La oscuridad humana detrás de Instagram

Trabajo Final de Grado, presentado para la obtención del título de Licenciado en Psicología.

Joaquín Díaz Muñoz

Docente tutor: Prof. Adj. Victor Ortuño, *Ph.D*.

Docente revisor: Prof. Adj. Alvaro Mailhos, *Ph.D.*

Modalidad de TFG: Artículo Científico

Montevideo, junio

Resumen

Trabajos anteriores han explorado la vinculación de Instagram con la Triada Oscura, principalmente con el uso de esta red y la autopromoción a través de selfies. En el presente trabajo se vincula el uso excesivo de Instagram, en relación al constructo de la Triada Oscura (narcisismo, maquiavelismo y psicopatía). Para tal, se emplean las nociones filosóficas de Byung Chul Han de la sociedad “positiva”, del rendimiento y la transparencia. El mismo cuenta con 633 participantes donde 489 (77%) son mujeres y 138 (23%) hombres, la mayoría naturales de Uruguay. Para esto fueron utilizadas la SD3 para medir las dimensiones oscuras de la personalidad y el IAS adaptado a Instagram para medir el uso excesivo de la misma. También fue colectada información sobre otras dimensiones psicológicas como; la búsqueda de sensaciones, la temporalidad subjetiva, la motivación y la satisfacción con la vida. Mediante un análisis de correlación se verificó una asociación positiva y estadísticamente significativa entre la utilización de Instagram y narcisismo (r = .160, p < .01), maquiavelismo (r = .205, p < .01), búsqueda de sensaciones (r = .185, p < .01) y presente hedonista (r = .229, p < .01), así mismo también presentando una correlación negativa con la satisfacción con la vida (r = -.136, p < .01). Asociamos que la construcción de la identidad positiva en esta red tiene como fin el *like* y la auto visualización, componentes autoeróticos que el sujeto manipula para poder conseguir placer momentáneo y dar marcha al proceso de autorregulación narcisista.

Palabras clave: Triada oscura, Byung Chul Han, Instagram, sociedad positiva, sociedad de rendimiento, Narcisismo.

Abstract

Previous works have explored the connection of Instagram with the Dark Triad, mainly with the use of this network and self-promotion through selfies, in this work we try to link a construct that measures the excessive use of Instagram, in relation to the construct of the Triad Dark (narcissism, Machiavellianism and psychopathy), with special emphasis on narcissism and machiavellianism, based on Byung Chul Han's philosophical theory of "positive" society, of performance and transparency, It has 633 participants, where 489 (77%) are women and 138 (23%) are men, the majority are from Uruguay. For this the SD3 was used to measure the dark dimensions of the personality and the IAS adapted to Instagram to measure the excessive use of it. Information was also collected on other psychological dimensions such as; the seek for sensations, subjective temporality,

motivation and satisfaction with life. Through a correlation analysis, a positive association and statistically significant (**= p< .01) was verified between the use of Instagram and a higher score in narcissism. (r = 160**), Machiavellianism (r = .205**), seeking sensations (*r*=.185**) and hedonistic present (r = .229 **), in the other hand, also presenting a negative correlation with satisfaction with life (r = -. 136**). We associate that the construction of positive identity with the search of the like and the autovisualization, this are the autoerotic components that the subject manipulates in order to get momentary pleasure and give direction and achieve to the process of narcissistic self-regulation.

Keywords: Dark triad, Byung Chul Han, Instagram, Positive society, Performance society, Narcissism.

Introducción

Instagram es una plataforma online que permite tomar fotos y videos, retocarlos con una variedad de filtros, y compartirla instantáneamente con diferentes seguidores en la red y a través de *hashtags* (#) compartirlas con personas de todo el mundo que utilicen o visualicen ese mismo *hashtag*, promocionando a sus usuarios y sus contenidos forma instantánea.

Instagram es actualmente la red social con mayor crecimiento a nivel global, lanzada en octubre de 2010 y llegando a tener más de 100 millones de usuarios activos en abril de 2012, actualmente cuenta con más de 900 millones de usuarios activos (Wagner, 2015).

Instagram es una red donde se construye una imagen "positiva" de nosotros mismos, donde ocultamos o evitamos que las personas vean cierta información, mientras que solo revelamos lo que queremos que los demás vean, manipulando el flujo y la forma de esta información brindada hacia los demás. Recibiendo un incentivo de placer como el "*like*", el número de visualizaciones de las historias y/o videos, o facilitando la comunicación a través de un "respondió tu historia", lo cual incentiva a que sigamos produciendo, exponiendo y construyendo identidades "positivas" hacia el mundo.

En una sociedad donde cada vez nos conectamos más, pero cada vez nos encontramos más solos, y donde la falta de vinculo (Han, 2017) inunda nuestras relaciones, podemos percibir de como el mecanismo de funcionamiento y recompensa de esta red se relacione y hasta quizás potencie nuestras dimensiones oscuras, principalmente el narcisismo y el maquiavelismo.

Maquiavelismo

El maquiavelismo ha sido definido y medido por Christie y Geis (1970), basado en las escrituras del consejero político florentino del siglo XVI Niccolo Machiavelli, el cual contaba con una vasta producción sobre el conocimiento de cómo los políticos debían actuar para ganar, mantener y proliferar en el poder.

Las personas que presentan elevados niveles de maquiavelismo generalmente se caracterizan por ser frías, manipuladoras, individualistas, competitivas, estratégicas,

egocéntricas, con poco respeto a la moral, con un importante desapego emocional, un bajo remordimiento por sus acciones y una gran carencia de empatía (Christie & Geis, 1970; Jones & Williams 2002; Rauthmann & Kolar, 2012; Rauthmann & Will 2011).

Una de sus características principales es presentar bajos niveles de ansiedad junto con un buen control de sus impulsos, buscando adelantarse a los demás (agenciamiento), teniendo objetivos a largo plazo, y poseen comportamientos explotativos hacia otros (Christie & Geis, 1970; Jones & Paulhus, 2011; Jones & Williams 2002; Rauthmann & Kolar, 2012; Rauthmann & Will, 2011).

Generalmente sus objetivos tienden hacia fines materiales, relacionales o instrumentales, como el dinero, la influencia o el poder, todo en su propio beneficio, ya que no suelen ser interesados en el bien social ni a trabajar por él, lo que los deja en una desfavorable posición social, aun así, a veces son preferidos y elegidos como líderes (Christie & Geis, 1970; Jonason 2012; Rogoza, 2018; Rauthmann, 2011; Rauthmann & Kolar, 2012; Rauthmann & Will, 2011).

Suelen ser personas que manejan muy bien las situaciones de riesgo y poseen comportamientos moldeables y flexibles según la situación, retratándose a sí mismo lo mejor posible(Jonason, Li, & Teicher, 2010; Paulhus & Jones, 2012; Paulhus & Jones, 2011; Rauthmann 2011), lo que los ayuda en su búsqueda de mantener y desarrollar una reputación positiva, y a la vez la aplicación eficaz de sus estrategias de manipulación y explotación interpersonal (Jones & Paulhus, 2011; Rogoza, 2018; Rauthmann & Kolar, 2012; Rauthmann & Will, 2011).

Los maquiavelistas con más éxito en sus prácticas manipuladoras, suelen disimular mejor los aspectos tóxicos de esta dimensión de la personalidad y aunque conlleve aspectos aversivos, como mentir, traicionar y utilizar interesadamente a los demás intentan evitar causar desagrado en otros (Forsyth, 2011; Rauthmann & Kolar, 2012), ni tampoco participan regularmente en formas extremadamente negativas de comportamiento antisocial (Jones & Paulhus, 2002).

Narcisismo

La palabra "narcisista " proviene del antiguo mito griego sobre el joven Narciso, de especial hermosura, quien se enamoró insaciablemente de su propia imagen reflejada en el agua, la cual, eventualmente, le causó la muerte.

Los primeros teóricos sobre el narcisismo como constructo de la personalidad estudiaron esta característica en relación a sus manifestaciones en la sexualidad humana, aunque sin una clara concreción sobre su naturaleza normal o patológica. El médico-sexólogo británico Havelock Ellis fue el primero en usar el mito de Narciso para referirse a una condición sexual auto erótica. La tendencia en estos casos similares a los de Narciso eran "para que las emociones sexuales se absorbieran y, a menudo, se perdieran por completo, en la auto-admiración" (Ellis,1898, Levy, 2011).

En una noción básica o simple sobre el narcicismo, se lo suele asociar con actitudes y comportamientos arrogantes, presumidos y dominantes (Buss & Chiodo, 1991), a las cuales podemos sumarle agresión, insensibilidad, envidia, y poca empatía (Pincus, 2010). Estas características pueden ser causas del mecanismo de autoregulación narcisista compuesto por dos caras de una misma moneda; la grandiosidad y la vulnerabilidad (Campbell, 2007) las cuales serán abordadas en el siguiente párrafo.

El narcisista posee esta doble cara que hasta quizás el mismo desconozca, en su interior confluyen estas dos grandes fuerzas, por un lado, una identidad grandiosa de sí mismo y, por otro, una casi tan grande, pero oculta inseguridad.

El individuo con este sentimiento vive en una constante búsqueda del reforzamiento positivo del ego, reprimiendo los aspectos negativos de las representaciones de uno mismo, y presentando comportamientos de autopromoción y autoafiliación para conformar una identidad casi enteramente positiva, lo cual sirve para enmascarar o crear una fortaleza para su inseguridad o vulnerabilidad (Campebll, 2007; Jones & Paulhus, 2013; Paulhus & Williams, 2002).

Parte de la grandiosidad desemboca en un sentimiento de superioridad, agrandamiento y autorización o derecho de ser así, el cual de alguna manera explica su baja empatía, insensibilidad y comportamiento explotativo (Jones & Paulhus 2011).

Tienden usar el agenciamiento (conseguir algo con habilidad y rapidez) para darle marcha a este mecanismo, adoptando un numero estrategias de autorregulación narcisista (grandiosidad-vulnerabilidad) para conseguir la necesaria validación de otros sobre sus

infladas creencias sobre sí mismo y así mantener, confirmar y hasta ensanchar esta autopercepción (Campbell, 2007).

Debido a que el ego es insaciable e incansable en su necesidad de refuerzos positivos continuos, las manifestaciones conductuales de búsqueda de reforzamientos son crónicas. (Pincus, 2010). Si estas necesidades no son satisfechas adecuadamente, podría reflejarse en actos de ira, depresión, agresión, impotencia, bajo autoestima, vergüenza y evitación de relaciones con los demás (Campbell, 2011).

Tienen fantasías deslumbrantes sobre sí mismos, lo que refleja sus exagerados pensamientos sobre ser extraordinariamente únicos y especiales, también cuentan con una marcada tendencia a lucirse y al exhibicionismo (Rogoza, 2018).

Cuando el narcisista sabe que los resultados de lo que haga pueden hacerse públicos, buscan resaltar en esta tarea, competencia o actividad, o en el caso de las redes, si saben que lo que va a hacer va a ser documentado, y que esto les puede servirles como material para su perfil, y sumar esto a su identidad positiva (Han, 2010), pueden lucirse, esforzarse o retratarse lo mejor posible (Campbell, 2007).

Los narcisistas frecuentaran y elogiaran quienes les proporcionan refuerzos positivos, y evitaran a aquellos que no lo hagan o dejen de hacerlo (Kernberg, 1975).

Algunos estudios sugieren que lo narcisistas hacen en general una buena primera impresión, ya que suelen ser divertidos y carismáticos, pero después de un tiempo esta belleza superficial se va hundiendo y desapareciendo, haciéndolos exitosos en relacionamientos de corta duración, pero siendo odiados en relacionamientos a largo plazo (Campbell, 2007; Campbell, 2011; Rogoza, 2018).

Psicopatía

La psicopatía, se tiende a asociar mundanamente con comportamientos delictivos o antisociales, y aunque este es uno de los rasgos que puede caracterizar a esta dimensión, hay que aclarar diferencias entre la psicopatía clínica y la subclínica, para distinguir un trastorno clínico de una dimensión de la personalidad.

En cuanto al aspecto clínico (trastorno de la personalidad) y subclínico (dimensión de la personalidad) de la psicopatía, no existen diferencias entre sus características propiamente

dichas, en lo que difieren es en la magnitud, el grado o la frecuencia de sus conductas. La psicopatía subclínica es menos intensa y frecuente que su contraparte clínica. La psicopatía clínica puede resultar en actos como la delincuencia a niveles más graves como el homicidio o violación, mientras que el subclínico por lo general no tiene efectos tan graves como el clínico, pero tampoco tan leves como los de un simple bribón, sino que puede tener comportamientos como *bullying*, *cyberbullying* (Kircaburun,2018), amenazas y pequeños robos (Leberton, 2006).

Los psicópatas son caracterizados por su impulsividad, la incapacidad de asumir la responsabilidad en cuanto a sus actos, un bajo interés por su propia reputación (Sadler, 2011), una constante búsqueda de estímulos y emociones, falta de empatía, comportamiento antisocial y manipulación interpersonal (Hare 2003; Hare & Neumann, 2008; Paulhus & Williams, 2002; Rautmann 2011).

Son impulsados por su deseo a la gratificación inmediata (Cleckley, 1976), y junto a su insensibilidad y baja ansiedad pueden mentir o engañar para conseguir un estímulo positivo (Hare, 2003) a corto plazo, incluso si esto significa afectar negativamente sus intereses a largo plazo (Jones & Paulhus, 2012).

Hare y Neumann dos de los autores contemporáneos con más influencia en el estudio de la psicopatía, constatan que la psicopatía tiene cuatro dimensiones principales: sus relaciones interpersonales, la carencia afectiva, su estilo de vida y su comportamiento antisocial (León, 2013; Hare *&* Neuman, 2008). En cuanto a las relaciones interpersonales, presentan una inflada autoestima y poseen un gran, aunque superficial encanto, el cual se escurre a medida que pasa el tiempo (León, 2013), también tienden al engaño, la mentira, la manipulación y a la explotación interpersonal (Hare, 2003; Hare *&* Neuman, 2008).

Con respecto a lo afectivo, son fríos, sin culpa, empatía o sensibilidad afectiva, lo que les impide aceptar la responsabilidad por las acciones que cometen, y no dar importancia a quienes hieran con esto, lo que algunos estudios afirman que podría resultar en gerentes de alto éxito empresarial (Forsyth, 2012; Jonason, Slomski & Partyka, 2012).

En cuanto su estilo de vida, son impulsivos, inestables, se aburren fácilmente y tienen necesidad de recibir estímulos (una combinación de por si deja entrever las posibilidades de cómo se puede desenvolver de este rasgo), tienen una marcada falta de metas y objetivos concretos a largo plazo, y tienden a usar estrategias de explotación a corto plazo

(Jonason, Li, Webster, *&* Schmitt, 2009), además son irresponsables y muchas veces viven vidas parasitarias (Hare 2003; Hare *&* Neuman, 2008; Paulhus & Williams, 2002;).

Por último, la dimensión más polémica por la cual se ha estudiado este constructo tanto a nivel clínico como subclínico; el comportamiento antisocial. Este se refiere a comportamientos agresivos o violentos hacia otras personas o miembros de la sociedad, también manifestado como una tendencia a la búsqueda de satisfacción egocéntrica, sin reparo en la vulnerabilización, transgresión o incumplimiento de las normas socialmente valoradas (Hare *&* Neumann 2008). Tienen un pobre control sobre sus conductas, lo que puede conllevar a un posible inicio temprano de conductas problemáticas en la juventud, delincuencia y promiscuidad sexual (Hare 2003; Hare *&* Neuman, 2008; Paulhus & Williams, 2002, Williams *&* Paulhus, 2004).

La Triada Oscura

La triada oscura es un constructo desarrollado por Paulhus y Williams (2002) el cual se basa en tres dimensiones de la personalidad; el maquiavelismo, el narcisismo y la psicopatía subclínica.

Se les llama “oscuros” porque, por así decirlo, son rasgos que “no llegan a salir a la luz” o el individuo que las posee no las muestra abiertamente, esto quiere decir, que un maquiavélico no demuestra ni anuncia explícitamente que está manipulando, o un narcisista que está intentando llenar su ego.

A pesar de que dichos constructos difieren entre sí y poseen una rica literatura específica, estudios empíricos demuestran que existe una superposición entre ellos (Jones & Paulhus, 2002), poseyendo características en común como: la frialdad, agresividad, la explotación interpersonal, autopromoción, el individualismo, el egoísmo, el encanto superficial, la baja empatía y la manipulación (Jones y Williams 2002; Jones & Paulhus, 2011; Rauthmann 2011; Rogoza, 2018). Tendiendo también al agenciamiento, lo cual significa tratar de adelantarse a los demás para conseguir sus objetivos con mayor rapidez y eficacia.

Este agenciamiento, junto a un bajo nivel de empatía e insensibilidad son unas de las características que pueden hacer más “oscuros” o “malévolos” a estos rasgos de la personalidad. Son insensibles hacia el daño que pueden causar o causan en el camino de conseguir sus pretensiones, sin importarles el impacto sobre otras personas (a menos que

este impacto negativo produzca pérdida de sus beneficios en el futuro) pero, aunque sus características suelen ser dañinas y puedan perjudicar a los demás, están a un nivel en que le permite a la persona ser funcional en sociedad (Furnham, 2013). Los pioneros de este constructo Jones y Paulhus llamaron a este comportamiento como "explotativo" que significa en el esfuerzo de conseguir las cosas sin importar el bienestar de los demás. (Jones *&* Williams 2002; Jones *&* Paulhus, 2012).

Y aunque son sujetos individualistas, competitivos y comparten la tendencia de querer adelantarse a los demás, también son abiertos, sociables, extrovertidos (Vernon, 2007; Jakobwitz, 2005) y su baja ansiedad les permite manejar mejor las situaciones de riesgo (Janson, 2010; Paulhus *&* Jones, 2012; Jones & Paulhus, 2011; Rauthmann 2011).

Estos rasgos pueden ayudar a conseguir intereses variados a corto o a largo plazo, como relaciones sexuales en un corto periodo de tiempo (Jonason, Li, Webster & Schmitt, 2009), obtener beneficios en el trabajo (Forsyth, 2012) o sobresalir socialmente (Jones & Paulhus, 2011), pero también estudios demuestran que tienen dificultad en compartir sentimientos y pensamientos profundos e íntimos con los demás (Jones & Paulhus, 2011).

Una gran diferencia entre los miembros de la triada es su comportamiento delictivo o antisocial, donde la psicopatía se lleva todo el protagonismo siendo altamente correlacionada con esta conducta, al contrario del maquiavelismo y el narcisismo (Williams *&* Paulhus, 2002), ya que estas conductas no necesariamente contienen reforzamientos al ego y pueden conllevar a riesgos de visualización y difamación ilógicos, fundamentalmente para el maquiavelista.

En relación a la asociación de estas tres dimensiones de la personalidad con la temporalidad es posible afirmar que el narcisismo y la psicopatía se relacionan en que ambos tienen una temporalidad más hedonista (placer instantáneo) y una notoria falta de perseverancia hacia sus objetivos a largo plazo, por otro lado, los maquiavelistas presentan, una orientación temporal hacia recompensas futuras (Birkás 2015; Jones & Paulhus 2012; Rauthmann 2011;), es decir, los maquiavelistas van más por objetivos a largo plazo, tienen un comportamiento moldeable a la situación y son menos impulsivos. Mientras que los psicópatas subclínicos y los narcisistas son más impulsivos y suelen ir por objetivos y recompensas más a corto plazo (Jones & Paulhus, 2011).

La sociedad positiva según Byung Chul Han

“Las redes son un espacio cercano que elimina el afuera. Sin ninguna negatividad.

Esta cercanía muestra al usuario solo aquellas secciones del mundo que le gustan.

La red se transforma en una esfera íntima, o en una zona de bienestar, una zona que tampoco admite ningún sentimiento negativo, se olvida de enfrentarse al sufrimiento y de darle forma al dolor.” Han, 2012.

Byung Chul Han nos presenta un marco teórico que permite crear un puente entre estas dimensiones oscuras de la personalidad y esta plataforma online llamada Instagram.

Según este autor, vivimos en una sociedad positiva y de transparencia, donde la negatividad se desmonta cada vez más a favor de la positividad, afirma que las cosas se hacen transparentes cuando abandonan esta negatividad, lo que lleva a que las imágenes se vuelvan llanas y lisas (sin una negatividad que ponga resistencia a la hora de consumirlas o desacelere su comunicación). Las acciones se vuelven transparentes cuando se tornan operacionales, cuando se someten a los procesos de cálculo, dirección y control. Este desmontaje de la negatividad va de la mano con una la presión de la aceleración, ya que la negatividad de lo otro y lo extraño retrasa la lisa comunicación de lo igual (Han, 2012).

Han dice que el veredicto de esta sociedad positiva es el “*like*” por eso no existen los botones de “*no like*” en plataformas como Facebook o Instagram, ya que esto detendría o retrasaría la comunicación, ya que el *like* es más seguro que nos lleve a una comunicación conectiva (Han, 2010).

Esta sociedad de la transparencia no permite lagunas de información ni de visión, las cosas tienen un valor solamente cuando son vistas, todo se mide en su valor de exposición, todo se vuelca hacia afuera, descubierto, despojado, desvestido y expuesto, haciendo que, de alguna manera, todo se vuelva mercancía. Este valor de exposición depende sobre todo del aspecto bello. Así, la coacción de la exposición engendra una necesidad impresa de belleza y buen estado físico. La belleza persigue el fin de maximizar el valor de exposición, lo que hace que los modelos actuales tiendan a mostrar y a maximizar el valor del afuera,

del exterior, perdiéndose así, el interior. Haciendo que cada sujeto sea su propio objeto de publicidad, su propio vigilante y su propio verdugo (Han, 2015).

La complejidad hace más lenta la comunicación, por eso, para el “me gusta” no se requiere ninguna negatividad o espacio de contemplación que se demore, y este *like*, es el erotismo que le llega al otro, ese erotismo del que se alimenta el otro como recompensa o validación de su contenido o identidad.

Por lo tanto, esta imagen llana y sin negatividad, que solo produce un constante flujo de datos positivos contantes (no de información), genera placer al espectador, que gracias a estas características junto a la aceleración y la falta de complejidad invita u obliga al espectador a una constante glotonería de placer hedonista a temporal.

La oscuridad social en Instagram

En Instagram el instrumento de interacción y comunicación tanto más común, como usado e inclusive y se podría decir que hasta en algunos casos añorado es el “me gusta”. Para facilitar esta comunicación y conectividad se tiende a que sea todo positivo y placentero para la persona, para que sean un mayor objeto de “me gusta”, aumentando la creación de la identidad positiva que se busca moldear en esta red.

Se evitan los elementos negativos en las fotos que subimos (por ej.: casi nadie sube una foto con la comida mascada fuera de su boca, ya que tendría menos aprobación social o comunicación positiva).

En torno a esta sociedad que tiende a lo “positivo” restringiendo la negatividad en busca de *likes* estamos frente a un sistema que evita enfrentarse y mostrar el sufrimiento, el dolor y las inseguridades (Han, 2012). Lo que hace sentido y le da espacio para que actué esta característica del narcisismo que trata de ocultar y enmascarar la vulnerabilidad narcisista.

Como ya hemos visto, los narcisistas buscan el reforzamiento grandioso a través de estrategias inter e intrapersonales, manipulando los elementos a su alcance para lograr el refuerzo positivo al ego (Paulhus & Williams, 2002).

Al estar ligado con estos aspectos del autoerotismo y el placer el sujeto busca estrategias para obtener más y mejores recompensas narcisista como los *likes*, los comentarios, el

número de reproducción de videos, quien vio tu historia, cuantos, y quienes específicamente la vieron,

El mecanismo de Instagram es a través del autoerotismo del *like*, del comentario o del vio o “respondió tu historia”, lo que conlleva ese sentimiento de auto afiliación, auto promoción, búsqueda de prestigio, confianza social, competencia y búsqueda de sensaciones positivas, creando una identidad positiva y alimentando a la grandiosidad narcisista.

Lo que se muestra en esta red siempre es lo positivo, lo bello, lo físico, lo que entra por los ojos, y está ahí, a un doble “toque” de la validación, esto se relaciona con la grandiosidad del sujeto, y su mecanismo de autorregulación, alimentado por el autoerotismo del *like*, calma y apacigua la fragilidad de la vulnerabilidad narcisista, haciendo de esta red con su funcionamiento un catalizador adictivo o aditivo para este constructo de la personalidad, ya que sus mecanismos funcionan por casualidad o quizás por causalidad, de manera muy similar.

Objetivo del estudio

Explorar el posible vínculo entre la utilización de Instagram y los rasgos “oscuros” de la personalidad, conceptualizados por la Triada Oscura, con especial énfasis en el narcisismo y el maquiavelismo.

Método

Participantes

El estudio cuenta con 633 participantes donde 489 (77%) eran mujeres y 138 (23%) hombres en un rango de edades de 13 a 62 años (M= 25,82, DT= 8,2). los cuales son en su mayoría naturales de Uruguay (97,8 %).

Instrumentos

Cuestionario Sociodemográfico

Este consta de preguntas como el género y el lugar de procedencia, pero además contiene elementos confeccionados por el autor de este trabajo, acerca de Instagram y su uso, para poder captar más ampliamente como impacta la configuración de Instagram y su uso en la

conducta de sus usuarios. Además, se incluyeron preguntas sobre el uso de Facebook. En total este cuestionario es compuesto por 26 preguntas.

Short Dark Triad (SD3, Jones & Paulhus, 2014): La versión adaptada al español rioplatense fue elaborada por el presente autor. Esta escala mide las dimensiones “oscuras” de la personalidad: el narcisismo, el maquiavelismo y la psicopatía, El inventario contiene 27 preguntas, 9 para cada dimensión, y utilizando una escala($\alpha_{(SD3)}$ = .82 $\alpha_{(maq)}$=.75, $\alpha_{(nar)}$=.50, $\alpha_{(psi)}$=.61).

Internet Adicction Test (IAS, Young, 1998). Se utilizó una versión modificada de este test para adaptarlo a Instagram, la modificación fue hecha cambiando la palabra "Internet" por "Instagram". Fueron utilizadas 9 de las 20 preguntas del test original que se creían relevantes para el presente estudio ya que, a criterio del autor, no aplicaban a lo que se buscaba estudiar ni se aplicaba de la misma manera a Internet que a Instagram (α=.87).

Satisfaction with Life Scale (SWLS, Diener, Emmons, Larsen, & Griffin, 1985): La escala de satisfacción con la vida consta de cinco ítems que evalúan la satisfacción con la vida a través del juicio global que hacen las personas sobre esta. La satisfacción vital se define como una valoración global que la persona hace sobre su vida, comparando lo que ha conseguido, sus logros, con lo que esperaba obtener y con sus expectativas (α = .85).

Brief Sensation Seeking Scale (BSSS, Zuckerman, 1964): La escala de búsqueda de sensaciones mide un rasgo de personalidad que se define como la necesidad de buscar y experimentar nuevas, variadas, complejas, intensas experiencias y sensaciones, así como el deseo de correr riesgos físicos y sociales, por el simple deseo de disfrutar de tales experiencias. Consta de cuatro ítems y puede ser auto aplicado (α = .81).

Dark Future Scale (DFS, Zaleski, 2017): esta escala que mide la ansiedad y el miedo a futuro. Con una escala Likert que a diferencia de las demás tiene la opción de puntuaciones de 0 a 6. α = .836

Inventario de Perspectiva Temporal de Zimbardo (IPTZ, adaptación de Vásquez & Alvarez, en preparación): consta de 15 ítems que se puntúan en una escala Likert que va desde 1 a 5. El instrumento original mide las cinco dimensiones de la teoría de la Orientación Temporal de Zimbardo; Pasado positivo, Pasado negativo, Presente Hedonista, Presente Fatalista y Futuro ($\alpha_{(F)}$= .40 $\alpha_{(PF)}$= .54 $\alpha_{(PH)}$= .70 $\alpha_{(PN)}$= .77 $\alpha_{(PP)}$= .50).

Inventário de Extensión Temporal de Coimbra (IETC, Ortuño, 2011): es compuesto por 18 ítems con siete opciones de respuestas (2 meses, 6 meses, 1 año, 3 años, 5 años, 10 años y 20 años o más). Los ítems están agrupados en dos subescalas: Extensión Temporal de futuro y Extensión Temporal de Pasado. $\alpha_{(ext\ futuro)} = .80$, $\alpha_{(ext\ pasado)} = .84$ que representan la distancia psicológica entre el momento presente y un determinado objeto motivacional ubicado en el pasado o futuros psicológicos.

Procedimientos

Se difundió un cuestionario online por Facebook e Instagram con un total de 117 preguntas y con el cual se colectaron 663 respuestas. De estas fueron incluidas en el análisis principal 633 respuestas. después de una limpieza a la base de datos. La cual consistió en detectar y eliminar los participantes que presentaron valores extremos tanto uni como multivariados. No fue utilizado ningún método de imputación para los valores perdidos presentes en la base de datos. Estas representaron entre el 1% y el 2% de las respuestas totales.

Se utilizó la plataforma Google Forms para hacer los cuestionarios y colectar los datos y el programa IBM SPSS 25 para procesar los mismos.

Resultados

Análisis preliminares

Normalidad

Se utilizo la prueba Shapiro-Wilk para estudiar la normalidad de las respuestas de los 27 ítems de la SD3. Ninguno de los ítems presenta una distribución normal ya que la prueba arriba mencionada presentó valores estadísticamente significativos ($p \leq .05$).

Diferencias entre grupos

Fue utilizada una prueba *T* para muestras independientes de forma a explorar la posible existencia de diferencias en las tres dimensiones de la triada obscura con relación al sexo. No se han encontrado diferencias estadísticamente significativas entre hombres (M = 2,81 DT = 0,57) y mujeres (M = 2,81 DT = 0,51) con respecto al narcicismo $t\ (612) = –.649$, $p = .674$).

En cuanto al maquiavelismo tampoco se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre hombres (M = 3,02, DT = 0,74) y mujeres (M = 2,82, DT = 0,67) dando por resultado *t* (608) = 3,55 p = 0,248. Por último, en cuanto a la psicopatía para los hombres (M = 2,75, DT = 0,60) y mujeres (M = 2,51, DT = 0,54) se encontraron diferencias estadísticamente significativas *t* (603) = 3,33 p = 0,028).

Por otro lado, se encontraron diferencias estadísticamente significativas ($p \leq .05$) en la Adicción a Instagram entre los géneros, siendo para los hombres (M = 1.92, DT = 0.80) y para las mujeres (M = 2.15, DT = 0.84).

Tabla 1

Medias, Desvíos típicos y correlaciones de AIG con Sociodemográfico

		M	*D.T*	*1*	*2*	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	Adicción a Instagram	2.11	.84	-														
2	Edad	25.62	8.3	-.293**	-													
3	Cuantos más seguidores tenga, mejor	2.44	1.31	.287**	.182**	-												
4	Desear un número mínimo de likes en publicaciones	2.36	1.37	.349**	.253**	.574**	-											
5	Me gusta tener más cantidad de likes en mis publicaciones	2,72	1,38	.328**	-.198**	.486**	.577**	-										
6	Me es importante recibir likes de determinadas personas	2.70	1.40	.295**	.120**	.393**	.520**	.486**	-									
7	Ver cuántas personas han visto mi historia	3.19	1.50	.317**	-.248**	.307**	.357**	.384**	.338**	-								
8	Ver quienes han visto mi historia	3.36	1.43	.291**	-.222**	.222**	.270**	.301**	.325**	.769**	-							
9	Búsqueda de que determinadas personas vean mi historia	3.02	1.53	.313**	-.268**	.345**	.384**	.366**	.476**	.543**	.554**	-						
10	Querer likes de determinadas personas	2.75	1.46	.335**	.224**	.224**	.427**	.433**	.598**	.451**	.438**	.778**	-					
11	Seguir a personas que admiras y querer ser como ellas	2.88	1.33	.315**	-.326**	.275**	.280**	.370**	.284**	.271**	.219**	.256**	.273**	-				
12	Querer que más gente le dé like/ responda historias/sigan	2.70	1.30	.302**	-.168**	.447**	.516**	.742**	.483**	.395**	.340**	.424**	.469**	.333**	-			
13	Querer que determinados grupos de personas de like/responda historias/ siga	3.04	2.80	.224**	-.167**	.317**	.379**	.552**	.468**	.282**	.301**	.424**	.482**	.305	.617**	-		
14	“Eres más en base a los likes y seguidores que tienes”	2.65	1.35	.149**	-.101*	.460**	.271**	.229**	.202**	.230**	.215**	.201**	.151**	.128**	.244**	.161**	-	
15	Cuantas historias de Instagram hace al día	.93	1.60	.355**	-.275**	.130**	.186**	.222**	.125**	.250**	.173**	.251**	.217**	-193**	.252**	.186**	.041	- .193**
16	Cuantas personas le siguen	555.60	743,40	.266**	-.258**	161**	.153**	.176**	.077	.170**	.107**	.169**	.181**	.150**	.163**	.113**	.025	.347**

** *p*< .01; * *p*< .05

Utilización entre Facebook e Instagram

Los usuarios que reflejan mayormente su actividad en Instagram presentan valores medios más elevados en las tres dimensiones de la triada oscura Maquiavelismo ($M_{instagram}$ = 2.91 DT= .68, $M_{facebook}$ = 2.81 DT= .74), Narcisismo ($M_{instagram}$ =2.83 DT= .50, $M_{facebook}$= 2.74 DT=.50) y Psicopatía ($M_{instagram}$ = 2.55 DT= .56, $M_{facebook}$ =2.50 DT= .58). No obstante, solamente los resultados de Narcisismo presentaron un valor estadísticamente significativo ($p \leq .05$).

Estos usuarios también presentan diferencias estadísticamente significativas ($p \leq .05$) en cuanto a la Adiccion a Instagram, para Facebook ($M_{Facebook}$= 1.73 DT= .73) y para Instagram ($M_{Instagram}$= 2.27, DT= .83).

De las personas que hicieron un traspaso de una red social a otra se comprueban valores medios superiores en los tres elementos de la triada oscura: Maquiavelismo (M_{si} = 2.84, DT= .67, M_{no} = 2.80 DT= .75), Narcisismo (M_{Si} =2.85, DT= .50, M_{no} = 2.72 DT= .51) y Psicopatía (M_{si} = 2.53 DT= .56 M_{no}= 2.50 DT= .58). No obstante, solamente los resultados de Narcisismo presentaron un valor estadísticamente significativo ($p \leq .05$).

Correlaciones

Con respecto a AIG se encontró una asociación positiva y débil/moderada con las dimensiones de la triada oscura: Maquiavelismo (r = .205, $p \leq .01$) Narcisismo (r= .160, $p \leq .01$) y Psicopatía (r = .275, $p \leq .01$).

Junto a estos resultados también se encontró una asociación positiva débil/moderada y congruente con las siguientes dimensiones: La búsqueda de sensaciones (r= .160, $p \leq .01$), Presente hedonista (r= .229, $p \leq .01$), Pasado negativo (r= .176, $p \leq .01$), y la Ansiedad a futuro (r= .254, $p \leq .01$).

Por otro lado, también se encontraron asociaciones negativas débiles/moderadas con los siguientes constructos: Futuro (r= -.241, $p \leq .01$), Satisfacción con la vida (r= -.136, $p \leq .01$) y la Extensión de pasado (r= -.185, $p \leq .01$).

Todos los anteriores resultados siendo correlaciones significativas ($p \leq .01$).

Tabla 2.
Medias, Desvíos típicos y correlaciones de AIG

		M	*D.T*	*1*	*2*	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1.	Adicción a IG	2.11	.84	-													
2.	Maquiavelismo (SD3)	2.82	.70	.205**	-												
3.	Narcisimo (SD3)	2.80	.50	.160**	.428**	-											
4.	Psicopatia (SD3)	2.52	.56	.275**	.589**	.389**	-										
5.	Busqueda de Sensaciones (BSSS)	3.11	.86	.185**	.309**	.254**	.343**	-									
6.	Satisfaccion con la vida	3.51	.84	-.136**	-.074	.048	-.098*	-.063	-								
7.	Presente Hedonista (IPTZ)	3.16	.88	.229**	.331**	.279**	.350**	..661**	-.029	-							
8.	Futuro (IPTZ)	3.74	.84	.241**	-.024	.121**	-.078	-.084*	-.105**	.379**	-						
9.	Ansiedad de Futuro (DFS)	3.66	1.45	.254**	.202**	.049	.205**	.101*	.138**	-.383**	-.163**	-					
10.	Pasado Negativo (IPTZ)	3.43	1.00	.176**	.315**	.125**	.300**	.279**	.285**	.363**	.107**	.290**	-				
11.	Pasado positivo (IPTZ)	3.04	.84	.099*	.146**	.068	.075	.0,98*	.175**	.116**	.109**	.105**	.290**	-			
12.	Presente Fatalista(IPTZ)	2.22	.80	.098**	.167**	.115**	.226**	.216**	-.083	.271**	-.037	.107**	221**	.098*	-		
13	Futuro Negativo(IPTZ)	2.76	1.54	.096*	.191**	.055	.268**	.227**	-.400**	.228**	-.243**	.327**	.402**	.049	285**	-	
14	Extensión pasado(IETC)	1517,93	1310,15	-.185**	.022	.060	-.054	-.099*	-.057	-.062	.052	.050	.097*	.108*	0.63	.047	-
15	Extensión Futuro(IETC)	1659,22	1360.08	--029	.005	.066	-.065	-.081	. .117**	-.059	.119**	.058	.048	.098*	.009	-.035	.247**

** *p*< .01; * *p*< .05

En cuanto a la Adicción a Instagram y la Edad se encontró una asociación negativa y moderada: Edad (r=-.293, $p \leq .01$) esto quiere decir, que, a menor edad, mayor adicción a Instagram.

Discusión

El presente estudio vincula la adicción a Instagram con los rasgos “oscuros” de la personalidad, mediante la unión de análisis y herramientas psicométricas y utilizando como base y mástil a las nociones filosóficas del sistema de positivad y rendimiento de Byung Chul Han. Creemos posible que de la manera que Instagram funciona, su uso excesivo puede ser un medio que catalice el crecimiento de las dimensiones “oscuras” de la personalidad que el sujeto posea, principalmente el narcisismo y el maquiavelismo, relacionadas también con constructos como la búsqueda de sensaciones, la satisfacción con la vida o la temporalidad subjetiva. Lo que hace pertinente llevar a cabo este tipo de investigaciones para de alguna manera “denunciar” o visibilizar como los mecanismos y configuración de esta red pueden exponenciar estas dimensiones de la personalidad que puede poseer la persona.

Este mismo sistema nos obliga a poner el panóptico Foucaultiano ya no desde un otro que nos controla desde fuera y desde la restricción, sino que este sistema hoy en día opera por el sentido de libertad que le otorga al sujeto y la autoobligación de rendimiento que el mismo se encomienda por esta “libertad de ser quien quiera ser” que tiene, por lo tanto el panóptico moderno emerge desde dentro de nosotros, ahora los que nos controlamos somos nosotros mismos , siendo nuestros propios empresarios en el que nuestra imagen, nuestro yo positivo, es el bien del mercado capitalista que promocionamos y vendemos, siendo los encargados de hacer rendir, promocionar y maximizar el valor de este producto (Han, 2010).

Según Han vivimos en un sistema donde reina la positividad, y la imagen “positiva” de las personas, e Instagram es portal de comunicación en el que podemos subir contenido para crear una identidad positiva de nosotros mismos, donde subimos un contenido particular que va construyendo esta identidad exterior, el “me gusta” es el idioma de este sistema de positividad, donde esta red funciona para brindar una comunicación conectiva y positiva, y no existe el “no me gusta”, porque este retrasaría la comunicación o la volvería negativa, atribuyéndole ya sentimientos desfavorables para esta red. Han plantea que este “*like*”, es erótico para el individuo, este estimulo positivo, ayuda a “validar” nuestra identidad positiva

y alimenta el ego, y nos provoca que lo sigamos buscando. Este sistema de constantes imágenes aceleradas y positivas también nos invita a ver el contenido que nos gusta (sensación placentera momentánea) sin ninguna clase de limitación ni distancia, lo que daría por resultado una glotonería de estímulos positivos hedonista a-temporal (Han, 2010).

Aquí teorizamos de que esto se podría vincular con el mecanismo de autorregulación narcisista, el maquiavelismo, la búsqueda de sensaciones, la satisfacción con la vida y la temporalidad subjetiva. A la hora de aplicar los constructos y analizar sus puntuaciones en el programa SPSS encontramos correlaciones estadísticamente significativas ($p < .01$) en cuanto a la Adicción a Instagram y las tres dimensiones de la triada oscura, especialmente el narcisismo y el maquiavelismo, además de la búsqueda de sensaciones y el presente hedonista (ver Tabla 2). En lo que respecta a las dimensiones oscuras, las asociaciones varían entre niveles débiles y moderadas.

El *like*, el número de vistas de historias, las personas que vieron tu historia, sería el estímulo positivo que la grandiosidad narcisista utiliza para encubrir la vulnerabilidad del yo, estos estímulos positivos alimentarían el sentimiento de autoafiliación y autopromoción narcisista. Por otro lado, este contenido también tiene información que el sujeto comunica, por ejemplo, en las historias: de lo que el sujeto está haciendo, hará o ha hecho, etc… y la persona comparte esto y puede percibir y controlar quien lo ve y quien no, haciendo consciente al sujeto a quien le llego esta información y a quien no y en qué momento, lo que hace posible a las personas interaccionar directamente con él y tener el poder de empezar un dialogo mediante un simple “Responder historia”. Y cuando este flujo de reforzamientos positivos al ego y de poder termina de suceder en el contenido (ej: la foto ya deja de ser likeada, la historia desparece y ni puede ser más vista o respondida, el video ya dejo de tener un número creciente de visualizaciones) el individuo buscará obtenerlos de nuevo a través de los mismos mecanismos de Instagram. Para darle respaldo a estas palabras se encontró que la Adicción a Instagram estaba fuertemente correlacionada y de forma positiva con variables como: querer tener más *likes* en sus publicaciones, chequear cuantas personas han visto su historia, tener un número mínimo de *likes* en las publicaciones, querer que más personas te respondan las historias/den *like*/sigan, búsqueda de que determinadas personas vean sus historias, cuantos más_seguidores tengan, mejor, etc… (ver Tabla 1).

Así mismo el estudio de Tamir y Mitchell (2012) revela que hablar más de sí mismo está fuertemente relacionado a mayor activación del sistema de recompensa o placer del

cerebro, lo que también podría sugerir un respaldo hacia la asociación entre la adicción a Instagram y el narcisismo. Otros estudios (Dumas, 2017; Moon, 2016; Sheldon & Bryant 2016; Paramboukis, 2016;) también arrojan la posibilidad de la existencia del vínculo entre la red y esta dimensión de la personalidad.

Estos resultados “respaldarían” las nociones filosóficas de Byun Chul Han, y cumpliría con el objetivo de este estudio, e interesantemente la adicción a Instagram sumada a las características de los constructos ya mencionados puntúan muy bajo o y en el caso de la AIG hasta negativamente con la satisfacción con la vida, factor que no concierne a análisis en este estudio particularmente, pero puede ser de interés para futuros trabajos.

Limitaciones del estudio

Una de las limitantes y posibles mejoras a futuro de este estudio es usar más ítems del *Internet Adiction Scale* modificado para Instagram para abarcar otras dimensiones del estudio, por ejemplo, ítems como: ¿Que tan seguido se encuentra anticipando que va a entrar de nuevo a internet? Podría ser adaptado como: “Que tan seguido anticipa que va a subir una foto o video a Instagram?” y ayudar a tener una medición más precisa de este constructo.

El proceso de traducción y adaptación de la *Short Dark Triad Scale* (SD3) fue llevado a cabo por el autor de este trabajo de forma exploratoria. Nuevos estudios deben utilizar el método de retroversión para explorar posibles diferencias entre está versión y la original.

Por otro lado, para futuros estudios puede ser interesante agrupar en dos grupos, los que entran con más frecuencia a Instagram y la utilizan más para subir fotos y quienes la usan para fines como solo mirar el contenido de los demás o con fines de comercialización o difusión, pudiendo dar origen a diferentes maneras de pensar, actuar y sentir esta red.

Futuros estudios

Para futuros estudios se podría estudiar las estrategias específicas de autorregulación, narcisista o manipulación de las personas con un marcado perfil “oscuro”.

En este estudio consideramos que estos rasgos de la personalidad están presentes en las personas y esta red ayuda a sacarlos a la luz o exponenciarlos. Un futuro estudio se podría

explorar si estos rasgos de la personalidad “oscura” son exponenciados por el sistema positivo y las redes sociales o si es algo mismo dentro de las personas y que este sistema hace de catalizador para desarrollen estos rasgos de la personalidad.

Consideraciones finales

Esto nos abre las puertas a pensar si una tendencia al narcisismo, manipulación, insensibilidad, poca empatía, frialdad y a la falta de vinculo y por otro lado a la búsqueda continua sensaciones placenteras exteriores, superficiales e inmediatas no nos estarán acercando a lo que Huxley en 1932 pronostico que sería la sociedad futura; fría, ordenada, superficial, controlada interior y exteriormente y regulada través de drogas(SOMA) que les generan placer superficial y los mantendrían permanentemente felices sin necesidad de un vínculo real. Los que nos lleva a las preguntas;

¿Es Instagram parte del nuevo SOMA moderno?

¿A caso nos estamos convirtiendo en *Un mundo feliz*?

Referencias

Christie, R., & Geis, F. L. (2013). *Studies in machiavellianism*. New York. Academic Press.

Furnham, A., Richards, S. C., & Paulhus, D. L. (2013). The Dark Triad of personality: A 10-year review. *Social and Personality Psychology Compass*, *7*(3), 199-216.

Hare, R. D. (2003). The psychopathy checklist–Revised. *Toronto, ON*,

Hare, R. D., & Neumann, C. S. (2008). Psychopathy as a clinical and empirical construct. *The Annual Review of Clinical Psychology 4*, 217-246.

Hart, S. D., & Hare, R. D. (1997). Psychopathy: Assessment and association with criminal conduct. In D. M. Stoff, J. Maser, & J. Brieling (Eds.), Handbook of antisocial behavior (pp. 22-35). New York: Wiley.

Hochman N and Schwartz R. Visualizing Instagram: Tracing Cultural Visual Rhythms. Workshop on Social Media Visualization in conjunction (ICWSM-12). Dublin, Irlanda. (2012)

Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014, May). What we instagram: A first analysis of instagram photo content and user types. In *Eighth International AAAI conference on weblogs and social media*. Ann Arbor.

Jakobwitz, S., & Egan, V. (2006). The dark triad and normal personality traits. *Personality and Individual Differences*, *40*(2), 331-339.

Jonason, P. K., & Webster, G. D. (2010). The dirty dozen: A concise measure of the dark triad. *Psychological assessment*, *22*(2), 420-432.

Jonason, P. K., Li, N. P., & Teicher, E. A. (2010). Who is James Bond? The Dark Triad as an agentic social style. *Individual differences research*, *8*(2), 111-120.

Jonason, P. K., Slomski, S., & Partyka, J. (2012). The Dark Triad at work: How toxic employees get their way. *Personality and individual differences*, *52*(3), 449-453.

Jones, D. N., & Figueredo, A. J. (2013). The core of darkness: Uncovering the heart of the Dark Triad. *European Journal of Personality*, *27*(6), 521-531.

Jones, D. N., & Paulhus, D. L. (2009). Machiavellianism. En M. R. Leary & R. H. Hoyle (Eds.), *Handbook of individual differences in social behavior* (pp. 93-108). New York, NY: Guilford.

Jones, D. N., & Paulhus, D. L. (2011). The role of impulsivity in the Dark Triad of personality. *Personality and Individual Differences*, *51*(5), 679-682.

Jones, D. N., & Paulhus, D. L. (2011). The role of impulsivity in the Dark Triad of personality. Personality and Individual Differences, 51(5), 679-682.

Jones, D. N., & Paulhus, D. L. (2014). Introducing the short dark triad (SD3) a brief measure of dark personality traits. *Assessment*, *21*(1), 28-41.

LeBreton, J. M., Binning, J. F., & Adorno, A. J. (2006). Subclinical psychopaths. *Comprehensive handbook of personality and psychopathology*, *1*, 388-411.

Lee, K., & Ashton, M. C. (2005). Psychopathy, Machiavellianism, and narcissism in the Five-Factor Model and the HEXACO model of personality structure. *Personality and Individual differences*, *38*(7), 1571-1582.

Levy, K. N., Ellison, W. D., & Reynoso, J. S. (2011). A historical review of narcissism and narcissistic personality. En W. K. Campbell & J. D. Miller (Eds.), *Handbook of narcissism and narcissistic personality disorder: Theoretical approaches, empirical findings, and treatments* (pp. 3-12). New York, NY: Wiley

McCain, J. L., Borg, Z. G., Rothenberg, A. H., Churillo, K. M., Weiler, P., & Campbell, W. K. (2016). Personality and selfies: Narcissism and the Dark Triad. *Computers in Human Behavior*, *64*, 126-133.

McHoskey, J. W., Worzel, W., & Szyarto, C. (1998). Machiavellianism and psychopathy. *Journal of personality and social psychology*, *74*(1), 192-210

Miller, J. D., Dir, A., Gentile, B., Wilson, L., Pryor, L. R., & Campbell, W. K. (2010). Searching for a vulnerable dark triad: Comparing factor 2 psychopathy, vulnerable narcissism, and borderline personality disorder. *Journal of personality*, *78*(5), 1529-1564.

Moon, J. H., Lee, E., Lee, J. A., Choi, T. R., & Sung, Y. (2016). The role of narcissism in self-promotion on Instagram. *Personality and Individual Differences*, *101*, 22-25.

Paramboukis, O., Skues, J., & Wise, L. (2016). An exploratory study of the relationships between narcissism, self-esteem and Instagram use. *Social Networking*, *5*(02), 82-92.

Paulhus, D. L., & Williams, K. M. (2002). The dark triad of personality: Narcissism, Machiavellianism, and psychopathy. *Journal of research in personality*, *36*(6), 556-563.

Petrides, K. V., Vernon, P. A., Schermer, J. A., & Veselka, L. (2011). Trait emotional intelligence and the dark triad traits of personality. *Twin Research and Human Genetics*, *14*(1), 35-41.

Ramos, J. (2015). *Instagram para empresas*. Ed: Juan Ramos S, L.

Rauthmann, J. F. (2012). The Dark Triad and interpersonal perception: Similarities and differences in the social consequences of narcissism, Machiavellianism, and psychopathy. *Social Psychological and Personality Science*, *3*(4), 487-496.

Rauthmann, J. F., & Kolar, G. P. (2012). How “dark” are the Dark Triad traits? Examining the perceived darkness of narcissism, Machiavellianism, and psychopathy. *Personality and Individual Differences*, *53*(7), 884-889.

Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in human Behavior*, *58*, 89-97.

Wagner, K. (2015). Instagram Is the Fastest Growing Major Social Network. EU: Recuperado de: https://www.vox.com/2015/1/9/11557626/instagram-is-the-fastest-growing-major-social-network

Wilson, D. S., Near, D., & Miller, R. R. (1996). Machiavellianism: a synthesis of the evolutionary and psychological literatures. *Psychological bulletin*, *119*(2), 285-299.

Zaleski, Z., Sobol-Kwapinska, M., Przepiorka, A., & Meisner, M. (2019). Development and validation of the Dark Future scale. *Time & Society*, *28*(1), 107-123.

Anexo 1

Short Dark Triad (SD3, Jones & Paulhus, 2014)

1) No es inteligente contar tus secretos.
2) Me gusta usar manipulación inteligente para obtener lo que quiero.
3) Cueste lo que cueste, hay que tener a la gente importante de tu lado.
4) Evito tener problemas directos con otros porque pueden ser útiles en el futuro.
5) Es aconsejable mantener controlada la información que puedes utilizar contra las personas más tarde.
6) Debes esperar el momento justo para volver con las personas.
7) Hay cosas que debes esconder a otras personas con tal de perseverar tu reputación.
8) Estar seguro de que mis planes me benefician a mí, no a otros.
9) La mayoría de las personas pueden ser manipuladas.
10) Las personas me ven como un líder natural.
11) Odio ser el centro de atención.
12) Muchas actividades en grupo suelen ser aburridas sin mí.
13) Sé que soy especial porque todo mundo me lo suele decir.
14) Me gusta estar con gente importante.
15) Me siento avergonzado/a si alguien me elogia.
16) He sido comparado/a con gente famoso/a.
17) Soy una persona promedio.
18) Insisto en obtener el respeto que merezco.
19) Me gusta tener revancha/venganza de las autoridades.
20) Evito situaciones peligrosas.
21) La venganza tiene que ser rápida y desagradable para la otra persona.
22) La gente por lo general me dice que estoy fuera de control.
23) Es verdad que puedo ser malo con otras personas.
24) La gente que se mete conmigo siempre se arrepiente.
25) Nunca tuve problemas con la ley.
26) Disfruto teniendo sexo con gente que apenas conozco.
27) Diré cualquier cosa con tal de conseguir lo que quiero.

Anexo 2

Test de Adicción a Internet (Young, 1998). Adaptada a Instagram.

1) Cuando no estoy conectado, imagino cómo será la próxima vez que estaré conectado a Instagram.
2) Me siento preocupado o sueño con conectarme cuando no lo estoy.
3) Luego de haberme desconectado, siento que aún quiero estar en Instagram.
4) Me siento deprimido, malhumorado o nervioso cuando no estoy conectado y se me pasa cuando vuelvo a conectarme.
5) Paso más tiempo en Instagram del que pretendía al tomar el celular.
6) Digo a menudo “sólo unos minutitos más” cuando estoy conectado.
7) He intentado estar menos tiempo conectado, pero no he podido.
8) He llegado a dejar de hacer cosas importantes que tenía que hacer por estar en Instagram.
9) Descuido las tareas domésticas por pasar más tiempo conectado.