en la red pueden ser de cualquier temática, resaltando los vídeos de bailes y bromas.

Las funciones principales de TikTok son la de entretenimiento e interacción con los demás, una interacción que no solo se basa en una conversación a través de un chat, sino también al compartir vídeos a otros, siendo ésta una nueva forma de socialización (Yang, 2020). Los usuarios de TikTok ven continuamente vídeos cortos, pudiendo pasar al siguiente vídeo sin haber acabado de ver el primero. Además, en esta red social tienen la opción de seguir a otras cuentas, compartir vídeos a otros usuarios, subir vídeos, dar *likes* a vídeos o incluso agregar comentarios (Pedrouzo y Krynski, 2023).

Algunas de estas opciones generan un estatus a los usuarios, de tal modo que cuantos más seguidores, visualizaciones, comentarios y *likes* tengas en tus vídeos, más popular serás en la red. Consecuentemente, esta persona se sentirá más reconocida socialmente, sintiéndose admirada (Montag et al., 2021).

Este sentimiento de valor tras recibir cierta cantidad de seguidores y *likes* es el que impulsa las conductas histriónicas. Subir un vídeo con estas características suele suponer la consecución de ciertos refuerzos en forma de *likes* o seguidores. Como consecuencia,

la persona continuará manteniendo esas conductas en la red, provocado por la activación del sistema de recompensa dopaminérgico (Pedrouzo y Krynski, 2023).

Esto se debe a que estas conductas exhibicionistas que se muestran en los vídeos son las que son consideradas como valiosas por la masa social. Mostrarse una persona sociable y extrovertida, llamando la atención, favorece la obtención de *likes* y seguidores (Omar y Dequan, 2020). Por tanto, la red social y sus usuarios potencian las conductas histriónicas.

Se han observado en esta plataforma gran cantidad de conductas histriónicas buscando llamar la atención para conseguir reconocimiento social. Un ejemplo son los retos virales, los cuales pueden llegar a ser incluso peligrosos para la propia salud. Es el caso del “Blackout Challenge”, donde muchos adolescentes contenían la respiración hasta perder el conocimiento (Pedrouzo y Krynski, 2023).

La siguiente red social a analizar es Instagram. En comparación con TikTok, Instagram tiene un recorrido más consolidado, pues se creó en 2010, mostrándose en sus inicios como un lugar donde compartir tu propia vida con otras personas a través de imágenes (Prades y Carbonell, 2016). En cambio, a lo largo de estos años, Instagram ha ido evolucionando, ampliando sus funciones.

Las funciones de Instagram también son las de interacción con los demás y la de entretenimiento, además de la función profesional. No obstante, muestra opciones más diversas de obtener gratificación en comparación con TikTok.

La forma en la que se puede interaccionar en Instagram es muy variada (Figueroa-Benítez et al., 2021). En Instagram puedes subir publicaciones en forma de imágenes que quedan permanentemente en el perfil del usuario, donde puedes recibir *likes* y comentarios. Además, también puedes subir a la plataforma *stories*, que son vídeos o imágenes que duran unos segundos, aunque se pueden volver a visualizar a lo largo del día en el que ese contenido se ha subido. Estos *stories* también pueden recibir *likes* y comentarios. Otro modo de interacción son los chats, donde puedes hablar con cualquier persona de manera individual o grupal, incluso pudiendo ser por videollamada. Finalmente, la forma más actualizada de interacción que permite Instagram son los *reels*, que son vídeos de corta duración, siguiendo el modelo de vídeos propuesto por TikTok (Menon, 2022). Por tanto, al igual que TikTok, Instagram es muy visual, prevaleciendo las imágenes y los vídeos (Prades y Carbonell, 2016).

Del mismo modo, la cantidad de seguidores que una persona tenga en su cuenta de Instagram le dará cierto estatus social. La persona que tenga un mayor número de seguidores en comparación con las cuentas a las que ella misma sigue tendrá un estatus mayor (Harrell y King, 2021). De igual manera sucede con el número de *likes* obtenidos en los *stories* y publicaciones.

Lo visual es una característica fundamental de las redes sociales que fomenta la aparición de conductas histriónicas. Las imágenes son una forma fácil y atractiva de presentarse en la red (Prades y Carbonell, 2016). Una de las gratificaciones que genera subir fotografías de uno mismo es la búsqueda de atención (Malik et al., 2016). Por lo tanto, para los adolescentes es fácil mostrarse de un modo exhibicionista en Instagram, pues esta red se centra en lo visual.

Por tanto, se podría decir que Instagram contribuye a que las personas se muestren en la red de forma extrovertida con el fin de obtener más *likes* y seguidores. Esta extroversión se manifiesta a través de una búsqueda continua de atención y gratificación (Harrell y King, 2021).

Por otro lado, a pesar de haber cierta presencia de adultos en Instagram, la gran mayoría de los usuarios son los jóvenes. Los adolescentes y los adultos jóvenes han hecho que Instagram sea la red social por excelencia de la juventud, se han apropiado de la red social (López Vidales y Gómez Rubio, 2021). Este es uno de los motivos por lo que los adolescentes prefieren esta red social, pues al no haber adultos se sienten libres en expresarse tal y como ellos desean (Madden et al., 2013). La presencia de adultos implicaría inhibir la exposición de conductas histriónicas.

Finalmente, la tercera red social más utilizada por los adolescentes es WhatsApp. Esta red social es una de las más utilizadas alrededor de todo el mundo. Sin embargo, tiene aspectos bastante diferentes en comparación con otras redes sociales como Instagram o TikTok. Uno de ellos es que en WhatsApp no predomina tanto lo visual como en las demás redes. Esto se debe a que esta red social no gira en torno a las imágenes y vídeos, sino que gira en torno a los chats (Gallo y Rojas, 2021).

WhatsApp es reconocida mundialmente por ser la principal red social de mensajería instantánea (Rubio-Romero y Perlado, 2015). Por tanto, la principal función de WhatsApp es la interacción con los demás, concretamente con gente que conoces, pues

para interactuar con alguien es necesario tener su número de teléfono, lo cual dificulta hablar con desconocidos, como sí se puede en otras redes como Instagram o Twitter.

Al ser una aplicación de mensajería, los usuarios utilizan esta red para contactar con otras personas, ya sea de manera individual o grupal. No obstante, en esta red no aparecen únicamente mensajes escritos. Los propietarios de WhatsApp son conscientes del poder de lo visual, por lo que también han incluido la opción de enviar otros contenidos multimedia como imágenes, vídeos o audios de voz (Martínez-Millán, 2020).

Sin embargo, estas opciones visuales no son las únicas. WhatsApp también permite realizar llamadas y videollamadas tanto a una persona individual como de manera colectiva, lo que aumenta las posibilidades de comunicación (Martínez-Millán, 2020).

Además, una de las últimas actualizaciones de WhatsApp son los estados, los cuales imitan la función de los *stories* en Instagram, es decir, son imágenes que duran en la pantalla unos segundos, pero que puedes volver a verlas a lo largo de todo el día en el que la persona lo ha subido. Estos estados, junto a la foto de perfil de la persona, sirven como forma de presentación de la persona, al igual que como prolongación de la interacción con los demás (Sosa Zúñiga, 2022).

No obstante, a pesar de todos los esfuerzos de WhatsApp de acercarse a lo visual, los chats siguen siendo su principal núcleo, los cuales se asientan en un lenguaje escrito mediado por símbolos como los *gifs* (vídeos cortos que se repiten en bucle), los *stickers* (fotografías o vídeos cortos de cualquier temática que se utilizan en conversaciones para expresar alguna idea o emoción) o los emoticonos (Martínez-Millán, 2020).

Por lo tanto, en comparación con Instagram y TikTok, WhatsApp no es una plataforma que potencie demasiado las conductas histriónicas. Esto se debe a que WhatsApp limita la exposición de la identidad propia, ya que no hay opciones de mostrarse visualmente, a excepción de los estados (Romo et al., 2022).

4. Teorías que relacionen las variables propuestas

Las redes sociales son un tema de gran relevancia en la actualidad, como evidencia la abundancia de artículos dedicados a ellas. Sin embargo, son escasos los estudios que abordan la relación entre las redes sociales y los rasgos de personalidad histriónica, y aún menos los que exploran esta conexión entre adolescentes.

Algunos investigadores han sido conscientes de esto y se han interesado por la relación de estas variables. La principal investigación desde esta perspectiva es el estudio realizado por Savci et al. (2021) a través de una muestra formada por adolescentes. Este artículo busca, entre otros objetivos, comprobar si los rasgos histriónicos de la personalidad generan impactos en forma de un uso problemático de las redes sociales, presentando de esta forma su propio Modelo Hipotético.

Savci et al. (2021) propusieron esta hipótesis debido a que observaron en la literatura científica que las personas con rasgos histriónicos reproducían esos rasgos de personalidad en las redes sociales. También observaron que las personas con adicciones a las redes sociales presentaban conductas exhibicionistas, propias de una personalidad histriónica (Biolcati y Passini, 2018). Del mismo modo, señalaron que el uso de redes sociales resulta en relaciones superficiales, lo que refleja aspectos del histrionismo (Walther et al., 2008).

El Modelo Hipotético presentado por Savci et al. (2021), como podemos ver en la Figura 1 (véase Anexo), plantea cómo las creencias propias de una personalidad histriónica conllevan a una necesidad de aprobación social y al deseo de agradar a los demás. Las personas con estas creencias consideran que la única forma mediante la cual pueden agradar a los demás es llamándoles la atención, por lo que buscarán conseguirlo por su propia felicidad.

Ambas necesidades (aprobación social y deseo de agradar) se reflejan en el uso de las redes sociales, pudiendo llegar a provocar una adicción a las redes sociales. La personalidad histriónica se puede manifestar en las redes sociales a través de conductas exhibicionistas mediante contenidos multimedia para obtener elogios o conductas que generen una controversia para llamar la atención (Savci et al., 2021). Finalmente, la adicción a las redes sociales puede desembocar en creencias propias de una personalidad narcisista, como patrones de grandeza o necesidad de admiración.

Savci et al. (2021) sugieren que el deseo de agradar, propio del histrionismo, aumenta la probabilidad de desarrollar una adicción a las redes sociales. Esto se debe a que las redes sociales son un lugar donde se pueden satisfacer las necesidades sociales, especialmente cuando el entorno real no lo hace. Además, en las redes sociales es más fácil agradar a los demás, ya que es un medio más controlable (Buffardi y Campbell, 2008).

Por otro lado, existen otras investigaciones que han encontrado correlaciones entre rasgos de una personalidad histriónica y el uso de redes sociales. El estudio realizado por Akça et al. (2020) buscaba correlaciones entre el uso de redes sociales con la personalidad en general. Encontraron que las personas que tienen un uso mayor, e incluso abusivo, de las redes sociales poseen rasgos histriónicos. Asimismo, revelaron que existe una alta correlación entre rasgos histriónicos y subir *selfies* a las redes sociales.

Otra de estas investigaciones es la de Sorokowski et al. (2016). Estos investigadores se centraron en relacionar la presencia de rasgos histriónicos con la conducta de subir *selfies* a las redes sociales, descubriendo una alta correlación entre ambas variables. Esto se debe a que los *selfies* suscitan conseguir más *likes* y comentarios en comparación con cualquier otro contenido, especialmente en Instagram. Por tanto, subir *selfies* a las redes sociales sería una buena estrategia para captar la atención de los demás (Sorokowski et al., 2016).

Por último, el estudio de Rosen et al. (2013), realizado en Facebook, encontró una correlación entre la cantidad de amigos que tienes en la red social, la cantidad de impresiones recibidas y los rasgos histriónicos, lo que sugiere que la búsqueda de reconocimiento social en línea puede estar relacionada con estos rasgos de personalidad.

5. Conclusiones

El presente estudio tenía como objetivo principal explorar el impacto de las redes sociales en el desarrollo de la personalidad histriónica en adolescentes. A pesar de la escasez de estudios sobre la personalidad histriónica en general, y aún menos sobre su relación con las redes sociales, los artículos analizados nos permiten obtener una comprensión inicial de cómo las redes sociales pueden influir en la formación y manifestación de la personalidad histriónica en la población adolescente.

El logro del objetivo general del trabajo se ha podido conseguir gracias a la consecución de los objetivos específicos. Hemos podido cumplir con el primer objetivo específico al definir el concepto de rasgo histriónico de la personalidad y al examinar su actual tendencia. Para ello, nos hemos basado en la definición que Millon et al. (2010) hacen sobre la personalidad, y así poder entender cómo los rasgos histriónicos de la personalidad se encuadran entre lo sano y lo patológico. A continuación, hemos definido

el trastorno histriónico de la personalidad, basándonos principalmente en el DSM-5 (American Psychiatric Association, 2014). De este modo, podemos comprender los rasgos histriónicos de la personalidad. Finalmente, hemos examinado la tendencia actual de estos rasgos, observando que están presentes tanto en población adolescente (López-Sánchez, 2021; López-Sánchez et al., 2023; López-Villalobos et al., 2022) como en adulta (Ortiz-Tallo et al., 2011).

Asimismo, podemos decir que hemos logrado el segundo objetivo específico, pues hemos descrito la etapa de la adolescencia y hemos destacado los rasgos más relevantes en este período. Se ha mostrado la alta variabilidad de este grupo, lo que dificulta establecer unos límites de edad. Del mismo modo, hemos explorado los rasgos de personalidad más característicos de este período, estando entre ellos el histriónico (López-Sánchez, 2021; López-Sánchez et al., 2023; López-Villalobos et al., 2022). Además, se han descrito rasgos propios de los adolescentes actuales, como la precocidad (Serapio, 2006) o el gusto por lo momentáneo y lo visual (Álvarez et al., 2019).

El tercer objetivo específico también se ha cumplido al analizar las características de las redes sociales más populares en la actualidad. Las redes sociales que hemos analizado son TikTok, Instagram y WhatsApp, las más usadas por los adolescentes españoles (Interactive Advertising Bureau, 2023). De ellas destaca la posibilidad de conexión entre personas y la potencia de lo visual, a excepción de WhatsApp.

Finalmente, el cuarto objetivo consistía en analizar cómo las características de estas redes sociales impactan en la formación del adolescente. Para ello, hemos explorado la literatura en busca de teorías que pudieran confirmar que las redes sociales influyen en la formación de la personalidad histriónica. Tras esta revisión, podemos comprender la relación entre las variables, por lo que se podría decir que este objetivo también se ha cumplido, aunque no con tanta claridad como los anteriores. Cabe mencionar que existen muy pocos estudios que estudien la personalidad histriónica y menos aún que analicen la relación entre personalidad histriónica y redes sociales en adolescentes.

Dentro de esta escasez de estudios sobre personalidad histriónica, destaca la alta desproporción de estudios realizados entre la personalidad histriónica y el resto de los tipos de personalidades del grupo B, es decir, la personalidad narcisista, la personalidad límite y la personalidad antisocial (Ferguson y Negy, 2014).

Podemos llegar a entender la razón de ello. El trastorno de la personalidad histriónica es un trastorno que está muy poco presente en pacientes clínicos, además de que tiene una alta comorbilidad con otros trastornos de la personalidad como el narcisista, el límite o el antisocial (Cañamero-Ballestar et al., 2023), y con otras patologías como la ansiedad o la depresión (Kraus y Reynolds, 2001). Consecuentemente, genera menos interés dentro de la comunidad científica, centrándose más en los otros trastornos.

Sin embargo, desde nuestro punto de vista esta debería de ser una razón para su estudio. Observando que es habitual el vínculo entre la personalidad histriónica y otros trastornos, aumentar el conocimiento sobre este tipo de personalidad podría suponer beneficios en cuanto a la detección, prevención y tratamiento de los otros trastornos. Asimismo, podría ayudar a las propias personas a manejar mejor los problemas que produce la personalidad histriónica, ayudando así a gran cantidad de personas, como hemos visto a lo largo del trabajo.

La carencia de estudios sobre la personalidad histriónica conduce a que haya aún menos estudios que lo relacionen con las redes sociales, y menos aún con la adolescencia. Por esta razón nos agrada tanto la investigación de Savci et al. (2021), pues ha analizado la relación que tienen estas tres variables, lo cual puede llegar a ser bastante relevante en la actualidad.

La propuesta de Savci et al. (2021) nos resulta interesante. Nos plantean que ciertas creencias propias de una personalidad narcisista pueden prevenir de una personalidad histriónica, mediado este proceso por las redes sociales. Del mismo modo, sugieren que los rasgos histriónicos de la personalidad pueden aumentar la posibilidad de sufrir una adicción a las redes sociales. Por tanto, resaltan la relación entre los rasgos histriónicos y un uso frecuente de las redes sociales.

La dirección que ellos proponen es desde la personalidad histriónica hacia las redes sociales, es decir, la persona que tiene rasgos histriónicos los expone a través de las redes sociales. Esta dirección nos parece adecuada y correcta. Sin embargo, consideramos que no es la única dirección, pues valoramos que las redes sociales también promueven un comportamiento histriónico. Este fomento de las conductas histriónicas no sería únicamente por influencia social, sino también por las propias características de las redes, donde destaca lo visual y lo momentáneo.

Por tanto, en el presente trabajo se propone una bidireccionalidad (Figura 2, véase Anexo), donde los rasgos histriónicos y las redes sociales se retroalimentan, es decir, los rasgos histriónicos se exponen con mucha frecuencia y facilidad a través de las redes sociales y es percibido de forma positiva, a la vez que las redes sociales fomentan rasgos histriónicos que, si se da en la etapa de la adolescencia y permanecen esos rasgos durante los años posteriores, podría consolidar la personalidad de una persona adulta.

No obstante, no podemos afirmar la propuesta de la bidireccionalidad, ya que falta investigación sobre ello. La mayoría de los estudios hasta el momento hablan de correlación, donde ven que es frecuente la aparición de comportamientos propios de una personalidad histriónica en las redes sociales. Esto no supone que las redes sociales impulsen estas conductas.

Saber de dónde provienen los rasgos histriónicos de determinadas personas es una cuestión bastante compleja. Este tipo de personalidad puede proceder de distintos agentes, pudiendo tener distintas influencias. Uno de estos agentes puede ser la propia edad de la adolescencia, donde ya hemos visto que son comunes estos rasgos de personalidad. Otro posible agente es la cultura actual, pudiendo hacer que la Cultura de la Imagen motive a las personas a ser de determinada manera. Del mismo modo, consideramos que el uso frecuente de las redes sociales puede ser una de estas influencias, potenciando el desarrollo de una personalidad histriónica.

Separar las influencias de los rasgos histriónicos no es posible. Por tanto, resulta de suma dificultad conocer hasta qué punto los rasgos histriónicos provienen del uso de las redes sociales. Se puede llegar a la conclusión de que los rasgos histriónicos son el resultado del conjunto de distintos factores, donde el uso de las redes sociales puede tener un papel considerable.

En definitiva, a lo largo del presente trabajo hemos podido comprobar que los rasgos histriónicos están presentes en los adolescentes actuales (López-Sánchez, 2021; López-Sánchez et al., 2023; López-Villalobos et al., 2022). Del mismo modo, hemos podido demostrar que no es una característica única de la adolescencia, sino que está presente en la sociedad en general (Ortiz-Tallo et al., 2011). Además, es una realidad que estos rasgos histriónicos son expuestos en las redes sociales con bastante frecuencia (Akça et al., 2020; Rosen et al., 2013; Sorokowski et al., 2016).

Por tanto, está demostrado que existe relación entre las tres variables propuestas: adolescencia, personalidad histriónica y redes sociales. Por este motivo junto por la escasez de investigación sobre ello, sugerimos que se siga investigando la relación bidireccional entre las redes sociales y los rasgos histriónicos en población adolescente.

Del mismo modo, resultaría interesante que en el futuro se siguieran haciendo investigaciones sobre ello, con el fin de comprobar si los rasgos histriónicos siguen estando presentes en los futuros adolescentes, al igual que si las redes sociales mantienen la tendencia de la importancia que dan a lo visual.

6. Referencias

- Akça, Ö. F., Bilgiç, A., Karagöz, H., Çikili, Y., Koçak, F., & Sharp, C. (2020). Social media use and personality disorders. *Anatolian Journal of Psychiatry*, 21(3), 253-260. <https://doi.org/10.5455/apd.58500>
- Alarcón-Allaín, G. F., & Salas-Blas, E. (2022). Adicción a Redes Sociales e Inteligencia Emocional en estudiantes de educación superior técnica. *Health and Addictions/Salud y Drogas*, 22(1), 152-166. <https://doi.org/10.21134/haaj.v22i1.640>
- Alemán, P. F., & García, A. (2018). La conceptualización de la sociedad actual: aportaciones y limitaciones. *BARATARIA. Revista Castellano-Manchega De Ciencias Sociales*, 24, 15-26. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i24.380>
- Allahverdi, F. Z. (2022a). Relationship between perceived social media addiction and social media applications frequency usage among university students. *Psychology in the Schools*, 59(6), 1075-1087. <https://doi.org/10.1002/pits.22662>
- Allahverdi, F. Z. (2022b). The relationship between the items of the social media disorder scale and perceived social media addiction. *Current Psychology*, 41(10), 7200-7207. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01314-x>
- Álvarez, E., Heredia, H., & Romero, M. F. (2019). La Generación Z y las Redes Sociales. Una visión desde los adolescentes en España. *Revista Espacios*, 40(20).
- American Psychiatric Association. (2014). *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales (DSM-5)* (5.ª ed.). Editorial Médica Panamericana.

- Andrade, B., Guadix, I., Rial, A., & Suárez, F. (2021). *Impacto de la tecnología en la adolescencia. Relaciones, riesgos y oportunidades*. UNICEF España.
- Aratta, M. (2021). La construcción virtual de los cuerpos. *Bordes. Revista de Política, Derecho y Sociedad*, 21, 151-157.
- Bautista-López, M. (2016). *Características psicoemocionales de los grandes usuarios de redes sociales* [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Jaén]. <https://hdl.handle.net/10953.1/2515>
- Biolcati, R., & Passini, S. (2018). Narcissism and self-esteem: Different motivations for selfie posting behaviors. *Cogent Psychology*, 5(1), 1-12. <https://doi.org/10.1080/23311908.2018.1437012>
- Blanco, C., Gómez, N., & Orozco, D. (2020). Actualización de los trastornos de personalidad. *Revista Médica Sinergia*, 5(4). <https://doi.org/10.31434/rms.v5i4.437>
- Bock, P. K. (1988). *Rethinking psychological anthropology: Continuity and change in the study of human action*. WH Freeman; Times Books; Henry Holt & Co.
- Buffardi, L. E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and Social Networking Web Sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(10), 1303-1314. <https://doi.org/10.1177/0146167208320061>
- Caballo, V. E. (2010). *Manual para la evaluación clínica de los trastornos psicológicos: Trastornos de la edad adulta e informes psicológicos*. Ediciones Pirámide.
- Caldevilla Domínguez, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68. <https://doaj.org/article/470e768d615f4a1bb56ec22aa0c6a18c>
- Cañamero-Ballestar, I., Carpallo-González, M., Esteller-Collado, G., & Muñoz-Navarro, R. (2023). El trastorno límite e histriónico de la personalidad y sus estrategias de regulación emocional: una revisión sistemática y crítica desde el modelo dimensional. *Escritos de Psicología – Psychological Writings*, 16(1), 33-43. <https://doi.org/10.24310/espsiescpsi.v16i1.15194>

- Cardenal, V., Sánchez, M. P., & Ortiz-Tallo, M. (2007). Los trastornos de personalidad según el modelo de Millon: una propuesta integradora. *Clínica y salud*, 18(3), 305-324.
- Cruz, C. (2018). La histeria moderna: Parte VII. Personalidad histérica y mujer. *Psiquiatría y Salud Mental*, 35(3/4), 231-237.
- Cruz, C. (2019). Teorías de la personalidad a lo largo de la historia. *Psiquiatría y Salud Mental*, 36(3/4), 119-130.
- Del Prete, A., & Redon, S. (2020). Las redes sociales virtuales: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1), 1-11. <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834>
- Esbec, E., & Echeburúa, E. (2011). La reformulación de los trastornos de la personalidad en el DSM-V. *Actas españolas de Psiquiatría*, 39(1), 1-11.
- Escurrea-Mayaute, M., & Salas-Blas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS). *Liberabit*, 20(1), 73-91.
- Espinoza, L. A., & Rodríguez, R. (2020). Redes sociales digitales y las prácticas de desarrollo psicosocial en adolescentes. En E. Colomo, E. Sánchez, J. Ruiz, & J. Sánchez (Coords.), *La tecnología como eje del cambio metodológico* (pp. 1880-1884). UMA Editorial.
- Ferguson, C. J., & Negy, C. (2014). Development of a brief screening questionnaire for histrionic personality symptoms. *Personality and Individual Differences*, 66, 124-127. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.02.029>
- Figuerero-Benítez, J. C., González-Quiñones, F., & Machin-Mastromatteo, J. D. (2021). Instagram como objeto de estudio en investigaciones recientes. Una revisión de literatura con enfoque en revistas científicas. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (53), 9-23. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2021.i53.01>
- Fundación Telefónica. (2019). *Sociedad Digital en España 2018*. Fundación Telefónica; Taurus.
- Funder, D. C. (1997). *The personality puzzle*. WW Norton & Co.

- Gallo, N., & Rojas, L. (2021). Dinámica de las relaciones amorosas en WhatsApp. Un análisis desde la semiótica. *Informes Psicológicos*, 21(2), 109-124. <https://doi.org/10.18566/infpsic.v21n2a07>
- García-Ruiz, R., Tirado, R., & Hernando, Á. (2018). Redes sociales y estudiantes: motivos de uso y gratificaciones. Evidencias para el aprendizaje. *Aula abierta*, 47(3), 291-298. <https://doi.org/10.17811/rifie.47.3.2018.291-298>
- Gomes, A. C. de C., Pedrosa Filho, R. B. de A., & Teixeira, L. C. (2021). Nem ver, nem olhar: visualizar! Sobre a exibição dos adolescentes nas redes sociais. *Ágora. Estudos Em Teoria Psicoanalítica*, 24(1), 91-99. <https://doi.org/10.1590/1809-44142021001011>
- Güemes-Hidalgo, M., Ceñal González-Fierro, M. J., & Hidalgo Vicario, M. I. (2017). Desarrollo durante la adolescencia. Aspectos físicos, psicológicos y sociales. *Pediatría integral*, 21(4), 233-244.
- Guzmán Brand, V. A., & Gélvez García, L. E. (2023). Adicción o uso problemático de las redes sociales online en la población adolescente. Una revisión sistemática. *Psicoespacios*, 17(31), 1-22. <https://doi.org/10.25057/21452776.1511>
- Harrell, C. E., & King, S. (2021). Why is the Followers-to-Following Ratio so Important? *Modern Psychological Studies*, 26(2), 1-18. <https://scholar.utc.edu/mps/vol26/iss2/3>
- Interactive Advertising Bureau. (2023). *Estudio de Redes Sociales 2023*. Elogia.
- Jódar Marín, J. Á. (2010). La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. *Razón y Palabra*, 15(71).
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Global Overview report*. We are social; Meltwater. <https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2023/03/Digital-2023-Global-Overview-Report.pdf>
- Kraus, G., & Reynolds, D. J. (2001). The “A-B-C’s” of the cluster B’s: Identifying, understanding, and treating cluster B personality disorders. *Clinical Psychology Review*, 21(3), 345-373.
- Lin, C. Y., Broström, A., Nilsen, P., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2017). Psychometric validation of the Persian Bergen Social Media Addiction Scale

- using classic test theory and Rasch models. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(4), 620-629. <https://doi.org/10.1556/2006.6.2017.071>
- López-Sánchez, M. V. (2021). *Prevalencia de perfiles de personalidad en adolescentes: análisis comparativo en población general y clínica* [Tesis doctoral, Universidad de Salamanca]. <https://doi.org/10.14201/gredos.145787>
- López-Sánchez, M. V., López-Villalobos, J. A., Serrano, I., & Andrés de Llano, J. M. (2023). Prevalencia de prototipos de personalidad en adolescentes. *Revista de Psiquiatría Infanto-Juvenil*, 40(2), 11-22. <https://doi.org/10.31766/revpsij.v40n2a3>
- López Vidales, N., & Gómez Rubio, L. (2021). Tendencias de cambio en el comportamiento juvenil ante los media: Millennials vs Generación Z. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 543-552. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.70170>
- López-Villalobos, J. A., López-Sánchez, M. V., Serrano, I., Andrés de Llano, J. M., Sánchez-Azón, M. I., & González, M. C. (2022). Personalidad en adolescentes en muestra general y clínica. *Behavioral Psychology / Psicología Conductual*, 30(3), 743-756. <https://doi.org/10.51668/bp.8322309s>
- Lozano, E. (2020). Influencia de uso de internet y redes sociales en la conducta de los adolescentes. En E. Colomo, E. Sánchez, J. Ruiz, & J. Sánchez (Coords.), *La tecnología como eje del cambio metodológico* (pp. 1285-1287). UMA Editorial.
- Madden, M., Lenhart, A., Cortesi, S., Gasser, U., Duggan, M., Smith, A., & Beaton, M. (2013). Teens, Social Media, and Privacy. *Pew Research Center*, 21(1055), 2-86.
- Maldonado, G., García, J., & Sampedro-Requena, B. (2019). El efecto de las TIC y redes sociales en estudiantes universitarios. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22(2), 153-176. <https://doi.org/10.5944/ried.22.2.23178>
- Malik, A., Dhir, A., & Nieminen, M. (2016). Uses and gratifications of digital photo sharing on Facebook. *Telematic and Informatics*, 33(1), 129-138. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.06.009>

- Marcelino-Mercedes, G. V. (2015). Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración. *Icono* 14, 13(2), 48-72. <https://doi.org/10.7195/ri14.v13i2.821>
- Martínez-Millán, M. (2020). *La transmisión del lenguaje no verbal en WhatsApp* [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Jaén]. <https://hdl.handle.net/10953.1/10527>
- Massaal-van der Ree, L. Y., Eikelenboom, M., Hoodendoorn, A. W., Thomaes, K., & van Marle, H. J. F. (2022). Cluster B versus Cluster C Personality Disorders: A Comparison of Comorbidity, Suicidality, Traumatization and Global Functioning. *Behavioral Sciences*, 12(4). <https://doi.org/10.3390/bs12040105>
- Méndez-Díaz, N., Akabr, G., & Parker-Barnes, L. (2022). The evolution of social media and the impact of modern therapeutic relationships. *The Family Journal*, 30(1), 59-66. <https://doi.org/10.1177/10664807211052495>
- Menon, D. (2022). Factors influencing Instagram Reels usage behaviours: An examination of motives, contextual age and narcissism. *Telematics and Informatics Reports*, 5. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2022.100007>
- Micale, M. S. (1993). On the “Disappearance” of Hysteria: A Study in the Clinical Deconstruction of a Diagnosis. *Isis*, 84(3), 496-526. <https://doi.org/10.1086/356549>
- Millon, T. (2010). Using Evolutionary Principles for Deducing Normal and Abnormal Personality Patterns. En T. Millon, R. F. Kreuger, & E. Simonsen (Eds.), *Contemporary directions in psychopathology: Scientific foundation of the DSM-V and ICD-11* (pp. 453-472). The Guilford Press.
- Millon, T., & Davis, R. D. (1998). *Trastornos de la personalidad: más allá del DSM-IV*. Masson.
- Millon, T., Davis, R., & Millon, C. (2007). *MCMII-III. Inventario Clínico Multiaxial de Millon-III*. TEA Ediciones.
- Millon, T., Grossman, S., & Tringone, R. (2010). The Millon Personality Spectrometer. En T. Millon, R. F. Kreuger, & E. Simonsen (Eds.), *Contemporary directions in*

psychopathology: Scientific foundation of the DSM-V and ICD-11 (pp. 391-416).
The Guilford Press.

Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the Psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in Public Health*, 9. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>

Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(4), 121-137. <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i04.12429>

Organización Mundial de la Salud. (2019, 26 de noviembre). *Salud del adolescente*. https://www.who.int/es/health-topics/adolescent-health#tab=tab_1

Ortiz-Tallo, M., Cardenal, V., Ferragut, M., & Cerezo, M. V. (2011). Personalidad y síndromes clínicos: un estudio con el MCMI-III basado en una muestra española. *Revista de Psicopatología y Psicología Clínica*, 16(1), 49-59. <https://doi.org/10.5944/rppc.vol.16.num.1.2011.10350>

Palacios, X. (2019). Adolescencia: ¿una etapa problemática del desarrollo humano? *Revista Ciencias de la Salud*, 17(1), 5-8.

Pedrouzo, S. B., & Krynski, L. (2023). Hyperconnected: children and adolescents on social media. The TikTok phenomenon. *Archivos Argentinos de Pediatría*, 121(4). <https://doi.org/10.5546/aap.2022-02674.eng>

Pincus, A. L., & Krueger, R. F. (2015). Theodore Millon's Contributions to Conceptualizing Personality Disorders. *Journal of Personality Assessment*, 97(6), 537-540. <https://doi.org/10.1080/00223891.2015.1031376>

Poortinga, Y. (1992). Towards a conceptualization of culture for psychology. *Innovations in cross-cultural psychology*, 3-17.

Prades, M., & Carbonell, X. (2016). Motivaciones sociales y psicológicas para usar Instagram. *Communication Papers – Media Literacy & Gender Studies*, 5(9), 27-36. <https://hdl.handle.net/20.500.14342/1943>

Quintana, Y. (2016). Generación Z: vuelve la preocupación por la transparencia online. *Revista de Estudios de Juventud*, 114, 127-142.

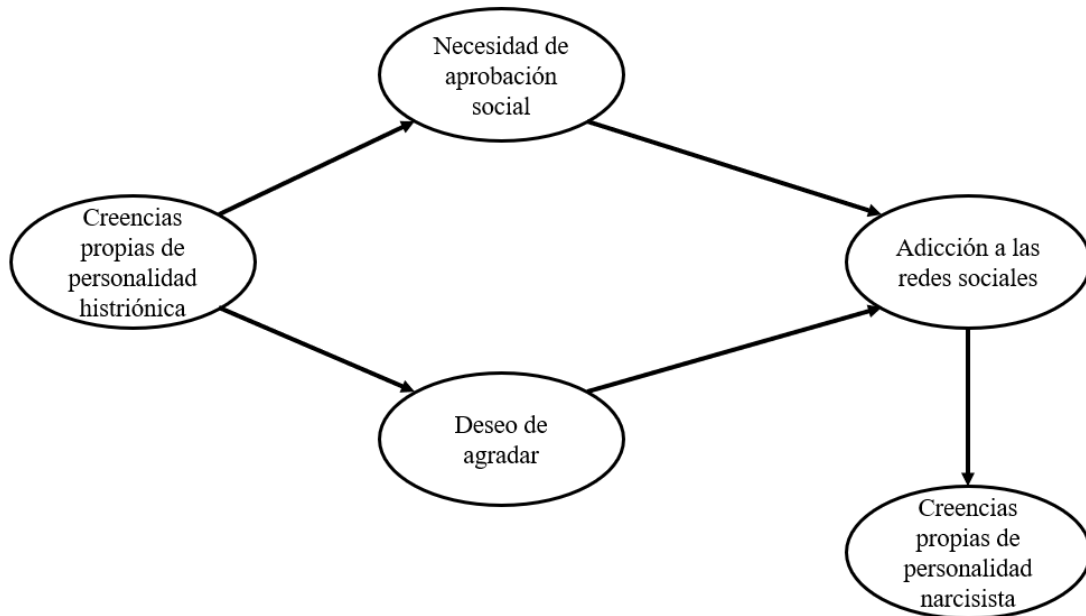
- Rogers, M. E., & Glendon, A. I. (2018). Development and Initial Validation of the Five-Factor Model Adolescent Personality Questionnaire (FFM-APQ). *Journal of Personality Assessment*, 100(3), 292-304. <https://doi.org/10.1080/00223891.2017.1303776>
- Romo, C., Sánchez-Labela, I., & Vera, T. (2022). La proyección del estado de ánimo a través de WhatsApp. Un estudio de las emociones desde la perspectiva de género. *ILCEA*, 46. <https://doi.org/10.4000/ilcea.14067>
- Rosen, L. D., Whaling, K., Rab, S., Carrier, L. M., & Cheever, N. A. (2013). Is Facebook creating “iDisorders”? The link between clinical symptoms of psychiatric disorders and technology use, attitudes and anxiety. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1243-1254. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.11.012>
- Rubio-Romero, J., & Perlado, M. (2015). El fenómeno WhatsApp en el contexto de la comunicación personal: una aproximación a través de los jóvenes universitarios. *Icono 14*, 13(2), 73-94. <https://doi.org/10.7195/ri14.v13i2.818>
- Sánchez-Romero, C., López-Berlanga, M. C., Jiménez-Ortiz, L., & Figaredo-Canosa, V. (2020). Identidad digital: significado de las redes sociales para los adolescentes. En E. Colomo, E. Sánchez, J. Ruiz, & J. Sánchez (Coords.), *La tecnología como eje del cambio metodológico* (pp. 933-936). UMA Editorial.
- Santamaría de la Piedra, E., & Meana, R. J. (2017). Redes sociales y fenómeno influencer. Reflexiones desde una perspectiva psicológica. *Miscelánea Comillas. Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 75(147), 443-469. <https://bit.ly/33hfzYK>
- Savci, M., Turan, M. E., Griffiths, M. D., & Ercengiz, M. (2021). Histrionic personality, narcissistic personality, and problematic social media use: Testing of a new hypothetical model. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 19(4), 986-1004. <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00139-5>
- Serapio, A. (2006). Realidad psicosocial: la adolescencia actual y su temprano comienzo. *Revista de Estudios de Juventud*, 73, 11-23.
- Sorokowski, P., Sorokowska, A., Frackowiak, T., Karwowski, M., Rusicka, I., & Oleszkiewicz, A. (2016). Sex differences in online selfie posting behaviors predict histrionic personality scores among men but not women. *Computers in Human Behavior*, 59, 368-373. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.033>

- Sosa Zúñiga, D. G. (2022). WhatsApp. Un espacio para la presentación de la persona. En D. G. Sosa Zúñiga (Coord.), *Jóvenes y redes sociales. Aproximaciones desde entornos universitarios* (pp. 27-56). CENEJUS; UASLP.
- Souci, M., & Vinet, E. V. (2013). Examen psicométrico exploratorio del Millon Clinical Multiaxial Inventory III (MCMI-III) en población penitenciaria chilena. *Salud & Sociedad*, 4(2), 168-184. <https://doi.org/10.22199/s07187475.2013.0002.00005>
- Tasca, C., Rapetti, M., Carta, M. G., & Fadda, B. (2012). Women and hysteria in the history of mental health. *Clinical Practice & Epidemiology in Mental Health*, 8, 110-119. <https://doi.org/10.2174/1745017901208010110>
- Triandis, H. C., & Suh, E. M. (2002). Cultural influences on personality. *Annual Review of Psychology*, 53(1), 133-160. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.53.100901.135200>
- Vázquez, C., & Fernández, J. (2016). Adolescencia y Sociedad. La construcción de identidad en tiempos de inmediatez. *Revista de Investigación en Psicología Social*, 2(1), 38-55.
- Vogels, E. A., Gelles-Watnick, R., & Massarat, N. (2022). Teens, social media and technology 2022. *Pew Research Center*.
- Walther, J. B., Van Der Heide, B., Kim, S.-Y., Westerman, D., & Tong, S. T. (2008). The role of friends' appearance and behavior on evaluations of individuals on Facebook: Are we known by the company we keep? *Human Communication Research*, 34(1), 28-49. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2007.00312.x>
- Yang, Y. (2020). *Understanding Young Adults' TikTok Usage* [Tesis doctoral, Universidad de California en San Diego].

7. Anexo

Figura 1

Modelo Hipotético de Savci et al. (2021).



Nota. Adaptado de *Histrionic personality, narcissistic personality, and problematic social media use: Testing of a new hypothetical model* (p. 990), por M. Savci, M. E. Turan, M. D. Griffiths, & M. Ercengiz, 2021, *International Journal of Mental Health and Addiction*, 19(4).

Figura 2

Propuesta de relación bidireccional entre los rasgos histriónicos y las redes sociales.

