

**UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE PSICOLOGÍA**

TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA

**Establecimiento de Relaciones Amorosas por medio de la Red Social
Facebook en una población Joven**

Comité Asesor:

Director: Dr. Mariano Rosabal Coto.

Lector: Dr. Rolando Pérez Sánchez.

Lectora: MA. Gloriana Rodríguez Arauz.

Sustentantes:

Karen Espinoza Monge A62034.

Kestin Rojas Acevedo A64925.

Ciudad Universitaria Rodrigo Facio

San José, Costa Rica

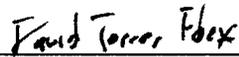
2015

ACTA DE APROBACIÓN

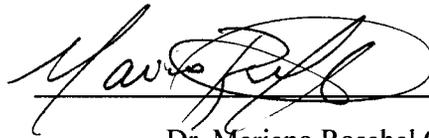
ESTA TESIS FUE ACEPTADA POR EL TRIBUNAL EXAMINADOR DE LA ESCUELA DE PSICOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA, COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIATURA.



Dra. Ana María Jurado Solórzano
Presidente del Tribunal



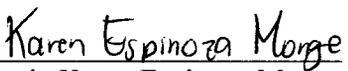
Lic. David Torres Fernández
Profesor Invitado

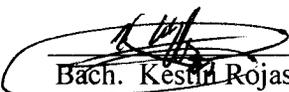


Dr. Mariano Rosabal Coto
Director



Dr. Rolando Pérez Sánchez
Lector


Bach. Karen Espinoza Monge


Bach. Kestlin Rojas Acevedo

DEDICATORIA

En primer lugar gracias a Dios, a mi madre motor de mi vida, a mi padre que ya no está entre nosotros, y a mis hermanos, esto es por ustedes.

Kestin

Agradezco profundamente a Dios, a mi madre y padre, por el apoyo incondicional, a mis hermanos, a mi amiga Hellen que me inspiró a recorrer este camino, a Jason, mi compañero de vida. A todos gracias!

Karen

RECONOCIMIENTOS

Este trabajo ha sido posible gracias al aporte de muchas personas, agradecemos al Dr. Mariano Rosabal por su invaluable apoyo, supervisión y acompañamiento, al Dr. Rolando Pérez por sus importantes aportes, a la M.A. Gloriana Rodríguez por sus recomendaciones y por su disponibilidad.

Además deseamos mostrar nuestra gratitud a Adrián Rojas, quien nos apoyó con sus valiosos aportes y con su conocimiento, así como a todos aquellos que con sus recomendaciones contribuyeron al desarrollo de este proyecto desde sus inicios, como Mirta González, Amarillis Quirós, Jorge Prado, Manlio Carrillo, entre otros.

Desde la escuela de Psicología agradecemos a Teresita Ramellini, Kenia Espinoza, María Laura Castro y Alejandra Mora, quienes nos ayudaron en temas administrativos asociados al proceso, y nos mostraron su colaboración durante nuestra formación profesional.

Finalmente, agradecemos a todos los estudiantes que en las distintas etapas estuvieron anuentes a formar parte de este estudio y dedicaron su valioso tiempo a responder los cuestionarios, sin ustedes no hubiera sido posible.

TABLA DE CONTENIDO

I. INTRODUCCIÓN.....	9
II. MARCO DE REFERENCIA.....	12
1. ANTECEDENTES	12
1.1. <i>Relaciones afectivas en Internet.....</i>	12
1.2. <i>Factores de personalidad y uso de redes sociales</i>	21
2. MARCO CONCEPTUAL DEL ESTUDIO	25
2.1. <i>Comunicación mediada por computadora (CMC) y redes sociales en Internet.....</i>	25
2.2. <i>Red Social Facebook.....</i>	27
2.3. <i>Modelo de los Cinco Factores de la Personalidad</i>	29
2.4. <i>Autoestima</i>	30
2.5. <i>Vínculos afectivos en relaciones de pareja</i>	33
2.6. <i>Alocentrismo Familiar</i>	36
III. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	39
1. <i>Objetivo General.....</i>	40
2. <i>Hipótesis de Investigación</i>	40
IV. METODOLOGÍA.....	42
1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	42
2. PARTICIPANTES	42
2.1. <i>Participantes de Entrevistas Cognitivas</i>	43
2.2. <i>Participantes de Prueba Piloto.....</i>	43
2.3. <i>Participantes de Estudio Definitivo</i>	44
3. CUESTIONARIO.....	47
4. PROCEDIMIENTO GENERAL DE INVESTIGACIÓN.....	50
1. <i>Primera Fase: Creación de instrumento “Índice de relaciones amorosas por medio de Facebook”.....</i>	50
2. <i>Segunda Fase: Entrevista Cognitiva para adaptación de instrumentos.....</i>	50
3. <i>Tercera Fase: Sistematización de entrevistas</i>	51
4. <i>Cuarta Fase: Prueba Piloto</i>	52
5. <i>Quinta Fase: Estudio Definitivo</i>	54
V. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	56
1. CORRECCIONES DE LAS VARIABLES.....	56
2. MATRIZ DE CORRELACIONES.....	57
2.1. <i>Edad</i>	59

2.2. Autoestima	59
2.3. Alocentrismo familiar	59
2.4. Factores de personalidad: extraversión y apertura a la experiencia	60
2.5. Componentes del amor	60
2.6. Uso amoroso de Facebook	60
2.7. Sexo	61
3. REGRESIÓN MÚLTIPLE JERÁRQUICA	62
VI. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	63
1. Extroversión y apertura a la experiencia en relación al establecimiento de relaciones amorosas por Facebook.	63
2. Componentes de la teoría triangular en relación a la búsqueda de relaciones amorosas en Facebook.	66
3. La autoestima en relación a las relaciones amorosas por Facebook.....	67
4. El Alocentrismo familiar en relación al establecimiento de relaciones en Facebook.	69
5. El sexo de los participantes en relación al establecimiento de relaciones amorosas ...	72
VII. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES.....	74
VIII. RECOMENDACIONES	80
IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	82
X. ANEXOS	91
Anexo 1: Consentimiento Informado.....	91
Anexo 2: Cuestionario Definitivo de Investigación	94

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estado civil	44
Tabla 2. Año de carrera cursado	45
Tabla 3. Distribución por Facultades.....	46
Tabla 4. Alfa de Cronbach Índice de Relaciones amorosas	53
Tabla 5. Pruebas de normalidad.....	56
Tabla 6. Matriz de correlaciones de variables	58
Tabla 7. Componentes del modelo de regresión jerárquica.....	62

Espinoza, K. & Rojas, K. (2011). *Establecimiento de Relaciones Amorosas por medio de la Red Social Facebook en una población Joven*. Tesis de Licenciatura en Psicología, Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.

RESUMEN

El uso de redes sociales se ha venido expandiendo en la última década, donde Facebook sobresale como una de las más populares entre la población joven, es debido a esto que se considera dicha herramienta dentro del presente estudio. En este se pretendía indagar la intencionalidad de los usuarios para buscar relaciones amorosas en una red social, los factores asociados a este tipo de “usos amorosos”, así como el tipo de relación amorosa que se pueda llegar a establecer.

Ante la pregunta ¿qué tipo de personas son más propensas a buscar relaciones amorosas en Internet?, la teoría ofrece una gama de aspectos que pueden estar asociados, siendo algunos factores de la personalidad y autoestima de los más relevantes, no obstante, se encuentran posturas incluso contradictorias que involucran dichos elementos. Por un lado, se plantea que las personas que buscan este tipo de vínculos poseen baja autoestima, son introvertidos, carentes de habilidades sociales y ven en la red una oportunidad de lograr lo que no pueden en ámbitos fuera de ella. Otras posturas plantean que el comportamiento en Internet es una extensión de la realidad fuera de ella, es decir, quiénes son más propensos a buscar relaciones amorosas en la red, son personas que en su vida “real” tienen habilidades sociales, son extrovertidas, con pocas inhibiciones y alta autoestima.

Por todo lo anterior, el presente estudio asocia los usos amorosos de la red, con la autoestima, tres de los cinco grandes factores de personalidad (extroversión, neuroticismo y apertura a la experiencia), incorpora además la variable alocentrismo familiar, al considerarse que la cercanía y el tipo de vínculo con la familia puede estar relacionado con el uso de la red.

El presente estudio incorpora la Teoría del amor de Sternberg, con la cual se busca identificar si las relaciones que se puedan llegar a establecer en la red contienen en mayor o menor medida los componentes de pasión, compromiso e intimidad, en comparación con aquellos establecidos en ámbitos reales, y como estos interactúan con los factores de personalidad de extroversión, apertura a la experiencia y neuroticismo, autoestima y alocentrismo familiar, así mismo identificar si se dan diferencias entre hombres y mujeres.

Se aplicó un cuestionario a 250 estudiantes universitarios en edades comprendidas entre los 18 y 24 años. Los resultados encontraron que el uso general de la red para fines amorosos se asoció de forma positiva con Autoestima, y de forma negativa con Alocentrismo. También se encontró que a más alto nivel de Alocentrismo, más bajo resultaba el de apertura a la experiencia.

En cuanto a la extroversión y apertura a la experiencia no se encontró relación con los usos amorosos de Facebook. Ser mujer correlacionó de forma negativa con el uso global de Facebook con motivos amorosos, así como con pasión y compromiso en Facebook. Por otra parte, ser mujer se asoció de forma positiva con los componentes del amor de Sternberg.

Debido a que algunos de los supuestos no fueron confirmados en el estudio, se proponen mejoras para aplicar en futuros estudios, tales como: utilizar una escala de personalidad completa, utilizar una muestra con parejas, lo cual podría arrojar resultados interesantes.

Palabras clave: Teoría de Sternberg, Relaciones amorosas en Internet, Facebook, Alocentrismo, Factores de personalidad, Autoestima.

Director: Dr. Mariano Rosabal Coto.

I. INTRODUCCIÓN

Los productos tecnológicos desarrollados en los últimos tiempos han ido incorporando en las sociedades un gran dinamismo. Es común escuchar en la actualidad acerca de ciberculturas, ciberespacio, multimedia, realidad virtual, entre otros conceptos que hace un tiempo atrás hubieran resultado confusos e impensables, pero que hoy en día se hablan con toda naturalidad. Estas tecnologías han permitido que las fronteras tanto de tiempo como de espacio se vuelvan difusas, ya que las personas pueden conocer y comunicarse con otros a pesar de la larga distancia, en algunos casos viéndose favorecido el anonimato social y desinhibición en la comunicación que se tiene por medio de la web.

Particularmente el aumento vertiginoso de usuarios en las redes sociales hacen que este acontecimiento social tome gran relevancia dentro del área de la investigación, puesto que abren un abanico de oportunidades a sus usuarios, una de ellas es el surgimiento de relaciones afectivas, ya sea de amistad e incluso amorosas, lo cual lleva a cuestionarse si es propiamente la red social que influye, o si hay otros factores individuales implicados, por ejemplo factores de personalidad, autoestima y sexo del usuario, así como el alocentrismo familiar, variable indispensable para conocer el papel que juega la “interdependencia” en el uso o no de Facebook para el establecimiento de relaciones amorosas.

Hay que tener en cuenta que la interdependencia se entiende como el modelo mediante el cual el individuo se concibe como interrelacionado con otros (Greenfield, Keller, Fuligni y Maynard, 2003; Kağıtçıbaşı, 1996 citado en Rosabal, 2012). Por lo que las estrategias de socialización se ajustan a la aceptación de normas y jerarquías, y se ha ligado a contextos rurales.

Debido a lo expuesto anteriormente, es que desde la Psicología se ha intentado comprender si componentes de la personalidad, como extraversión y apertura a la

experiencia, así como autoestima y sexo del usuario influyen en el establecimiento de relaciones de tipo amoroso en Facebook. Del mismo modo, la investigación buscó conocer en qué medida los vínculos que están surgiendo por medio de esta red social, poseen los componentes de intimidad, pasión y compromiso (Sternberg, 1998), y cómo se comportan dichos componentes en la comunicación mediada por computadora. Asimismo, se pretendió conocer si el aloctrismo familiar está relacionado con la conformación de relaciones afectivas de tipo amoroso, mediante la red social Facebook.

Para lo anterior, se utilizó un cuestionario de la teoría triangular del amor que busca conocer el nivel de intimidad, pasión y compromiso en las relaciones de pareja (Sternberg, 1998). Además del “Big Five Inventory (BFI-44)” que tiene la característica de analizar a profundidad los cinco factores de la personalidad, sin embargo, en esta investigación únicamente se emplearon tres escalas (neuroticismo, apertura a la experiencia, extraversión) al encontrarlas más relevantes para los propósitos del estudio.

De igual forma se empleó un instrumento de autoestima y el “Índice de relaciones amorosas por Facebook”, con el cual se buscó conocer los usos específicamente amorosos que los usuarios hacen de la red, los intereses y razones por las que se utiliza, en este sentido, es importante mencionar que los usos amorosos se determinaron teniendo como punto de referencia los tres componentes de Sternberg. Además se aplicó la “Escala sobre Aloctrismo Familiar” para conocer el papel que está tiene dentro de dicho fenómeno social y tecnológico.

Con el fin de abordar la temática planteada, el presente documento presenta el marco de referencia, el cual detalla los antecedentes, el marco conceptual donde se desarrollan los principales conceptos a considerar dentro del estudio, entre los que se encuentran: vínculos amorosos, personalidad, autoestima, redes sociales (específicamente

Facebook), relaciones establecidas por medios cibernéticos y alocentrismo familiar. Seguidamente, se formula el problema de investigación, hipótesis y objetivos del estudio. Así como el apartado de metodología, resultados, análisis, discusión, conclusiones y recomendaciones en torno a la temática en estudio.

II. MARCO DE REFERENCIA

1. ANTECEDENTES

1.1. Relaciones afectivas en Internet

El tema de las relaciones por medio de la Internet ha venido tomando cada vez más importancia en los últimos años; a nivel internacional se han desarrollado estudios que han sido abordados desde distintas disciplinas, como la Filosofía, Comunicación Colectiva, Antropología, Psicología, entre otras. A continuación se presentan los antecedentes que se consideraron pertinentes para la investigación y que analizan aspectos asociados al establecimiento de relaciones amorosas en internet, así como características de las mismas.

En lo que respecta a relaciones amorosas específicamente a través de redes sociales Marshall, Bejanyan, Di Castro y Lee (2012), investigaron la influencia de los estilos de apego como predictores de conductas relacionadas con los celos y la vigilancia a través de Facebook en las relaciones románticas, la muestra fue de 108 parejas heterosexuales, que tuvieran una cuenta de Facebook. La metodología empleada en este estudio consistió en la aplicación de cuestionarios vía electrónica durante siete días. Se utilizaron instrumentos sobre: estilo de apego, calidad de la relación (evalúa la satisfacción de la relación, la confianza, y el amor, así como el compromiso, la intimidad y la pasión según Sternberg), Autoestima, Neuroticismo, Celos en Facebook y un Registro diario donde se evaluó preguntas como "¿Cuántas veces me fijé en la página de Facebook de mi pareja hoy?".

Cabe señalar que la Teoría del apego, entre otras cosas menciona que la intimidad y el compromiso se vive diferente dependiendo del estilo, individuos muy ansiosos desean la cercanía excesiva con su pareja, pero a menudo no experimentan la intimidad y el compromiso tanto como les gustaría. Los resultados indicaron que el apego ansioso se asoció positivamente con los celos causados por Facebook, y el apego evitativo se asoció

negativamente con los celos y la vigilancia en Facebook. La intimidad y el compromiso correlacionaron negativamente (-.10 y -.7) con los celos por Facebook y la vigilancia, pero positivamente con el tiempo que dedican a la red (.08 y .08) y la satisfacción con la relación (.8 y .74). La pasión de los hombres se asoció positivamente con la vigilancia por Facebook. Por su parte las mujeres, eran más propensas a vigilar a su pareja cuando su pasión era baja, pero la pasión de su pareja alta.

De la misma manera Elphinston y Noller (2010) realizaron un estudio en el cual se indagó sobre la relación entre la intrusión de Facebook, los celos en las relaciones románticas y las consecuencias de esto. Se utilizó una muestra de 342 estudiantes universitarios entre 18 y 25 años que estuvieran en una relación, se les aplicó un cuestionario de intrusiones de Facebook, que consta de ocho ítems. En este caso, se entendió la intrusión como la posibilidad que tiene la pareja de observar lo que publica el otro y viceversa, aspecto que está vinculado a la insatisfacción de la relación, a través de comportamientos de vigilancia causado por celos.

Además, el estudio manifestó que Facebook es actualmente uno de los principales medios para mantener una relación, entre otras cosas, por la gran cantidad de tiempo dedicado a éste. Los resultados mostraron que altos niveles de intrusión de Facebook y gran cantidad de horas de exposición afectan negativamente las relaciones románticas, dando lugar a problemas como los celos y la insatisfacción; 91% de los participantes consideraron que han tenido problemas con su pareja por fotos o comentarios que publicaron en sus muros, y 73% aseguraron que constantemente los celos les llevan a observar los perfiles de sus parejas para controlar sus acciones.

Por otro lado, se considera importante tener en cuenta los siguientes estudios, pese a que estos no son específicamente sobre redes sociales, aportan datos importantes para la

presente investigación. Tal es el caso del estudio desarrollado por Mungaray (2009) quien realizó una investigación enfocada en analizar las expresiones de noviazgo y cortejo en la red. Se plantea que los mercados matrimoniales se encuentran asociados con la complejidad de las interacciones y la diversidad de las comunidades emocionales que desde la virtualidad pueden estar influyendo en la variedad de modalidades de formación de pareja.

En dicho estudio se realizaron análisis de hipertextos, considerando los sitios preferidos en los buscadores de información convencionales, y las páginas más utilizadas para buscar pareja. Los resultados indican que el cortejo o noviazgo en las redes se presenta como una coproducción de sentido social con expectativas de trascendencia en una pareja, sin que se suponga la vivencia física. Las expectativas de noviazgo a partir de las expresiones en la red, se basan en la construcción de perfiles reales o imaginarios, como recreación de uno mismo y del otro.

También se plantea la figura esperada del otro a partir de los mensajes vigentes en los puntos de encuentro bajo un supuesto de que se acepta la presentación que se recibe. Se concluyó que la relación derivada de estos entornos de encuentro promueve compartir emociones, y produce un sentido de pertenencia al grupo.

Asimismo, Mungaray (2009) considera que las relaciones a través del Internet tienen la capacidad de generar las mismas clases de pensamientos y emociones que cualquier otra relación, de las cuales surgen secretos, fantasías, entusiasmos, frustraciones y negación. Estas pueden ser tan benéficas o dañinas como las establecidas cara a cara.

En relación al tema, algunos estudios sugieren que en muchas de las relaciones amorosas que inician por medio de Internet y se llevan a encuentros físicos, se consolida una relación estable con la pareja, aunque otras veces pueden sufrirse fuertes decepciones. De lo anterior surge un problema, dado que, las personas depositan en el ser amado una

serie de expectativas desmedidas que pocas veces corresponden a la persona de carne y hueso, y esto genera un riesgo en el momento del encuentro cara a cara, puesto que cuando se conozca a dicha persona y se contraste la realidad con lo imaginado, tal imagen idealizada del otro, podría variar, pues la persona observa el verdadero aspecto físico, lo cual puede condicionar la posibilidad de continuar una relación amorosa.

Por otra parte, Menezes, Ferreira y Guimarães (2008) analizaron las razones por las que usuarios de Internet mantienen una relación virtual, grado de satisfacción de las mismas, y nivel de adicción a la Internet. En cuanto a problemas de interacción social 76% reportaron no tener dificultades y han tenido novios (as) en el entorno social (74%). Se encontró que el 64% había tenido relaciones amorosas virtuales y el 30,6% tenían una relación de amor virtual y no virtual de forma simultánea, además el 64% no percibieron un cambio con respecto a las relaciones virtuales y las reales.

Al mismo tiempo, Toohey (2007) realiza un estudio con el fin de evaluar actitudes y percepciones de estudiantes universitarios hacia relaciones amorosas por Internet. Se parte de la teoría cognitiva social y la teoría de la acción razonada, con base en estas se plantean dos hipótesis: 1) las creencias acerca de las relaciones en línea estarían relacionadas con sus actitudes hacia las mismas, 2) tanto actitudes y normas sociales podrían predecir las intenciones de las personas para formar relaciones amorosas por Internet.

Se realizó una prueba piloto, de donde surgen las siguientes categorías: creencias y actitudes hacia estas relaciones, percepciones de estas relaciones en amigos-familia, experiencia propia de las relaciones. Los resultados en cuanto a las creencias y actitudes permiten ver que las respuestas fueron ligeramente negativas.

En cuanto a las normas sociales, la tendencia también fue negativa, lo cual quiere decir que, en términos generales, consideran que sus amigos o familias desaprobaban el

hecho de que ellos establezcan una relación por Internet. En promedio, los participantes reportaron intenciones muy bajas para formar relaciones en Internet. Se encuentra una alta correlación entre las creencias, actitudes, normas sociales y las intenciones del comportamiento, lo cual tiene aquí especial interés porque la teoría de la acción razonada sostiene que las intenciones de participar en un comportamiento son influenciados por la actitud hacia el mismo y las percepciones de las normas sociales asociadas a éste.

Es pertinente mencionar que hay investigaciones en las que se formula que con el florecimiento y crecimiento de sitios de encuentro se han introducido cambios significativos en relación al proceso de conquista entre hombres y mujeres, sugiriéndose una disminución del cortejo tal y como se entendía anteriormente, dado que los usuarios invierten mucho tiempo y energía en el conocimiento del otro mediante la red, lo que hace que estos se vuelvan más indulgentes cuando se reúnan con la persona (McKenna, 1999, citado en Toohey, 2007).

Por su parte, Levis (2006) menciona que tanto la mirada, la sonrisa, los gestos como los olores del otro revelan que allí donde habían palabras de seducción, de desafío y de cariño existe una persona que posee atractivos y debilidades, así como necesidades y limitaciones, esto implica que fuera de la pantalla la relación comienza a cambiar, ya que una vez que se da el encuentro, la relación en la pantalla no vuelve a ser la misma, aunque se establezca una relación formal de amor (p. 11).

Según Sánchez y Oviedo (2005) los lazos de estas relaciones son efímeros, intensos y pasionales, pero faltos de intimidad e interés, esto lo concluyen de un estudio acerca de las relaciones de pareja por medio del Internet, basándose en la teoría psicoanalítica de Freud. Se parte del supuesto de que las modificaciones de la cultura y sociedad posmoderna dejan su marca en los vínculos de pareja en términos de sus vicisitudes y

transformaciones pulsionales, por lo que retoman aspectos pulsionales, narcisistas, la relación del objeto y el enamoramiento.

Las relaciones por Internet son caracterizadas como “vínculos light” de pareja, con pocas obligaciones, laxitud de ligamen, fácil disolución, inmediatez y despreocupación por el futuro. Aunado a esto, consideraron que en estas relaciones amorosas, el ideal del yo es estimulado activamente, que son más idealizadas y pueden ser más significativas, ya que carecen de elementos yoicos que poseen las relaciones cara a cara.

Ardevol (2005) menciona por su parte que Internet ofrece la posibilidad de una relación “pura”, otros hacen referencia a un platonismo puro, ya que los seres humanos son capaces de establecer vínculos afectivos sólo de palabras. Por otra parte, las sensaciones y sentimientos, experimentados pueden ser tan fuertes como en una interacción física o un sueño.

Hay que tener en cuenta que a pesar de lo común que se han vuelto estas relaciones, aún tienen, como menciona Ardevol (2005), ese sabor a lo prohibido, a lo imposible e inimaginable y lo ridículo de la situación de sentir afecto por un desconocido.

En torno a esto gira una gran discusión, pues se cuestiona la autenticidad de estas situaciones, y se da algo muy interesante, pues la realidad, como dice Ardevol (2005), se tiende a dividir en dos planos: el interior, lo que se siente que la persona verdaderamente es y la realidad física y social: apariencia y máscara, los cuales se perciben en las relaciones por internet como accesorios, ajenos a la verdadera relación.

En términos generales, se visualiza que la Internet influye en múltiples áreas de la vida, incluyendo la amorosa y, tal como indican Sánchez y Oviedo (2005), no es absurdo pensar en una aldea global desarrollada por el Internet, tomando en cuenta que en ésta habrá quienes sufran, disfruten, delinquen, amen o practiquen sexo, todo esto de forma

similar a como sucede dentro de las relaciones “reales”, por lo que el espacio virtual puede mostrar un carácter humano particular de quién está detrás de la pantalla.

Según Gómez, Arvizu y Galindo (2005), si se amplía la idea de lo que sucede con la comunicación mediada por computadora, se tendría una realidad que estaría construida a través de la interacción entre las personas, inclusive entre personas y máquinas. Por lo que se encuentran con personas que son reales y que al mismo tiempo se comunican por medio de dispositivos tecnológicos, lo que permite que se genere un espacio virtual.

Por su parte, León (2004) investiga sobre las interacciones sociales en la red y las implicaciones que tienen éstas para los usuarios. Los resultados indican que las mujeres tendieron a preferir el contacto por la web y confiaron más en sus interlocutores, considerando que son honestos y sinceros. En cuanto a querer conocer a su interlocutor en persona las mujeres manifestaron una ligera ventaja. Por su parte, los hombres procuran establecer más citas y prefieren contar intimidades y expresar sus sentimientos en la red.

También se menciona que en las relaciones amorosas mediadas por Internet las personas se pueden imaginar lo que desean sobre los sentimientos del otro, llegando a pensar que ésta lo comprende perfectamente, sintiendo que se está en la misma sintonía, posibilitando que se revelen los deseos más profundos y sentimientos íntimos (León, 2004).

A diferencia de las investigaciones anteriores en que, carencias de autoestima, afectivas o sociales no son el motivo para buscar una ciberrelación, McKenna, Green y Gleason (2002), realizaron un estudio basado en la teoría de la identidad social, para explicar la importancia que puede tener la Internet en los individuos, y parten de la premisa de que esta les permite expresar y revelar su verdadero ser (mi real), mientras que los que se expresan mejor y dan a conocer estos aspectos de sí mismos en relaciones fuera de Internet, no lo necesitan para la formación de su identidad. En un primer momento, los

resultados permiten ver que, la búsqueda del “verdadero ser” en la Internet, fue significativamente más importante en las personas con problemas en las interacciones sociales, baja autoestima, altos niveles de ansiedad y soledad, quienes utilizan la Internet para desenvolverse en sus diferentes facetas.

Además, se encuentra que las personas expresaban facetas en Internet que no podían manifestar abiertamente en otras áreas de su vida; a su vez entablaban más rápido relaciones por medio del internet que de otras formas. El segundo momento de la investigación se llevó a cabo dos años después, donde se indagó cuantas relaciones por Internet habían tenido los participantes y su prevalencia, de la población de 568, se encontró que un 75% de las relaciones se mantuvieron.

Por otra parte, McKenna et al. (2002) mencionan que debido a que las relaciones desarrollan cercanía e intimidad significativamente más rápido en Internet que cara a cara, ya sea porque hay mayor facilidad de auto-revelación, anonimato, así como la fundación de la relación sobre bases más sustantivas, factores más profundos, intereses comunes, entre otros, sería de esperar que sean más estables en el tiempo y capaces de sobrevivir mejor a una reunión cara a cara, cuando las características de sincronización entren en operación.

A la hora de entablar una relación amorosa por Internet aspectos como la apariencia física, habilidades sociales, carisma que a menudo influyen en la posibilidad de relacionarse cara a cara, pasan a segundo plano, y cobra más importancia entre otras cosas, la habilidad de la escritura, y de presentarse a sí mismo, esto ofrece la posibilidad de entablar una relación, prácticamente en igualdad de condiciones. Al respecto las investigaciones han demostrado el fuerte impacto que estas características tienen en las primeras impresiones y en la determinación de si una amistad o relación romántica comenzará entre dos personas (Hatfield y Sprecher, 1986, citado en McKenna et al., 2002).

Hay que destacar que diversos estudios han hecho una distinción con respecto a la realidad virtual y real, no obstante, Echeverría (2000) menciona que:

Cuando algo comienza a ser tecnológicamente factible deviene real pues, (...) a pesar de que necesitemos un cierto tipo de tecnología para entrar en esta clase de “mundos virtuales”, los sentimientos y sensaciones que en ellos emergen son iguales a los que se pueden tener fuera de ellos, ya que debemos tener en cuenta que no es lo mismo “artificial” que “irreal”. De hecho podemos decir que lo virtual es muy real, puesto que nos permite actuar sobre la realidad” (p. 29).

Finalmente, Peris, Gimeno, Carrero y Sanchiz (2000) realizaron un acercamiento al tema de las relaciones interpersonales en el ciberespacio, el tiempo dedicado y características de personalidad que pudieran estar asociadas a las personas que tienen este tipo de contactos. La muestra utilizada estaba compuesta por 32 mujeres (48,5%) y 34 hombres (51,5%), la edad media es de 36,8 años. Los resultados muestran que el 13,6% han conocido a su actual pareja en el ciberespacio. El 51,5% ha establecido alguna ciberrelación amorosa. Para el 30,3% las ciberrelaciones sentimentales son de igual importancia que las establecidas cara a cara. En el 30,6% la relación duró 6 meses, en el 41,7% 1 año, en el 16,7% año y medio, el 5,6% 2 años, el 2,8% 3 años y el 2,8% 4 años. En el 74 % de los casos se vieron personalmente y el 25,6% no lo hicieron. Este estudio concluye que la búsqueda de ciberrelaciones no se debe a una carencia afectiva o social sino a una ampliación de los canales habituales de comunicación.

1.2. Factores de personalidad y uso de redes sociales

Por otra parte, se encontraron antecedentes que vinculan los factores de personalidad con el uso de redes sociales como medio de comunicación y herramienta para establecer vínculos, ya sea de amistad o amorosos, estos se señalan a continuación.

Gosling, Augustine, Vazire, Holtzman y Gaddis (2011) analizaron desde el modelo de los cinco factores, la influencia de la personalidad en el uso de redes sociales, (incluyendo Facebook) e información observable en el perfil, para lo cual aplicaron a una muestra de usuarios de esta red social un inventario de personalidad y un auto-reporte de conductas relacionadas con el uso de Facebook.

En sus resultados obtuvieron que la extroversión predijo no solamente la frecuencia de uso de Facebook, sino también la participación en el sitio, ya que los extrovertidos mostraron los niveles más altos de actividad en Facebook. Al igual que en contextos fuera de línea, los extrovertidos buscan el contacto social virtual, que se refleja en largas listas de amigos, más relaciones afectivas y mensajes recibidos. Según los autores estos resultados sugieren que las redes sociales en lugar de ser una compensación para los introvertidos donde tienen más oportunidad de relacionarse, constituye más bien una extensión de la personalidad que se da en el ambiente “offline”, es decir, quienes tienen altos niveles de extroversión también se desenvuelven más en las redes sociales.

En un estudio bastante similar al anterior, Ryan y Xenos (2011) investigaron cómo la personalidad influye en el uso de Facebook, sin embargo, la muestra incluía tanto usuarios como no usuarios, que en total eran 1.324, entre las edades de 18 y 44 años. Todos los participantes debían completar el Inventario de los cinco grandes (BFI), el Inventario de Personalidad Narcisista (NPI-29), la Escala de Timidez Revisada (RCBS), y la escala de soledad social y emocional para Adultos-Versión corta (SELSA-S). Los usuarios de

Facebook también completaron un cuestionario de usos de Facebook. Los resultados mostraron que los usuarios de Facebook tienden a ser más extrovertidos y narcisistas, pero con menos conciencia social y más solitarios, que los no usuarios. Además, la frecuencia de uso de Facebook y las preferencias por características y herramientas correlacionaron negativamente con altos niveles de neuroticismo, soledad, timidez.

Asimismo, Wise y Willians (2011) indagaron la influencia de factores de personalidad en el uso de Facebook como medio de interacción social, se aplicó a una muestra de 396 personas, el FQ para medir los usos de Facebook, el cual es un cuestionario de 28 ítems desarrollado por Ross et al. (2009) cuya investigación se mencionó anteriormente, así como el Inventario de Personalidad de Australia (API), basado en el modelo de los “Big five”, ambos aplicados en línea. A diferencia de la investigación anterior, los resultados indicaron que tanto aquellos con calificaciones altas en neuroticismo como extraversión tenían más amigos en Facebook y pertenecían a más grupos que los de puntuación baja en estos rasgos, sin embargo, estudiantes con altos puntajes en neuroticismo a pesar de pasar más tiempo en Facebook y pertenecer a más grupos, publicaron menos fotos que los de baja puntuación, a diferencia de los más extrovertidos que publicaban más fotos de sí mismos y eran más propensos a revisar su muro más de una vez al día.

Además, estudiantes con calificaciones altas en el factor “conciencia” pasaron menos tiempo en Facebook, tenían menos amigos, establecían menos relaciones afectivas, pertenecían a menos grupos y habían publicado menos fotos en Facebook que los de baja puntuación en “conciencia”.

Por su parte, Orr, Sisic, Ross, Arseneault, Simmering y Orr (2009) realizan un estudio, que vincula el modelo de los cinco factores de la personalidad y las motivaciones, con el uso que se le da a Facebook. Se aplicó el NEO-PI-R y la escala de autoreporte FQ (creada por los autores) que contiene 28 ítems y mide el uso básico de Facebook, las actitudes hacia Facebook y la información relativa a la publicación de información personal en una muestra de 97 universitarios. Se encontró que las personas con puntuación alta en extraversión informaron su pertenencia a muchos más grupos en comparación con las de baja extraversión, contrario a lo que se esperaba, la extraversión no se relacionó significativamente con el número de amigos, tiempo pasado en línea o el uso de las características comunicativas. Neuroticismo no estuvo relacionado con la publicación de identificación personal ni el uso de características de comunicación de Facebook. Contrariamente a las hipótesis, los factores Amabilidad y Apertura a la experiencia no estaban correlacionadas con las características del uso de Facebook.

A nivel nacional no se encontraron antecedentes referentes al tema, sin embargo, Pérez, Rumoroso y Brenes (2009) realizaron una investigación sobre “El uso de tecnologías de la información/comunicación y la evaluación de sí mismo en adolescentes costarricenses”. Entre los resultados se presentó que el uso de la música, videojuegos y televisión tendía a favorecer la integración social y autoevaluación positiva.

Se debe destacar que no se han realizado estudios específicos acerca del tema en cuestión, a pesar de que se han elaborado trabajos en aras de comprender el fenómeno de los medios masivos de comunicación y/o específicamente del Internet, por lo que la presente investigación ha sido pertinente para responder a una serie de interrogantes referentes a la manera en la que es entendido el fenómeno de las relaciones amorosas por medio de la red social Facebook, y como la personalidad y el uso amoroso que se hace de la

red, así como el alocentrismo familiar y el sexo del usuario va a influir o no la formación de relaciones afectivas en la web.

Aunado a lo anterior, las investigaciones han demostrado que no hay un consenso teórico acerca del tema, dado que algunos consideran que las ciberrelaciones no se deben a una carencia afectiva o social sino a una ampliación de los canales habituales de comunicación, sin embargo, otros opinan que la mayoría de personas expresan facetas en la Internet que no podían expresar fuera de ella, logrando entablar más rápido relaciones por este medio que de otras formas.

2. MARCO CONCEPTUAL DEL ESTUDIO

2.1. Comunicación mediada por computadora (CMC) y redes sociales en Internet

Para López, Canabal, Gago, Pereira, Fariña y Limia (2007) la década de los 90 se caracterizó por una eclosión generalizada de diferentes acontecimientos sociales y tecnológicos que previeron la extensión de las pautas de comunicación y agrupamiento social (redes sociales) por medio de Internet. Castells (1997) hizo referencia a las sociedades horizontales, a través de las cuales se conformaban nuevos lazos entre individuos, caracterizándose por tener menos restricciones y limitaciones territoriales que hasta ese momento marcaron los mecanismos de asociación humana.

En Costa Rica el estudio realizado por la Unidad de Investigación y Mercadeo (UNIMER) (2009), encontró que para el año 2000 un 19% de los costarricenses había utilizado Internet al menos en una ocasión, y para el 2009 poco más de un millón de personas (39%) tenían acceso a Internet regularmente, es decir que se pasó en estos nueve años de 424 mil usuarios a 1.2 millones de usuarios. Esta investigación menciona que, en el país hay aproximadamente 504 mil usuarios “heavy” de Internet, los cuales destacan por: ser más hombres que mujeres, más personas de 25 a 49 años, de nivel alto, con educación universitaria y trabajo remunerado, residentes de zonas urbanas.

En relación a las redes sociales se reportó que esta es la segunda razón por la que las personas acceden a Internet. Cerca de 600 mil personas entraron a redes sociales en los últimos 12 meses (2008 y 2009), se encontró que hay más presencia de mujeres, más personas de 18 a 24 años, similares proporciones por nivel socioeconómico y escolaridad, un poco más de personas sin trabajo remunerado y similar proporción en zona urbana o rural.

Continuando con lo anterior, se considera que el desarrollo acelerado del Internet y el surgimiento del chat como medio de comunicación da origen a las comunidades virtuales, ya que éste es uno de los principales facilitadores para el establecimiento de relaciones sociales y amorosas. Se entiende por comunidad aquel subgrupo social que comparte temas de interés y se encuentra cohesionado por la empatía mutua de sus miembros, produce entre ellos una proximidad virtual, pero éstos no siempre llegan a conocerse personalmente, siendo estas comunidades invisibles incluso para las mismas personas que forman parte de ellas y que se encuentran unidos únicamente por la comunidad escritural (Gubern, 1999; citado en León 2004).

Laire (2001; citado en Cárcamo y Nesbet, 2008) manifiesta que la mensajería instantánea como fenómeno comunicativo es fruto del contexto tecnológico que ve cómo se está desarrollando al máximo la abstracción de las relaciones sociales, disminuyendo las relaciones establecidas cara a cara que al parecer se vuelven cada vez más innecesarias.

Las redes sociales en Internet han sido promovidas por los blogs y la web 2.0, que propicia un sistema abierto de comentarios que la mayoría de los weblogs incorporan, esto facilita a los lectores convertirse en emisores e iniciar una conversación al amparo de las palabras iniciales del autor, ya que “los bloggers acaban por construir una red comunicativa estable entre ellos, creando subcomunidades vinculadas a través de sus listas de enlaces – blogrolls-, o mediante la integración en directorios colectivos como Blogaliza” (López, Canabal, Gago, Pereira, Fariña, Limia, 2007, p. 1344). Esto favorece el uso de los hiperenlaces que producen el surgimiento de la “estructura de la blogosfera: una arquitectura emergente, sedimentaria y dinámica que organiza el espacio de los blogs” (Estalella, 2005; citado en López, Canabal, Gago, Pereira, Fariña, Limia, 2007).

García (2007) define a una red social como “un sitio en el que usted, después de crear una cuenta de usuario, puede colgar o publicar sus fotos, videos, eventos, podcast, correos electrónicos, opiniones y foros entre cientos de opciones más, para compartirlos luego en un grupo suyo, específico, con sus amigos, familiares y conocidos, unidos todos por unos mismos intereses y gustos” (p.1).

Las herramientas que proporcionan en general las redes sociales en Internet son: actualización automática de la libreta de direcciones, perfiles visibles, capacidad de crear nuevos enlaces mediante servicios de presentación y otras maneras de conexión social.

2.2. Red Social Facebook

El desarrollo del Facebook se ubica en el 2004, convirtiéndose en la actualidad en un fenómeno mundial dentro de las redes sociales, al tener una gran cantidad de miembros activos y al ser uno de los sitios web con una mayor cantidad de tráfico en Internet. Este permite la creación de perfiles, el compartir fotos, videos, así como la publicación de mensajes y actualizaciones de estado en el muro, esta naturaleza interactiva hizo que el Facebook se convirtiera en una popular interfaz para ver y ser visto. Al respecto, investigaciones recientes mencionan que los usuarios de esta red buscan mantener vínculos con los actuales contactos en línea (en vez de hacer nuevos amigos), mantenerse en contacto con viejos amigos, mantener relaciones con personas que no se ven a menudo (Tom y Walther, 2011).

Tom y Walther (2011) mencionan que los mensajes que se dan a través del Facebook van desde un simple “hola” hasta mensajes de aliento o que buscan coordinar reuniones en contextos físicos, es decir, cara a cara. Esto ha posibilitado que el Facebook esté siendo utilizado para actividades de mantenimiento de relaciones, inclusive se resalta

el potencial de Facebook como herramienta que podría posibilitar el mantenimiento de la paternidad y maternidad, al permitir que estos se conecten con sus hijos.

Asimismo, Ricaurte (2008) menciona que Facebook posibilita la construcción de la afectividad y de la emoción por medio de recursos visuales, auditivos y textuales, la articulación de los mismos permiten la construcción de códigos de intercambio emocional y afectivo. Esto se logra a través del intercambio de contenidos visuales y audiovisuales como: fotos, vídeos y música, aunado a esto se da la oportunidad de etiquetar una foto y por ende interactuar con los amigos. Además permite la declaración textual del estado de ánimo del usuario y emplear aplicaciones que ofrecen regalos, abrazos, besos, entre otros.

Por otra parte, Facebook surge como una interfaz en el ámbito universitario, por lo que está asociada a un uso restringido y de cierta manera selectivo al permitir que el usuario decida quién puede ver sus publicaciones, fotos, entre otros. Hay que tener en cuenta que, ésta es actualmente una red abierta que permite manejar la privacidad y el acceso a la propia información, lo cual le permite a los usuarios cerrar el círculo social solamente a aquellas personas que conoce, por esto se considera que el uso de Facebook reproduce las jerarquías sociales.

Pocas investigaciones se han centrado en las conductas de mantenimiento de relaciones de comunicación mediada por ordenador entre la pareja. La comprensión de cómo las parejas románticas utilizan CMC (Comunicación mediada por computadora) para mantener relaciones puede ayudar a los investigadores a determinar el papel de la tecnología en el mantenimiento de relaciones (Tom y Walther, 2011).

2.3. Modelo de los Cinco Factores de la Personalidad

Se habla del Modelo de Cinco Factores o Modelo de los Cinco grandes, la principal diferencia es que el quinto factor es llamado Inteligencia e Imaginación por los seguidores de los Cinco Grandes, mientras que desde los Cinco Factores se conoce como Apertura a la experiencia (John y Srivastava, 2008 citado en Navarro, 2010). Para efectos de la presente investigación se empleará el término basado en los Cinco Factores, cabe destacar que sólo se emplearán tres de las cinco escalas de este modelo, por lo que se hará alusión a lo largo del estudio a factores específicos de la personalidad, los cuales se presentan a continuación:

- Extraversión

Esta dimensión es la que caracteriza a personas altamente sociables, amigables, entusiastas, optimistas, que disfrutan de interactuar con otros, y suelen estar llenos de energía. Así mismo también incluye el gusto por la excitación, la aventura, nuevas experiencias. El polo introvertido no es lo opuesto de la extraversión, sino que se concibe como la ausencia de extraversión, es decir, que personas introvertidas suelen ser reservadas, calmadas, prefieren estar solos pero no por ansiedad social.

En términos generales, las personas extrovertidas e introvertidas son según Catell (1980, citado en Watson y Clark 1997), simpáticas vs distanciadas, dominantes vs sumisos, entusiastas vs taciturnos, aventurosos vs tímidos, socialmente desenvueltos vs autónomos (p. 771).

- Apertura a la experiencia

La apertura es una constelación de rasgos con manifestaciones cognitivas, afectivas y conductuales, y a su vez incluye sofisticación cultural e imaginación. Ha sido asociado a

elementos cómo son la imaginación activa, la sensibilidad estética y artística, la atención a las vivencias internas, curiosidad intelectual e independencia de juicio. El individuo abierto es original e imaginativo, curioso por el medio externo e interno, con vidas experiencialmente más ricas e interesados por ideas nuevas y valores no convencionales.

Además la “necesidad por la variedad, tolerancia por la ambigüedad y preferencia por la complejidad representan aspectos motivacionales de la apertura, además las personas abiertas pueden ser caracterizadas por sus actitudes no tradicionales, sus ricas y complejas vidas, así como su comportamiento flexible” (McGrae y Costa, 1997; p 832).

- Neuroticismo

Es la dimensión que contrasta el ajuste o estabilidad emocional con el desajuste o inestabilidad. La persona con rasgos neuróticos tiende a experimentar ansiedad, miedo, vergüenza, rabia, y a pesar de que el Neuroticismo no implica sólo emociones negativas que interfieren con la adaptación, de este modo las personas con alto Neuroticismo suelen tener ideas irracionales y dificultades para enfrentar situaciones de estrés. Por su parte las personas con bajos niveles son calmadas, y no pierden fácilmente el control.

2.4. Autoestima

De acuerdo a López, Pérez y Sales (2001) la autoestima se puede entender como el sentimiento de aceptación y aprecio que se tiene hacia sí mismo, esto involucra el sentimiento de competencia y valía personal. Hay que tener en cuenta que el concepto que se tiene de sí mismo no es heredado sino aprendido, puesto que se realiza una valoración del propio comportamiento y de la asimilación e interiorización de la opinión de los demás con respecto a uno mismo.

Por ende, la autoestima se reconoce como uno de los indicadores del desarrollo personal fundado en la valoración, ya sea positiva, negativa o neutra, que cada persona hace de sus características físicas, cognitivas y psicológicas (Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala, 2010).

La baja autoestima se ha relacionado también con la adicción a Internet, comprobando que ésta es un buen predictor de dicha adicción, aumentando también el tiempo invertido en línea. No obstante, la relación entre ambos no es clara, ya que la baja autoestima puede ser más bien una consecuencia de la adicción más que una causa de ella, es decir, que el empleo de Internet puede convertirse en una escapatoria, pero al mismo tiempo se puede pensar que el uso excesivo del Internet ocasiona que las personas se aíslen, lo que posteriormente afectará la capacidad para socializar en un contexto real (Armstrong, Phillips y Salin, 2000 citado en Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala, 2010).

De igual forma, Navarro y Jaimes (2007) indican que la baja autoestima es uno de los factores de riesgo en la adicción al Internet, ya que si las personas tienen una mala opinión de sí mismas y poseen algún nivel de fobia social podrían encontrar en el Internet una alternativa de socialización, dado que en ella no tienen las inhibiciones que experimentan cuando interactúan cara a cara, por lo que se considera que estas personas serían más susceptibles a la adicción.

Lo anterior indica la importancia de indagar acerca de la participación de la autoestima en el establecimiento o no de relaciones amorosas por medio de redes sociales, para tales efectos “Facebook”.

Asimismo entre ambos constructos (autoestima y factores de personalidad), se han encontrado importantes relaciones, existen trabajos que han hallado una fuerte relación.

Por ejemplo, autores como Watson, Suls, & Haig, (2002), encontraron un fuerte vínculo entre la autoestima y el factor neuroticismo, no obstante, se ha sugerido que éste vínculo se explica porque la autoestima resulta a partir de un rasgo de orden inferior de ese factor, una forma de verlo es que los individuos con altos niveles de neuroticismo tienden a experimentar una visión negativa del mundo, lo que a su vez impacta en la percepción negativa que tienen de ellas mismas.

Por otra parte, diferentes estudios encuentran una asociación moderada entre la extraversión y la autoestima (.30 r .37) (Erdle et al., 2009; Zeigler-Hill, Besser, Myers, Southard, & Malkin, 2012), los autores suponen que las personas con buena autoestima por lo general son más sociables y experimentan emociones más positivas, lo que es característico de las personas extrovertidas, acá entra en juego el factor de apoyo social y el afecto positivo, el grado alto de optimismo conlleva a los extravertidos a obtener una mayor aceptación social, esto a su vez podría verse asociado a la intención de buscar vínculos afectivos por medio de redes sociales, ya que se sienten más seguros y optimistas de obtener buenos resultados.

No obstante, el vínculo entre la autoestima y el factor apertura a la experiencia resulta débil, de acuerdo a Erdle, Gosling, & Potter, (2009) por lo que los autores discuten si habrá efectivamente relación entre ambos constructos, de manera que partiendo de esta premisa podría considerarse que el hecho de interesarse por nuevas experiencias no va acompañado de la seguridad y satisfacción en sí mismo, sino más de curiosidad y búsqueda de nuevas sensaciones y experiencias.

2.5. Vínculos afectivos en relaciones de pareja

Como se ha mencionado previamente en la sociedad actual han surgido nuevas modalidades para establecer relaciones de pareja, esto debido al proceso de modernidad, dado que se han venido incorporando tendencias más individualizadas. Hay que considerar que, la concepción de las relaciones de pareja se va transformando cuando hay una transformación a nivel social y cultural. Celorio (2009), al respecto señala que:

Las formas de buscar amor y construir parejas, matrimonios y familias están siendo traspasadas en la sociedad global de consumo por la revolución digital, basada en la globalización del capitalismo y telecomunicaciones, en particular en el desarrollo de Internet, el cual, podría ser una espacialidad político-cultural que reproduce las condiciones del (neo)capitalismo, ofrece también nuevas y distintas formas de interacción y agregación social, y con ello brinda oportunidades de vinculación afectiva y emocional que transgreden la localidad y reafirman la globalidad.

Se considera que los vínculos de pareja que surgen en contextos cara a cara no son tan disimiles a los establecidos por Internet, dado que actualmente las personas se están enamorando, amando y creando vínculos con personas que conocen por medio de la web.

Para el abordaje de esta investigación y alcance de los objetivos propuestos, se entenderá por relación amorosa aquella en la que están presentes los componentes de la teoría triangular del amor de Robert Sternberg, debido a la utilidad práctica que posee, estos se describen a continuación:

1) *Intimidad* implica compartir sentimientos, confiar, sentirse acompañado y saber que el otro comparte los mismos intereses para la relación. También se presenta un deseo

de promover el bienestar de la otra persona, proporcionando respeto, comunicación y apoyo. La intimidad es el factor que supone la comprensión mutua de que se va a recibir el apoyo en el momento que se necesite (Sternberg 1998).

2) *Pasión* es el estado de intenso deseo de unión con la otra persona, y la expresión de necesidades y deseos, tales como autoestima, entrega y satisfacción sexual, el romance y la excitación.

3) *Compromiso* tiene que ver primero con la decisión de estar al lado de la otra persona, apreciarla y segundo es un compromiso a largo plazo, en donde se toma la decisión de mantener esa relación (Sternberg, 1986, citado en Cooper y Pinto, 2008).

Según Sternberg (1998), las relaciones afectivas van a estar definidas tanto por la intensidad como por el equilibrio de los elementos mencionados, y por tanto los triángulos variarán en tamaño y forma, definiéndose así cuánto y cómo se siente una persona con respecto a otra y la relación que han formado. Para éste autor, el éxito de una relación y su sostenimiento en el tiempo parece estar mucho más vinculado a la sensación de equilibrio, entre estos elementos, lo que se espera recibir en el plano afectivo y lo que se percibe que realmente se está recibiendo (Sternberg, 1986).

Lo ideal sería que los tres elementos estuvieran en igual magnitud y bien desarrollados, pero en la práctica resulta difícil debido a que la intensidad de cada uno va a variar dependiendo de la persona y de la relación, dando origen a diferentes tipos de “triángulos del amor”, dependiendo de cuales elementos se conjuguen con más fuerza, tal caracterización, es presentada a continuación:

1) *Cariño-simpatía (solo intimidad)*: Experiencia de intimidad desprovista de pasión y compromiso. Las emociones y apasionamiento son tenues, pueden faltar por completo. Es sentirse cerca y conectado con alguien, sin sentir pasión física ni involucrarse a largo plazo.

2) *Amor “loco” (encaprichamiento-solo pasión)*: Prevalece la pasión, se caracteriza por un alto grado de despertar físico. Tiende a desaparecer tan rápidamente como apareció. Las fantasías en las que se sustenta pueden llevar a veces a crear relaciones más sólidas.

3) *Amor vacío o infecundo (sólo compromiso)*: Compromiso, en ausencia de pasión e intimidad. Tiende al aburrimiento, no fomenta crecimiento personal en pareja. Está más cerca de un contrato que del amor como se entiende normalmente. Se ve frecuentemente al final de relaciones largas, donde se pierde la comunicación emocional y la atracción física.

4) *Amor romántico (Intimidad y Pasión)*: Vinculados tanto por lo físico, como emocionalmente. El compromiso no necesariamente está presente. Los amantes tienden a considerar que la permanencia es improbable, imposible, o sólo un tema al que habrá que enfrentarse en el futuro (caso de los amores “imposibles” o extraconyugales). A veces comienza con pasión que lleva a un acercamiento que genera intimidad. También puede resultar de una amistad íntima luego de la cual surge la pasión.

5) *Amor sociable o de compañía (Intimidad y Compromiso)*: Un ejemplo se ve en matrimonios en los que se ha compartido la vida pero la pasión se ha ido, quedando un gran cariño y compromiso por la pareja. Se encuentra en la familia y en los amigos profundos, que pasan mucho tiempo juntos en una relación sin atracción sexual. Se parece a una amistad comprometida de largo alcance. La opinión difiere con respecto a qué tanto satisface esta relación las necesidades de la gente.

6) *Amor fatuo (Pasión y Compromiso)*: Carece del suficiente conocimiento mutuo. En gran manera deviene en separaciones y divorcios, cuando los intereses personales se contraponen a los de la relación. Y la pasión declina y el compromiso no crece.

7) *Amor consumado: Intimidad, Pasión y Compromiso*: Es el más estable, satisfactorio, representa la relación ideal que todos quieren conseguir pero pocos logran. (Sternberg, 1986, 1998; Pinto, 2008).

Otro aspecto interesante que planteó Sternberg, es la relación que existe entre triángulos reales y triángulos ideales, ya que no solo existe el triángulo representativo de la relación, sino el esperado o ideal, es decir, cada persona cuenta con una historia personal sobre la relación amorosa, pero tiene también una concepción de la historia que comparte con su pareja. Esta historia puede coincidir o no con la historia individual y, por supuesto, los miembros integrantes de la pareja pueden tener concepciones diferentes sobre la misma” (Sternberg, 1998, citado en Barrios y Pinto; 2008).

2.6. *Alocentrismo Familiar*

Además de los factores de personalidad y autoestima, se propone el alocentrismo familiar como variable indispensable para conocer el papel que juega la familia en el empleo o no de la red social Facebook para vincularse afectivamente con otras personas. Esta variable fue estudiada por Lay, K., Waters, E., Posada, G., & Ridgeway, D, (1995), validada y confirmada como dimensión culturalmente sensible en el contexto costarricense en Rosabal, (2004); Jaikel, (2010); Rodríguez, (2010); Duran, (2012).

Se considera alocentrismo como una fuerte identificación y apego de los individuos con su familia nuclear y extensa, donde se desarrollan fuertes sentimientos de reciprocidad, lealtad y solidaridad entre sus miembros (Triandis et. all, citado en Sabogal et. all, 1987).

Al mismo tiempo, se menciona el término “familismo”, característica que es común en el colectivo latinoamericano, en donde se refuerzan las relaciones interdependientes, puesto que involucra aspectos como lealtad, reciprocidad y solidaridad. Aunado a esto, se

menciona que este fenómeno se visualiza en relaciones cercanas, en familias extensas y en amigos cercanos que se conciben como “co-parientes” y “compadrazgo” que se presenta en culturas alocéntricas latinoamericana (Marín y Van Oss, 1991, citado en Zubieta, Fernández, Vergara, Martínez y Candia, 1998).

En algunos estudios realizados en torno al parentaje, se ha encontrado que las creencias parentales costarricenses valoran dimensiones sociales en el desarrollo del niño (a), lo cual caracteriza a contextos sociales de orientación social cultural de interdependencia (Rosabal-Coto, 2012). Estas se encuentran fundamentadas en valores sociales que también muestran una clara orientación a la interdependencia (Rosabal-Coto, 2004). Se determinó que existe una tendencia entre las familias costarricenses a promover más control sobre sus niños (as), interpretando que esto retrasa las metas, la adquisición de competencias de independencia y autonomía. Se encontró predominancia de atributos pasivos, como los que están ligados a la deseabilidad social, mientras que la autonomía y/o competencias individuales no son tan valoradas (Rosabal 2004).

Por su parte, Pérez (2001, citado en Rosabal 2004) en un estudio intercultural determinó que los adolescentes costarricenses muestran más tendencia a tener *dependencia emocional y social* en sus familias, mientras que los jóvenes alemanes se enfocaban más en su grupo de pares y/o amigos. Tanto el alocentrismo familiar como el alocentrismo endogrupal aparecen como intereses centrales en el contexto costarricense, lo cual se acerca a la dimensión de la orientación social a la interdependencia, predominante en el contexto latinoamericano. Asimismo las competencias de sociabilidad se presentan como metas marcadas en las figuras parentales y de crianza, mientras que la capacidad de logro y autonomía no destacan entre las preferencias parentales (Rosabal, 2004).

A pesar de que en Costa Rica se manifiesta una varibilidad cultural en cuanto al constructo independencia-interdependencia (Kagiticibasi, 2007, Rosabal-Coto, 2004) presenta un panorama ampliamente mezclado, tendiendo a una predominancia de la orientación social hacia la interdependencia (Rosabal, 2004). Existe una preocupación sobre la estructura de la familia y sus lazos, así como los valores relacionados con las competencias sociales y de sociabilidad, al igual que la marcada tendencia a la deseabilidad social. No obstante, coexisten en la misma cultura tendencias a la orientación hacia la independencia como a la interdependencia que son marcados por la misma cultura e interacción social del costarricense (Rosabal, 2004, Jaikel, 2009, Durán 2012).

Durkin, (1995, citado en Jaikel 2009) observó que individuos particularmente dependientes de sus amigos(as) en realidad compensan la falta de soporte emocional de su casa, de manera que la falta de soporte emocional y aceptación por parte de sus padres no les permite a los jóvenes lidiar de manera más segura con el proceso de individuación. Caso contrario sucede cuando los padres emplean métodos de crianza más positivos, donde la atmósfera que reina en las casas es de comprensión y conduce al desarrollo personal, ya que los adolescentes aprenden a valorarse a sí mismos así como establecer mejores relaciones con los pares.

III. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En la actualidad, cada vez es más común que las personas busquen las redes sociales como medio para socializar y entablar relaciones amorosas de tipo amistoso o amoroso. Esto ha despertado gran interés dentro de la investigación, buscando comprender el fenómeno y los cambios e implicaciones que esto podría traer. La revisión de antecedentes permite identificar posiciones que se contraponen entre sí, y a su vez plantean interrogantes en torno al tema y cómo se está desarrollando en la sociedad costarricense. Algunos concluyen que estas relaciones son producto de carencias sociales, afectivas, físicas o de autoestima, y que a su vez está provocando aislamiento y pérdida de interés en establecer relaciones “reales”, o que la red en general dificulta conllevar una relación debido a factores negativos como celos por el comportamiento de la pareja en la red y de sus contactos, por otro lado, están los que argumentan que la Internet ayuda a ampliar las redes, formar relaciones estables y fortalecer los vínculos amorosos una vez establecidos (León, 2004).

Por otra parte, estudios sobre personalidad y Facebook han encontrado relación entre extraversión, amabilidad y apertura a la experiencia, con la cantidad de amigos en la red, el establecimiento de relaciones afectivas, el tiempo de uso y las aplicaciones utilizadas.

Debido a todo lo anterior, y al poco abordaje que se ha dado al tema específicamente en Costa Rica, es que se consideró importante investigar cómo las características individuales, tales como extraversión y apertura a la experiencia (factores de la personalidad), autoestima y sexo, así como características macrosociales, en este caso el alocentrismo familiar (como indicador de inclinación hacia la interdependencia), va a

influir en la decisión de buscar y mantener o no relaciones afectivas de tipo amoroso por medio de Facebook. Para tales efectos el estudio se realizó en estudiantes universitarios (18 a 24 años) del área metropolitana. Según estudios de UNIMER (2009) las personas entre este rango de edad emplean el Internet con más frecuencia.

Además, se buscó desde la Psicología tener una comprensión acerca de las relaciones amorosas que se dan por medio del Internet y los niveles de intimidad, pasión y compromiso que se presentan en estas relaciones, esto desde la teoría triangular del amor de Sternberg.

Por lo tanto la pregunta o problema de investigación del presente estudio es: ¿Qué papel juegan las variables autoestima, alocentrismo familiar, sexo y factores de personalidad de extroversión y apertura a la experiencia en la tendencia a buscar relaciones amorosas en Facebook?

1. Objetivo General

Determinar la influencia de las variables de autoestima, alocentrismo familiar, sexo y factores de personalidad, con respecto a la tendencia a establecer relaciones amorosas a través de la red social Facebook a partir de la Teoría del amor de Sternberg.

2. Hipótesis de Investigación

- a. Las personas que tienen rasgos de personalidad extrovertida tienen mayor tendencia a establecer relaciones amorosas por medio de la red social Facebook.

- b. Las puntuaciones altas en apertura a la experiencia correlacionan de forma positiva con mayor uso del Facebook para actividades de carácter amoroso (índice de relaciones amorosas).
- c. Puntuaciones bajas en Neuroticismo correlacionan positivamente con el uso de la red social Facebook para actividades de tipo amoroso.
- d. Las mujeres con tendencia a buscar relaciones de tipo amoroso por Facebook, están más orientadas hacia el componente de intimidad y compromiso según la teoría de Sternberg, mientras que los hombres se inclinarán más hacia el componente de pasión.
- e. Las personas con baja autoestima presentan bajos niveles de intimidad, pasión y compromiso en las relaciones amorosas por medio de Facebook.
- f. Las personas con niveles mayores de autoestima tenderán a establecer relaciones amorosas de intimidad y pasión por Facebook.
- g. Altas puntuaciones en alocentrismo familiar correlacionan negativamente con el establecimiento de relaciones amorosas por medio de Facebook.

IV. METODOLOGÍA

1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El estudio tiene un enfoque descriptivo debido a que se pretende especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades u otro fenómeno que se someta a análisis, en este tipo de estudios se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información de cada una de ellas, para describir cómo se comportan (Hernández, Fernández y Baptista, 1998). Por lo tanto, en el presente estudio se evaluaron y recolectaron datos sobre las diferentes dimensiones de la personalidad en la población seleccionada, además de las variables de autoestima, sexo, alocentrismo y se procedió a describir el comportamiento que tienen en relación al índice de relaciones amorosas.

Aunado a lo anterior, se debe tener en cuenta que el diseño de estudio de la presente investigación se clasifica como transversal, debido a que se realizó una medición de las variables en un solo momento, sin que los resultados obtenidos sean comparados con mediciones posteriores o anteriores.

2. PARTICIPANTES

La investigación se realizó con población adulta joven universitaria que se encontraba en un rango de edad de 18 a 25 años, de ambos sexos. Los criterios de inclusión fueron: tener una cuenta activa de Facebook, ser estudiante universitario, tener una edad comprendida dentro de los rangos establecidos, encontrarse en condiciones de salud óptimas para el entendimiento del cuestionario, lo cual incluye no encontrarse bajo los efectos del alcohol o drogas.

A su vez, la estrategia de muestreo utilizada fue la denominada por conveniencia, la cual se clasifica como un tipo de muestreo no probabilístico (Cea D'Ancona, 2001), en que

se selecciona directa e intencionadamente a los individuos de la población, a los cuales se tenga fácil acceso. Para efectos de la presente investigación se contactó a los participantes en persona, solicitando el permiso a docentes para la aplicación del cuestionario previo a las respectivas clases, o bien a estudiantes en espacios de esparcimiento dentro de la Universidad de Costa Rica, a quienes se solicitó la participación. La aplicación se dio en algunos casos de forma individual y en otras de forma grupal, y siempre se contó con la dirección de alguna de las investigadoras.

2.1. Participantes de Entrevistas Cognitivas

Para la adaptación de la Escala Triangular del Amor y la construcción del Índice de Relaciones Amorosas por medio de Facebook, se realizaron entrevistas cognitivas a 20 sujetos de investigación que cumplían los criterios de inclusión. En un espacio cerrado se procedió a valorar el cuestionario a implementar en la investigación. De los participantes, 12 eran mujeres, y 8 hombres.

2.2. Participantes de Prueba Piloto

En la prueba piloto participaron 120 estudiantes universitarios con edades entre los 18 y los 25 años ($M = 20.07$, $DE = 2.05$); 45.8% de los cuales eran hombres ($N = 55$) y 54.2 % mujeres ($N = 65$). La gran mayoría de los participantes reportaron estar solteros 99,2% ($N = 119$), .8% afirmaron estar en unión libre ($N = 1$). Un total de 26,7% de los participantes se encontraban en su primer año de estudios universitarios ($N = 32$), 32,5% en su segundo año ($N = 39$), 15,8% en tercer año ($N = 19$), 18, 3% en cuarto año ($N = 22$) y 5,8% en quinto año ($N = 7$) y un ,8% indica estar en otro ($N = 1$). La muestra de estudiantes se distribuía en distintas carreras.

2.3. Participantes de Estudio Definitivo

Se contó con la participación de 250 estudiantes universitarios con edades entre los 18 y los 25 años ($M = 20.97$, $DE = 2.20$); 45.6% de los cuales eran hombres ($N = 114$) y 53.6% mujeres ($N = 134$); dos de los participantes no contestaron sobre su sexo. La gran mayoría de los participantes reportaron estar solteros 94% ($N = 235$), 2% afirmaron estar casados ($N = 5$), 1,2% en unión libre ($N = 3$), un participante afirmó estar divorciado 0,4% ($N = 1$); y 2,4% reportaron su situación como “otro” ($N = 6$). (Ver tabla 1)

Tabla 1. Estado civil

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
1 Casado	5	2
2 Soltero	235	94
3 Unión Libre	3	1,2
4 Divorciado	1	0,4
5 Otro	6	2,4
Total	250	100

Un total de 24% de los participantes se encontraban en su primer año de estudios universitarios ($N = 60$), 31,6% en su segundo año ($N = 79$), 20,8% en tercer año, 18% en cuarto año ($N = 45$) y 5,6% en quinto año ($N = 14$). (Ver tabla 2):

Tabla 2. Año de carrera cursado

Año de carrera cursado	Frecuencia	Porcentaje
1 Primero	60	24,0
2 Segundo	79	31,6
3 Tercero	52	20,8
4 Cuarto	45	18,0
5 Quinto	14	5,6
Total	250	100,0

En cuanto a la distribución de la muestra, se tuvo representación de diversas carreras, se hizo una división de grupos: grupo 1 (18-21 años), grupo 2 (22-25 años), también se muestra en la columna de la derecha la muestra total (Ver tabla 3).

Se encontró que en total hay representación de 38 carreras distintas distribuidas en 10 Facultades, según la división establecida en la UCR, cabe destacar que la muestra del estudio fue a conveniencia y por tanto, no debía cumplir criterios de representatividad ni de la población total ni tampoco por facultad.

En términos generales, puede verse un porcentaje bastante alto de estudiantes de Educación, 40,4% en total, seguido por un 23.2% de Ciencias económicas, en tercer lugar la facultad de Ciencias Sociales representa un 15.6% de la muestra, las tres son las más representadas tanto en el grupo 1 como en el 2. Algunas diferencias que se observan es que hay mayor porcentaje de Ingeniería en el grupo 1 (7.8%) que en el 2 (4.1%), por otra parte, el grupo 2 tiene un mayor porcentaje de estudiantes del área de Ciencias (5.2%) que el grupo 1 (3.9%) (Ver tabla 3).

Tabla 3, Distribución por Facultades

Facultades	Grupo de edad		Total
	De 18 a 21 años	De 22 a 25 años	
Bellas Artes	1,3%	2,1%	1,6%
Letras	5,2%	3,1%	4,4%
Derecho	0,7%	3,1%	1,6%
Educación	37,9%	44,3%	40,4%
Ciencias económicas	25,5%	19,6%	23,2%
Ciencias Sociales	14,4%	17,5%	15,6%
Ciencias	3,9%	5,2%	4,4%
Ciencias agroalimentarias	1,3%	0,0%	0,8%
Medicina	2,0%	1,0%	1,6%
Ingeniería	7,8%	4,1%	6,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

3. CUESTIONARIO

Para la presente investigación se utilizaron cinco instrumentos que constituyeron el cuestionario que se aplicó finalmente en el estudio. A continuación se presentan los datos de confiabilidad obtenidos, los cuales en términos generales, obtuvieron una mejora respecto a la aplicación realizada en la prueba piloto, éstos se detallan en breve.

Para la *Escala Triangular del amor* se obtuvo un Alfa de Crombach de $\alpha = .977$, incluyendo los 45 ítems. Por su parte los resultados por sub escalas arrojaron los siguientes datos: escala intimidad un Alfa de $\alpha: .926$, escala de pasión un Alfa de $\alpha: .932$ y compromiso un Alfa de $\alpha: .941$.

La escala evalúa tres sub-escalas de 15 ítems cada una: intimidad, pasión y compromiso, las respuestas son presentadas en forma de escala tipo Likert de 1 a 9, donde 1 es “nunca” y 9 “extremadamente”, algunos ítems son: “Siento que realmente puedo confiar en ___.”; “Me encuentro pensando en ___ frecuentemente durante el día”.

Se debe tener en cuenta que la escala fue confeccionada inicialmente para aplicar en personas que se encuentran en una relación, pero para efectos de la investigación se adaptó para aplicarla a jóvenes que no necesariamente se encuentren en una relación en el presente, y poder medir el tipo de amor predominante en los entrevistados, es decir, los componentes de la teoría triangular que estos poseen. Específicamente los cambios implementados consistieron en una redefinición del encuadre, en donde se le solicitó al participante responder acerca de la manera en la que establecía relaciones amorosas o de intimidad emocional con otra persona, independientemente de si se encontraba en una relación o no.

Asimismo, el *Índice de Relaciones amorosas* obtuvo un Alfa de $\alpha = .953$. En lo que respecta a sus sub escalas, se obtuvo en intimidad un Alfa de $\alpha: .874$, pasión obtuvo un Alfa de $\alpha: .860$, y por su parte, compromiso un Alfa de $\alpha: .887$. Este instrumento se diseñó con el fin de indagar sobre la incidencia de relaciones amorosas entre los participantes y el papel de Facebook en este aspecto, para esto se buscó operacionalizar los “usos amorosos” que le dan los usuarios a ésta red.

El instrumento se constituyó en base a los componentes de la Teoría Triangular del Amor de Sternberg, con este se buscó determinar si el tipo de amor que predomina “cara a cara” en las personas se extiende a su forma de relacionarse a través de Facebook, o si por el contrario, la red le imprime diferencias importantes, es decir, el primer instrumento estudia el tipo de amor en ambientes más tradicionales, mientras que el segundo se enfoca en relaciones amorosas por medio de Facebook.

El instrumento se estructuró en una escala tipo Likert que va desde 1 a 9. Este fue sometido a entrevistas cognitivas y a una prueba piloto, con el fin de medir el entendimiento de los ítems y establecer el nivel de confiabilidad del mismo.

El alfa obtenido en el instrumento de Índice de relaciones amorosas en Facebook, según George y Mallery (2003, citado en Frías, 2014), se puede asumir como confiable.

Por su parte, el instrumento de *personalidad BFI-44* fue validado en estudios previos para su uso en el idioma Español, y cumple con los cuatro tipos de validez: contenido, constructo, predictiva y concurrente (Navarro, 2010). Contiene afirmaciones sobre sí mismo, donde se responde según formato Likert de 1 a 5, siendo 1 muy en desacuerdo y 5 completamente de acuerdo.

En cuanto a los Alfas se observa también una leve mejora respecto a la aplicación piloto alcanzando un $\alpha = .672$ incluyendo los 26 ítems, en el análisis por sub escalas,

extraversión arrojó un Alfa de $\alpha = .707$, en el caso de apertura a la experiencia alcanzó un Alfa de $\alpha = .736$, y por su parte, la sub escala de Neuroticismo obtuvo un Alfa de $\alpha = .635$, con 3 ítems válidos, por tanto, se decide retirar del estudio, por considerarse que varios de los ítems están generando problemas, dado que puntúan alfas muy bajos. De ahí que, finalmente se conservaran únicamente en la investigación las sub escalas de extraversión y apertura a la experiencia.

Por su parte la *Escala de Autoestima de Rosenberg*, fue validada en Costa Rica por Smith en el 2003. Consta de 10 ítems que son presentados en formato Likert de 5 puntos donde 1 es “muy en desacuerdo” y 5 “muy de acuerdo”. La Escala de Autoestima obtuvo una importante mejora respecto a la prueba piloto, obteniéndose un Alfa de $\alpha = .837$, con todos los ítems válidos.

Por último, se utilizó el instrumento de *Alocentrismo Familiar* que es una escala Likert de 5 puntos que consta de 21 ítems, fue adaptada al castellano por Rosabal (2004) mediante el back-translation y un grupo focal (Lay, Waters, Posada, y Ridgeway, 1995; Rosabal, 2004; Jaikel, 2010). En los análisis esta escala obtuvo un Alfa de $\alpha = .821$ con todos sus ítems válidos.

Es importante tener en cuenta que los instrumentos descritos anteriormente conformaron el cuestionario definitivo implementado en la investigación (Ver anexo 2).

4. PROCEDIMIENTO GENERAL DE INVESTIGACIÓN

El procedimiento general de la investigación se compone de cinco fases. A continuación se detalla cada una de estas:

1. Primera Fase: Creación de instrumento “Índice de relaciones amorosas por medio de Facebook”.

El instrumento fue creado por las investigadoras para la presente investigación, el cual pretendía medir los “usos” amorosos o la intencionalidad que los usuarios tienen en la red, está basado en la Escala Triangular del amor y tiene por tanto, una escala de intimidad, una de compromiso así como de pasión, además incluía una subescala de celos y otra general de usos de Facebook, en principio el instrumento constaba de 56 ítem.

2. Segunda Fase: Entrevista Cognitiva para adaptación de instrumentos.

En esta etapa se adaptaron dos de los instrumentos, primeramente el Índice de Relaciones Amorosas, el cual fue construido para el presente estudio, y la Escala Triangular del Amor, de Sternberg, la cual no contaba con una adaptación para Costa Rica. En este proceso participaron 20 estudiantes universitarios, a quienes se les realizó una entrevista cognitiva (EC), la cual de acuerdo a Willis 2005 (citado por Smith y Molina 2011): “es un nombre genérico para describir un dispositivo de evaluación del proceso de respuesta, y consiste en una serie de entrevistas individuales semiestructuradas en ambiente controlado con una muestra pequeña de la población meta. Durante las entrevistas, las personas participantes completan el cuestionario en estudio y realizan una serie de pruebas para detectar problemas a la hora de contestarlo” (p 7).

La dinámica de las entrevistas, tal como lo menciona la definición anterior conllevó que los participantes completaran cada uno de los instrumentos, para algunos de los ítems había preguntas específicas, sin embargo, para todos y cada uno se solicitaba responder con base en las siguientes premisas:

- Está el ítem redactado de forma correcta o propone usted una redacción distinta.
- Hay alguna palabra que desconozca o cambiaría.
- La categoría de respuestas se adapta al ítem.
- La extensión del ítem es adecuada.

El porqué de realizar la EC para la validación, radica de acuerdo a Smith y Molina (2011) en el hecho de que las personas, antes de responder deben comprender el significado transmitido en el ítem. Luego inician el proceso de recuperar la información solicitada de la memoria autobiográfica, después recurren a diversas estrategias para estimar la respuesta adecuada y finalmente emiten la respuesta elegida. Estas cuatro etapas se pretenden recrear en la entrevista, pero de una forma pausada, ya que permite analizar el proceso que conlleva a la respuesta y así detectar y corregir potenciales problemas de comprensión en los instrumentos, que podría conllevar a una respuesta diferente a la realidad del sujeto de investigación.

3. Tercera Fase: Sistematización de entrevistas

Después de realizar las entrevistas cognitivas, se procedió a la sistematización de las correcciones y comentarios que se tenían acerca de cada uno de los ítems. Una vez sistematizados se tomaron en cuenta y se aplicaron aquellas correcciones acotadas por varios participantes, o bien que significaran una importante mejora a la estructura del ítem y el entendimiento del mismo sin alterar el significado del ítem original, no así los

comentarios aislados que no representaran un problema del ítem sino más bien una sugerencia muy subjetiva.

En general, la comprensión de los ítems fue satisfactoria, puesto que los cambios obedecieron más bien a aspectos de forma o cambio de ciertas palabras que no modificaran el sentido original, el instrumento que requirió mayor cantidad de modificaciones fue el correspondiente al “Índice de relaciones amorosas”, al cual se le retiraron 14 ítems.

Asimismo se tabuló la versión original de los ítems, las observaciones de los participantes de las entrevistas, así como las sugerencias de las investigadoras en relación a los cambios que se solicitaban. La información fue sometida a consideración del Comité Asesor, quién brindó su criterio técnico y realizó las observaciones respectivas.

4. Cuarta Fase: Prueba Piloto

Como se indicó previamente, la prueba piloto consistió en la aplicación de 120 cuestionarios. Posterior a la aplicación se procedió a verificar los datos de confiabilidad de los instrumentos con el fin de ver la idoneidad para una aplicación final o bien si debían realizarse cambios.

En resumen se tiene que la escala Triangular obtuvo un Alfa de Cronbach de $\alpha = .967$, con 117 casos válidos y 3 casos perdidos. El Índice de relaciones amorosas, con todos los 56 ítems obtuvo un Alfa de $\alpha = .940$, el resultado por sub escalas se muestra en la tabla 4.

Tabla 4. Alfa de Cronbach Índice de Relaciones amorosas

Sub escala	Alpha
Intimidad	.875
Compromiso	.822
Pasión	.831
General	.773
Celos	.591

Teniendo en cuenta los resultados de las sub escalas General y de Celos, así como por considerarse que las mismas no aportaban un importante valor al instrumento se decide suprimirlas del estudio y dejar únicamente las tres sub escalas restantes, las cuales se corresponden con el instrumento de Sternberg, en total el instrumento final cuenta con 42 ítem, algunos de los 14 ítem eliminados fueron: “Me doy a conocer tal como soy a través de Facebook” (general), “He pensado en algún momento que sería capaz de terminar una relación a causa de Facebook (celos)”.

Por otra parte, el Inventario de factores de personalidad, alcanzó un Alfa de Cronbach de .642, con los 26 ítems de las 3 subescalas seleccionadas, y 119 casos válidos, lo cual llevó a replantear su posición dentro del cuestionario y ubicarlo de primero en la aplicación final, con el fin de minimizar efectos como el agotamiento que pudieran haber afectado en la primera aplicación.

La escala de Autoestima, obtuvo un Alfa de Cronbach de $\alpha = .707$, con los 10 ítems, 120 casos válidos. Por último la escala de Alocentrismo, arrojó un Alfa de Cronbach de $\alpha = .752$, esto con 21 ítems, y 120 casos válidos.

5. Quinta Fase: Estudio Definitivo

Finalmente, se procedió a la aplicación del cuestionario en la muestra definitiva, la misma se recolectó entre febrero y marzo del 2014, en la sede Rodrigo Facio de la UCR mayoritariamente, así como en el recinto de Paraíso también de la UCR, y a estudiantes de la Universidad Nacional, Sede Central.

Para el análisis de la información se distribuyó la muestra en dos rangos etarios, uno de 18 a 21 años, y otro comprendido entre los 22 y 25, lo anterior se llevó a cabo al considerarse que las edades de la muestra comprenden etapas diversas y por ende, tareas psicológicas diferenciadas entre ambos grupos. Aunado a lo anterior, se consideró que la concepción de pareja y de amor en un individuo de 18 años en comparación con las concepciones que tendrá a los 25 años puede variar. Para corroborar si existen diferencias significativas es que se procede a dicha división, quedando distribuida la muestra de la siguiente forma: rango 1 (18-21) 153 sujetos, y rango 2 (22-25) 97 sujetos. La muestra estaba constituida por 114 hombres y 134 mujeres, y 2 que no respondieron. No obstante, los datos mostraron que no había diferencias entre ambos grupos, de ahí que se analizara la información sin hacer diferenciación por rango de edad.

Respecto al estado civil, los análisis de frecuencia indican que la gran mayoría de los participantes reportaron estar solteros 94% (N = 235), 2% afirmaron estar casados (N = 5), 1,2% en unión libre (N = 3), un participante afirmó estar divorciado 0,4% (N = 1); y 2,4% reportaron su situación como “otro” (N = 6).

En cuanto al nivel universitario, la distribución de la muestra fue bastante variada, ya que el promedio de la población se encuentra entre el primer y segundo año de carrera,

abarcando el 55,6%, por su parte el restante 44.4% se encuentra cursando entre el tercero y quinto año de carrera.

Por otra parte, la muestra de estudiantes se distribuía entre las distintas áreas de la UCR, a saber: Ciencias Sociales, Artes y Letras, Ciencias básicas, Ciencias Agroalimentarias, Salud e Ingenierías, y como se mencionó anteriormente hubo representación de 10 facultades.

V. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

El presente apartado pretende exponer los aspectos relevantes obtenidos en el estudio definitivo. El mismo tendrá en cuenta las correlaciones realizadas entre variables, así como la regresión múltiple jerárquica.

1. CORRECCIONES DE LAS VARIABLES

Se realizó pruebas de normalidad a las variables de este estudio. En la siguiente tabla se muestra los resultados de las pruebas de normalidad:

Tabla 5. Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov			Descriptivos	
	Estadístico	Gl	Sig.	Asimetría	Curtosis
Alocentrismo	.047	238	.200	-.133	-.349
Intimidad	.109	238	.000	-.700	-.247
Pasión	.090	238	.000	-.578	-.247
Compromiso	.109	238	.000	-.810	-.003
Autoestima	.100	238	.000	.562	-.521
Extraversión	.056	238	.066	.017	-.214
Apertura a la exp.	.076	238	.002	-.159	-.741
Intimidad en F.	.074	238	.003	.539	-.452
Pasión en F.	.075	238	.002	.528	-.440
Compromiso en F.	.100	238	.000	.623	-.363
Uso global de F.	.069	238	.008	.575	-.332

Se encontró que únicamente dos variables resultaron distribuidas normalmente (alocentrismo y extraversión). A las demás se les realizó transformaciones necesarias para acercarlas a la normalidad: las variables de pasión, compromiso e intimidad, así como apertura a la experiencia presentaron una asimetría negativa, por lo que su corrección se realizó mediante la elevación al cuadrado; a su vez las variables de autoestima, intimidad en Facebook, compromiso en Facebook, pasión en Facebook y uso general de Facebook presentaron asimetría positiva, por lo que su transformación consistió en aplicar la raíz

cuadrada. Las transformaciones de las variables se hicieron siguiendo las recomendaciones de Meyers, Gamst y Guarino (2006).

2. MATRIZ DE CORRELACIONES

A continuación se presenta la matriz con las correlaciones bivariadas encontradas entre las variables medidas. En la tabla de correlaciones se integró la variable de sexo en forma *dummy*. Al mismo tiempo, se describen los principales resultados encontrados:

Tabla 6. Matriz de correlaciones de variables

	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. Edad	.032	.000	-.085	.085	.054	.042	.040	-.082	-.078	-.091	-.106	-.081
2. Autoestima	—	-.106	-.055	-.267**	-.039	-.035	-.031	.149*	.066	.129*	.129*	-.052
3. Alocentrismo		—	-.043	-.168**	.020	.058	.068	-.100	-.149*	-.120	-.127*	.189**
4. Extraversión			—	.186**	.087	.102	.067	.109	.066	.098	.088	.018
5. Apertura				—	-.024	-.072	-.010	.025	.093	.054	.059	-.174**
6. Intimidad					—	.917**	.903**	.079	.008	.134*	.081	.226**
7. Pasión						—	.937**	.042	-.029	.089	.041	.199**
8. Compromiso							—	.040	-.003	.097	.052	.136*
9. Intimidad en F.								—	.842**	.825**	.948**	-.097
10. Pasión en F.									—	.806**	.929**	-.247**
11. Compromiso en F.										—	.941**	-.163**
12. Uso global de F.											—	-.163*
13. Sexo dummy												—

Nota. * = $p < .05$, ** = $p < .001$.

2.1. Edad

La edad no correlacionó de manera estadísticamente significativa con ninguna de las demás variables de interés.

2.2. Autoestima

Como puede apreciarse en la tabla anterior se encontró una correlación baja y estadísticamente significativa $r(249) = .129, p < .05$ entre el autoestima y el uso amoroso general de la red social Facebook. Particularmente se encontraron correlaciones bajas y positivas entre el autoestima y dos sub escalas particulares en el uso amoroso del Facebook: con intimidad en Facebook $r(249) = .149, p < .05$; y con compromiso en Facebook $r(248) = .129, p < .05$. Además se encontró una correlación estadísticamente significativa, negativa y moderada entre el autoestima y la apertura a la experiencia $r(249) = -.267, p < .001$.

2.3. Alocentrismo familiar

Se encontró una correlación estadísticamente significativa, baja y negativa entre los niveles de alocentrismo familiar y uso de Facebook con objetivos amorosos $r(246) = -.127, p < .05$. Particularmente se encontró una correlación significativa baja y negativa entre el alocentrismo familiar y la pasión en el uso de Facebook $r(250) = -.149, p < .05$.

Es importante mencionar que el alocentrismo familiar correlacionó significativamente de manera baja y negativa, con apertura a la experiencia $r(250) = -.168, p < .001$; lo que indica que entre más alto sea el nivel de alocentrismo, más bajo es el de apertura a la experiencia.

2.4. Factores de personalidad: extraversión y apertura a la experiencia

En relación a la variable de personalidad, se encontró que extraversión y apertura a la experiencia correlacionaron de manera significativa, baja y positiva $r(246) = .186$, $p < .001$. Extraversión no correlacionó de manera significativa con ninguna otra variable. Como se mencionó anteriormente, apertura a la experiencia correlacionó de manera significativa y negativa con autoestima $r(249) = -.267$, $p < .001$ y con alocentrismo $r(250) = -.168$, $p < .001$.

2.5. Componentes del amor

Los tres componentes del amor correlacionaron fuertemente entre ellos, lo cual es esperable debido a que son subescalas de una misma escala. Intimidad y pasión obtuvieron una correlación de $r(245) = .917$, $p < .001$, intimidad y compromiso $r(245) = .903$, $p < .001$ y pasión y compromiso $r(245) = .937$, $p < .001$. Todas las correlaciones fueron positivas y muy altas. Además de esto el componente de intimidad en relaciones amorosas correlacionó de manera positiva y baja con el compromiso en el uso amoroso de Facebook $r(245) = .134$, $p < .05$.

2.6. Uso amoroso de Facebook

Los componentes de pasión, intimidad y compromiso en el uso amoroso de Facebook correlacionaron de forma estadísticamente significativa, positiva y alta. Esto es esperable ya que se trata de subescalas de un mismo instrumento.

La intimidad en el uso amoroso de Facebook correlacionó con la pasión en el uso de Facebook $r(245) = .842$, $p < .001$ y con el compromiso en el uso de Facebook $r(245) = .825$, $p < .001$.

La intimidad en el uso amoroso de Facebook correlaciona de forma positiva y baja con autoestima $r(250) = .149, p < .05$. La pasión en el uso amoroso de Facebook correlaciona de forma negativa y baja con el alocentrismo familiar $r(245) = -.149, p < .05$. Y el compromiso en el uso amoroso de Facebook correlacionó de forma positiva con autoestima $r(245) = .129, p < .05$ y con el componente del amor de intimidad $r(245) = .134, p < .05$.

Por último, el uso general de Facebook para razones amorosas correlacionó de forma estadísticamente significativa, positiva y baja con el autoestima $r(248) = .129, p < .05$; así como de manera negativa y baja con el alocentrismo familiar $r(247) = -.127, p < .05$.

2.7. Sexo

La variable sexo se integró de manera *dummy* a la tabla de correlación con la intención de explorar la relación de esta con las variables medidas.

Ser mujer correlacionó de manera significativa con alocentrismo familiar $r(247) = .189, p < .001$; de forma negativa con apertura $r(247) = -.174, p < .05$; de forma positiva con los tres componentes del amor: con intimidad $r(243) = .226, p < .001$, con pasión $r(247) = .199, p < .001$ y con compromiso $r(248) = .136, p < .05$. Sin embargo correlacionó de forma estadísticamente significativa y negativa con pasión en Facebook $r(248) = -.247, p < .001$; compromiso en Facebook $r(248) = -.163, p < .05$ y con uso global de Facebook con motivos amorosos $r(248) = -.163, p < .05$.

3. REGRESIÓN MÚLTIPLE JERÁRQUICA

Se llevó a cabo un método de regresión múltiple jerárquica con el uso de Facebook con motivos amorosos como variable dependiente. Se excluyó las variables de Pasión en Facebook, Intimidad en Facebook y Compromiso en Facebook, al tratarse de puntajes obtenidos de subescalas de la escala que evalúa el uso global de Facebook con motivos amorosos.

Se utilizó el método *stepwise*: en primer lugar se introdujo el sexo, en un segundo paso apertura, extraversión y alocentrismo, y por último autoestima, intimidad, pasión y compromiso. La regresión múltiple jerárquica dio como resultado un modelo que únicamente incluye autoestima, que contribuyó de forma significativa al modelo de regresión $F(1, 236) = 4.10, p < .05$, explicando el 1% en la varianza del uso global de Facebook. Las demás variables no resultaron contribuir de manera estadísticamente significativa. El resultado del análisis se expone en la siguiente tabla:

Tabla 7. Componentes del modelo de regresión jerárquica

Modelo	Variab	B	Error t.	B	P	F	R ²
1		-	-	-	.044*	4.10	.017
	Constante	9.23	1.09	-	-	-	-
	Autoestima	.54	2.67*	.13	-	-	-

* = $p < .05$.

VI. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La presente investigación incursiona por primera vez en indagar el papel que tiene la herramienta social Facebook en las relaciones de carácter amoroso, esto asociado a factores de personalidad como extraversión y apertura a la experiencia, autoestima, alocentrismo y sexo, a continuación se presentan los resultados encontrados en el estudio.

1. Extroversión y apertura a la experiencia en relación al establecimiento de relaciones amorosas por Facebook.

Como se ha mencionado a lo largo de la investigación, existen puntos de encuentro y desencuentro entre los factores de personalidad en relación al uso de redes sociales, en este sentido, se ha visualizado que algunas posturas teóricas indican que las personas con personalidades extrovertidas buscan el compromiso social virtual, que se refleja en largas listas de amigos y más relaciones afectivas, sin embargo, en otros estudios no se encontró dicha relación. En este sentido, se consideró para esta investigación la hipótesis de que *las personas que presentaran rasgos de personalidad extrovertida tendrían mayor tendencia a establecer relaciones amorosas por medio de la red social Facebook*, no obstante, los análisis efectuados no encuentran ninguna relación entre ambos aspectos.

A continuación se planteará ciertas explicaciones desde el individualismo y el colectivismo, para enlazarlo en cierta medida con el alocentrismo, haciendo hincapié en que no pretendemos homologar ambas posturas, ya que son aspectos diferentes pero con puntos de enlace, que permiten comprender de cierta forma los resultados.

Respecto a lo anterior, hay que tener en cuenta lo mencionado por Basabe, Páez, Valencia, González, Rime, Pennebaker y Diener (1999), quienes indican que el individualismo se asociaría a la extroversión, debido al énfasis que este da para abrirse a

nuevas experiencias y a relaciones sociales fluidas, mientras que el colectivismo supondría una conducta inclinada hacia la introversión, la cual se caracterizaría por timidez y modestia.

De ahí que, condiciones sociales como el colectivismo, pueden estar relacionadas con los resultados encontrados, debido a que Costa Rica se considera un contexto en el que se han identificado rasgos de colectivismo (Hofstede (1983); Triandis (1986), así como tendencias a la interdependencia (Triandis, 1986; Rosabal-Coto, 2008; Keller et al, 2005) en el sentido de que se muestra una especial consideración a los grupos de referencia, a los vínculos sociales a la hora de establecer criterios de identidad, así como en el actuar. Este aspecto se hace visible en América Latina, puesto que estos países se caracterizan por establecer relaciones más interdependientes y mayor implicación emocional con sus grupos de referencia (Zubieta, Fernández, Vergara, Martínez y Candia, 1998).

Además dentro de la investigación se formuló la hipótesis de que *puntuaciones altas en apertura a la experiencia correlacionarían de forma positiva con mayor uso del Facebook para actividades de carácter amoroso (índice de relaciones amorosas)*, pero los datos arrojados no apoyan la hipótesis planteada.

En relación a esto, se considera importante tomar en cuenta la investigación de Carpertier et al (2011), quienes encontraron que el hecho de formar y mantener relaciones románticas o platónicas exclusivamente en Facebook, lejos de ser un rasgo que implique tener apertura, es más bien propio de personas con una actitud defensiva hacia perspectivas de otras personas. Dicha actitud defensiva, se da debido a que son sujetos que carecen de seguridad en sí mismos para debatir sanamente sobre diversos tópicos con otras personas, que tienen una visión simplista del mundo y que solo se preocupan por su propia

satisfacción individualista, siendo personas “cerradas” a otros temas, que tienen interacciones en línea que no están destinadas a facilitar las relaciones existentes con amigos o nuevas personas más allá del ámbito amoroso.

Lo anterior podría de cierta forma explicar el hecho de no haber encontrado relación entre las variables, debido a que las personas con más apertura tienden a tener intereses muy variados en el uso de la red, buscan explotar más sus diferentes funciones y utilidades, como integrarse a grupos, debatir información sobre temas relevantes y compartir con distintos tipos de personas y no tanto la búsqueda de relaciones como tal.

Aunado a esto, el estudio mostró que la apertura a la experiencia correlacionó de manera significativa y negativa con autoestima, es decir, a mayor apertura menor autoestima, aspecto que de cierta forma se contrapone a lo anterior, curiosamente Erdle, Gosling, & Potter, (2009) discuten en su estudio si habrá efectivamente relación entre ambos constructos, concluyendo que el hecho de interesarse por nuevas experiencias no necesariamente va acompañado de la seguridad y satisfacción en sí mismo, sino más de curiosidad y búsqueda de nuevas sensaciones y experiencias.

Desde este punto de vista los resultados obtenidos parecen tener cierto sentido, de manera que aquellos con baja autoestima resultaron más abiertos a la experiencia y esto puede deberse a ese sentimiento de “falta”, y por tanto, están constantemente interesados en “llenar ese vacío”. El hecho de que tengan éxito en esa búsqueda requeriría un estudio para comprobarlo o no.

Por otro lado, se consideró como parte de las hipótesis de investigación que *puntuaciones bajas en neuroticismo correlacionarían positivamente con el uso de la red social Facebook para actividades de tipo amoroso*. En este sentido, no se logró recopilar

información debido a que la variable neuroticismo no se incluyó en los análisis, ya que el alfa alcanzado no fue significativo para incluirla en el estudio.

2. Componentes de la teoría triangular en relación a la búsqueda de relaciones amorosas en Facebook.

En relación al tema se estableció la hipótesis: *Las mujeres con tendencia a buscar relaciones de tipo amoroso por Facebook, están más orientadas hacia el componente de intimidad y compromiso según la teoría de Sternberg, mientras que los hombres se inclinarán más hacia el componente de pasión.*

Respecto a la anterior hipótesis, no se encontró evidencia que la respaldara, no obstante, los resultados arrojaron diferencias por sexo, donde ser mujer se asoció positivamente a los tres componentes de la teoría de Sternberg, lo cual parece indicar que las mujeres se tienden a “tomar” más en serio las relaciones en ámbitos cara a cara.

Por otra parte, ser mujer se asoció de forma estadísticamente significativa y negativa con pasión en Facebook, compromiso en Facebook y con uso global de Facebook con motivos amorosos. Dicho resultado es sin duda bastante interesante, ya que resulta distinto a lo que se consideraba, que los hombres puntuarían más alto en el componente pasión en ambos contextos y las mujeres en intimidad y compromiso de igual forma en ambos contextos.

En relación a dicho hallazgo Papp et al (2012) consideran que la revelación o exhibición del status de relación es una práctica que demuestra compromiso y puede brindar satisfacción por el hecho de hacerlo tanto para sí como a su pareja, en su estudio las indicaciones de los hombres en Facebook sobre su estado “en una relación”, estaban vinculados con niveles más altos de su propia satisfacción y de sus parejas, en el caso de las

mujeres que indicaron encontrarse en una relación lo hacían por un tema de satisfacción propia, sin mediar la satisfacción que esto significara a su pareja, esto puede indicar que el tema de relación y compromiso en las mujeres mediante la red puede deberse más a un tema de apariencia, de demostrar que la otra persona está “conmigo” en una relación, y no tanto en una cuestión recíproca entre la pareja.

3. La autoestima en relación a las relaciones amorosas por Facebook.

En relación a este constructo se plantearon las siguientes hipótesis: *Las personas con baja autoestima presentan bajos niveles de intimidad, pasión y compromiso en las relaciones amorosas por medio de Facebook.*

Al mismo tiempo se planteó que *las personas con niveles mayores de autoestima tenderán a establecer relaciones amorosas de intimidad y pasión por Facebook.*

De acuerdo a las anteriores hipótesis se puede mencionar que la autoestima efectivamente correlacionó de forma positiva con el uso amoroso general de la red social Facebook, particularmente las sub escalas intimidad y compromiso, apoyando de cierta forma lo planteado. Lo anterior pareciera indicar que personas con mayor confianza en sí mismas son las que presentan una mayor inclinación o aceptación de Facebook como un medio para entablar y mantener relaciones amorosas, aspecto bastante debatido en la teoría, dado que hay quienes apuntan que la búsqueda de relaciones a través de Facebook lo realizan personas con alta autoestima y por otra parte hay detractores de esta posición.

Por ejemplo Yu et al. (2010) indican que el uso de Facebook en la búsqueda de amistades y relaciones puede mejorar la autoestima en algunas circunstancias, como en culturas colectivistas, siendo Facebook una herramienta de la cual aquellos con baja

autoestima pueden sacar provecho y que les permite ir perdiendo el miedo y adquiriendo gradualmente más confianza.

Perspectiva similar presentan Forest y Wood (2012) quienes indican que individuos con baja autoestima ven en Facebook una importante y segura herramienta para transmitir sus pensamientos y sentimientos a otras personas, es decir, esa “auto-revelación”, que además la red les da ciertas ventajas versus las relaciones cara a cara, por lo cual le dedican más tiempo a la red y son más propensos a buscar relaciones por este medio, esto contrario a los que obtienen puntuaciones altas quienes tienden a usar menos la red para estos fines (p, 297).

Tomando en cuenta los resultados obtenidos se considera que en primera instancia en un entorno universitario, como en el que se desarrolló el estudio, las personas con más alta autoestima van a ser más propensas al uso de Facebook para fines amorosos, convirtiéndose en una extensión de su realidad “cara a cara”, de manera que quienes tienen facilidad para entablar y tener relaciones en medios reales la tendrán también en medios virtuales, siendo que la búsqueda de ciberrelaciones no se debe a una carencia afectiva o social sino a una ampliación de los canales habituales de comunicación, en línea con lo que encontraron estudios como el de Peris, et al (2000), Menezes et al (2008).

De igual forma refuerza lo encontrado por Erdle et al., (2009) y Zeigler-Hill, Besser, Myers, Southard, & Malkin, (2012), estudios que suponen que las personas con buena autoestima por lo general son más sociables y experimentan emociones más positivas, perciben así mismo mayor apoyo social y afecto positivo, lo cual a su vez podría verse asociado a la intención de buscar vínculos afectivos por medio de redes sociales, ya que se sienten más seguros y optimistas de obtener buenos resultados.

4. El Alocentrismo familiar en relación al establecimiento de relaciones en Facebook.

En lo que respecta a la variable de alocentrismo se formuló la siguiente hipótesis:
Altas puntuaciones en interdependencia correlacionan negativamente con el establecimiento de relaciones amorosas por medio de Facebook.

En el caso de la hipótesis planteada en esta temática los resultados muestran una correlación negativa entre los niveles de alocentrismo familiar y uso de Facebook con objetivos amorosos, así mismo el alocentrismo familiar correlacionó significativamente de manera baja y negativa, con apertura a la experiencia.

Para el análisis de esta hipótesis, partimos aclarando que colectivismo e individualismo son conceptos utilizados a nivel cultural, por su parte alocentrismo (en este caso familiar) e idiocentrismo se utilizan más a nivel individual, por lo que un individuo podría inclinarse en cualquiera de estos dos últimos indiferentemente de ubicarse en una cultura colectivista o individualista, no obstante se sabe que el individuo ciertamente se ve muy influenciado por su medio y la cultura en que está, puesto que se da una transacción permanente entre individuo y cultura.

Al respecto, Triandis, H., Leung, K., Villareal, M.V. & Clark, F.L. (1985.), indican que el término empleado para las tendencias personales colectivistas es alocentrismo, el cual es definido por el autor como una preocupación por otros, que surge a través del desarrollo y que afecta tanto a la personalidad como a las conductas y cogniciones de los individuos.

En relación a lo anterior, se considera que pertenecer a sociedades colectivistas puede facilitar más en las personas tendencias hacia el alocentrismo familiar (por el tema de

la importancia del grupo) de la misma forma en que estudios han encontrado en culturas individualistas más respuestas ideocéntricas.

Ejemplificando estos paralelismos, Triandis (2001) indica que se ha asociado el colectivismo y a los alocéntricos, con la cortesía, afiliación, humildad, obediencia, dependencia, empatía, autocontrol, tradicionalismo, auto-sacrificio, conformidad y cooperatividad.

En el caso de personas alocéntricas, la autoestima se basa en el llevarse bien con los demás, suelen ser sensibles al rechazo social y tímidas al entrar a un nuevo grupo. Son además muy interdependientes, con su propio grupo de pertenencia, esto debido a que les provee un ambiente social estable al cual adaptarse, siendo dicha adaptación al grupo prioritaria para el individuo, quien suele ajustar sus comportamientos y a restringir sus propias necesidades y deseos en función del grupo de pertenencia y disfrutan el hacer lo que se espera de ellos (Vinet, 2010).

Por el contrario, al individualismo y a los idiocéntricos se les ha asociado con la independencia, búsqueda de placer, asertividad, creatividad, curiosidad, competitividad, iniciativa, autoconfianza y franqueza (Vinet, 2010).

Debido a estos paralelismos, es que rescatamos aportes del colectivismo para el análisis en los resultados de la hipótesis en cuestión.

En línea con lo encontrado Nadkarn y Hofmann (2012), concluyen que los miembros de culturas individualistas son más propensos a compartir información privada y establecer más interacciones íntimas con personas en Facebook, por otra parte la red funciona más como un sistema de apoyo para las personas en culturas colectivistas pero de carácter “amistoso”. Los resultados encontrados pueden por tanto deberse a que en Costa

Rica se identifican rasgos de un perfil orientado al colectivismo, por lo que quizás el tema de la búsqueda o intención de utilizar la red para fines amorosos se vea menos marcado que en culturas más individualistas, donde las personas por sus diferentes estilos de vida han ido disminuyendo sus interacciones cara a cara, en esta línea Zubieta et al (1998) indican por ejemplo que la conducta colectivista de los latinoamericanos se caracteriza por una mayor proximidad física, un mayor contacto táctil en comparación a las culturas más individualistas de Europa y EE.UU.

De acuerdo a Vinet (2010), las personas en culturas individualistas muestran más autoestima y optimismo que las de culturas colectivistas, porque estos factores se asocian al bienestar subjetivo en dichas culturas. Además se dice que las culturas colectivistas tienden a suprimir más al individuo y sus expresiones, quienes se ven influenciados por la opinión de familiares, grupos de referencia y la deseabilidad social, ya que el bienestar se asocia al cumplimiento de las normas sociales, de esta forma los aloécnicos reciben más apoyo social y es menos probable que se sientan solos.

En relación a lo anterior, podría pensarse que en Costa Rica el tema de búsqueda de relaciones en la red aún no es tan aceptado, habiendo renuencia de confesar si se tiene dicha intención, es decir, de cierta forma la percepción de los participantes pudo verse influenciada por el medio, por la creencia de que esto no es una práctica del todo bien vista, o que puede poner en entredicho las “habilidades sociales”, aunque sería un aspecto que debe indagarse más a profundidad.

Al respecto, Zubieta et al (1998) indican que la valoración positiva de la familia, es típica del colectivismo latinoamericano y que este “familismo” refuerza las relaciones interdependientes, ya que involucra una fuerte identificación de lealtad, reciprocidad y

solidaridad. De cierta forma puede pensarse que la red no cumple con este deseo de cercanía.

5. El sexo de los participantes en relación al establecimiento de relaciones amorosas

Una vez contrastados los resultados con las hipótesis planteadas, procedemos a destacar resultados complementarios que se evidenciaron en el estudio y que tienen que ver con diferencias por género en relación a las demás variables de estudio.

De acuerdo a los resultados ser mujer se asoció de forma positiva con los tres componentes de la Teoría triangular, el que obtuvo mayores puntajes fue el de intimidad, al respecto Cooper y Pinto (2008) indican que la población estudiantil a estas edades (18-24 años), otorga considerable valor a la intimidad, es decir, el acercamiento, la generación del vínculo afectivo, el respeto, el apoyo, la valoración, la comunicación, por lo tanto, puede decirse que para el caso de las mujeres en sus relaciones de pareja cara a cara, el componente intimidad tiende a estar muy presente.

Caso contrario, ser hombre se asoció de forma negativa con los componentes de la teoría triangular del amor, en dos de ellos fue significativa y baja (intimidad y pasión). En términos comparativos podría considerarse que en el caso de las mujeres adquiere aún más importancia la relación y acercamiento cara a cara, más ligado a lo tradicional, esto se refuerza al ver que existe además una relación negativa con los tres componentes del índice de relaciones por Facebook y uso global del mismo, esto permite visualizar que las mujeres en la muestra no se están viendo interesadas por el uso de la red para búsquedas de tipo amoroso.

Aunado a lo anterior, en cuanto a Alocentrismo familiar, se encontró diferencias por sexo presentando las mujeres una relación positiva con este constructo. También se

presentó una diferencia en lo que respecta a la apertura a la experiencia, ya que ser mujer se asoció de forma negativa con dicha variable.

Respecto a los anteriores resultados, se considera que puede jugar un papel importante la socialización, ya que los patrones de crianza en una cultura donde aún las mujeres son criadas de una forma más “sobreprotegida” con miras a estar más apegadas a su familia, y de relegarse más a este ámbito, se ven por tanto más orientadas a lo tradicional (Herrera, 2000). Aun cuando la mujer trabaje se espera que sobre ella recaiga más el peso del cuidado y demás aspectos familiares, contrario al caso de los hombres, donde es bien vista la independencia y es más aprobado el hecho de que incursionen en diversos ámbitos y a tener más libertad en sus decisiones.

Finalmente, se considera que el estudio, lejos de posicionarse en una de las dos posturas descritas a lo largo de la investigación, ofrece posibilidades de indagar aún más el comportamiento de las variables en estudio en relación al establecimiento de las relaciones amorosas por Facebook, generando aún más interrogantes en relación al comportamiento de las particularidades de cada persona y el uso que hace de sus redes sociales.

VII. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES

De acuerdo a los resultados y en línea con la discusión planteada, se puede concluir que en el contexto costarricense, en un grupo de jóvenes universitarios de 18 a 25 años, de la zona metropolitana de Costa Rica, pudieran estar interviniendo diversos factores en el uso de Facebook como medio para buscar o mantener relaciones de tipo amoroso, tales como alocentrismo, autoestima y género, esto de acuerdo a lo corroborado en el presente estudio.

A continuación se procede a presentar las conclusiones desde lo planteado en las hipótesis, la teoría, y la metodología utilizada.

Desde las hipótesis:

- a) Las personas que tienen rasgos de personalidad extrovertida tienen mayor tendencia a establecer relaciones amorosas por medio de la red social Facebook.
- b) Las puntuaciones altas en apertura a la experiencia correlacionan de forma positiva con mayor uso del Facebook para actividades de carácter amoroso (índice de relaciones amorosas).
- c) Puntuaciones bajas en Neuroticismo correlacionan positivamente con el uso de la red social Facebook para actividades de tipo amoroso.

En relación a las hipótesis a, b y c, mismas que hacen alusión a los factores de personalidad que se exploraron en la investigación -extroversión, apertura a la experiencia, neuroticismo-, se puede manifestar que éstas no se logran comprobar, por cuanto apertura a la experiencia y extraversión no presentaron correlación con el uso amoroso de Facebook. Cabe destacar que la variable neuroticismo como se mencionó, debió retirarse de los

análisis, ya que los coeficientes Alfa arrojados fueron muy bajos. Se considera que el haber seleccionado tres de las sub escalas en vez del instrumento completo, pudo haber influido en los resultados.

d) Las mujeres con tendencia a buscar relaciones de tipo amoroso por Facebook, están más orientadas hacia el componente de intimidad y compromiso según la teoría de Sternberg, mientras que los hombres se inclinarán más hacia el componente de pasión.

Respecto a la hipótesis anterior, los resultados arrojados por la variable dummy, permitieron ver que, ser mujer se asoció de forma negativa con el uso general de Facebook para fines amorosos, y con las tres sub escalas, por lo que puede considerarse que las mujeres tienen una baja tendencia a buscar o establecer relaciones amorosas en Facebook. Por lo tanto los resultados no permiten corroborar esta hipótesis, no obstante, son datos relevantes que dejan ver una diferencia por sexos.

e) Las personas con baja autoestima presentan bajos niveles de intimidad, pasión y compromiso en las relaciones amorosas por medio de Facebook.

f) Las personas con niveles mayores de autoestima tenderán a establecer relaciones amorosas de intimidad y pasión por Facebook.

Con respecto a las hipótesis anteriores, ambas se comprueban, es decir, que a mayor autoestima, mayor apertura o tendencia en el uso de Facebook para fines amorosos, de manera que, en el caso de la muestra utilizada, el uso de la red para estos fines no es propia de personas inseguras o con problemas personales, contrario a esto, apoya la postura que quienes tienen tendencia a buscar relaciones en la red son personas seguras de sí mismos.

g) Altas puntuaciones en aloctrismo familiar correlacionan negativamente con el establecimiento de relaciones amorosas por medio de Facebook.

Por su parte, en cuanto a la hipótesis anterior, esta resultó también comprobada, siendo que a mayor nivel de aloctrismo menor el uso que se hace de la red para fines amorosos.

Respecto al aloctrismo familiar se considera que este es un factor que pudiera estar mediando en torno a la intención de utilizar Facebook para usos amorosos en Costa Rica, de manera que aquellas personas con mayores vínculos interpersonales con sus familias y grupos cercanos serán menos propensas a ello, esto por cuanto el grupo promueve más la colectividad, el vínculo y contacto físico, versus las personas que dan menos valor a los lazos familiares y grupos de apoyo, que tienen un estilo más desvinculado, son más independientes y para quienes la red puede resultar una buena opción.

Ser mujer se vio asociado de forma positiva al aloctrismo, y de forma negativa al uso de Facebook, es decir las mujeres presentan una menor tendencia al uso de la red, mostrando renuencia y cierta resistencia al uso de esta herramienta para establecer relaciones amorosas.

Desde la teoría propuesta

Una de las interrogantes que planteaba la teoría es, si quienes tienen esta apertura al uso de la red social, son personas con pocas habilidades sociales o por el contrario personas sin mayores problemas en sus interacciones sociales. Al respecto debemos suponer que el uso de la red para estos fines es más propia de universitarios con buena autoestima, siendo la red de igual forma una extensión de los patrones de conducta en ámbitos cara a cara, esto

es un aspecto importante por cuanto desmitifica de cierta forma el hecho de asociar el uso de Facebook para fines amorosos, con gente insegura, de baja autoestima que tiene poco éxito en sus relaciones cotidianas, y que por tanto, ve en la red una alternativa que no tiene en su vida “real”.

De acuerdo al comportamiento de los datos, no se podría asegurar que las relaciones por medio de Facebook generan mayor cercanía que las experimentadas cara a cara, si no que más bien, podrían estar resultando ser una extensión de las relaciones como ya se mencionó.

Desde la metodología

Desde el aspecto metodológico, se considera que el Índice de relaciones amorosas por Facebook ha sido un aporte importante al conocimiento y entendimiento de este fenómeno social, puesto que se comportó de una forma bastante consistente y puede ser empleado en posteriores investigaciones. Se debe señalar que este presentó una alta confiabilidad, al correlacionar con los componentes originales de Sternberg, siendo por tanto una alternativa para estudiar estos componentes en la red.

Hay que tener en cuenta que, el presente estudio no busca establecer relaciones causa y efecto, sino más bien dar a conocer como se han comportado las variables en torno el eje central del estudio, en este caso, las relaciones amorosas por medio de Facebook, por lo que resulta fundamental continuar investigando acerca de las particularidades que le pudiera estar imprimiendo la red social Facebook a las relaciones amorosas.

Por otra parte, es importante tener en cuenta los elementos que se conciben como limitaciones en el presente estudio. Por un lado, se considera que la investigación requería

de un instrumento adicional donde se valorara la participación de la familia en Facebook, esto para contar con información adicional que permitiera analizar mejor la influencia del alocentrismo familiar, por ejemplo: el grado en que los participantes incluyen a familiares en la red social.

Igualmente, se considera que el no indagar si los participantes se encontraban o no en una relación limita el estudio, esto va asociado también a que el instrumento de Sternberg fue creado para parejas y su alcance en este estudio pudo verse limitado.

En relación a lo anterior, se han detectado algunas dificultades acerca de la teoría de Sternberg, especialmente en la escala implementada por este para valorar los tres componentes del amor, dado que existe una fuerte intercorrelación entre sus elementos, y resulta complicado diferenciar cada componente, aunque se comprende que en las relaciones amorosas ningún componente se desarrolla aisladamente. Por otra parte, se dice que los componentes de Sternberg son buenos predictores de relaciones ya establecidas (Serrano y Carreño, 1993).

De la misma manera, es fundamental tener en cuenta que el constructo del amor se comprende de forma diferente desde diversas teorías, y el modelo de Sternberg no aborda todos los elementos que pudieran resultar de interés para comprender el amor en redes sociales, por lo que sería importante implementar otros aspectos y posturas teóricas asociadas a este constructo.

Además se considera que conocer sobre temas generales de uso asociados a la red, como tiempo de uso, cantidad de amigos, entre otros, pudieron brindar información adicional para realizar los análisis, y así comprender de una mejor manera el fenómeno en estudio.

En definitiva, otra de las limitaciones del estudio radica específicamente en el poco material de trabajo en cuanto a los factores de personalidad tenidos en cuenta en la investigación, puesto que únicamente se utilizaron tres factores, de los cuales se retiró uno del estudio, por lo que el uso del instrumento parcial podría haber disminuido la cantidad de información con la cual se podía trabajar, de ahí que, no se arrojara la información requerida, y por ende se convierte en un aspecto a retomar en posteriores estudios.

VIII. RECOMENDACIONES

El presente estudio permitió abarcar un tema bastante interesante y poco estudiado en el ámbito nacional, no obstante, quedan aspectos valiosos a ser abarcados en futuros estudios, estos se sugieren a continuación:

Se considera fundamental comprender la participación de la familia en redes sociales, como indicador de Alocentrismo familiar, así como efectuar estudios comparativos entre personas universitarias y no universitarias en relación al Alocentrismo familiar.

Aunado a lo anterior, es de vital importancia conocer la influencia de las normas sociales y creencias de los grupos de referencia en cuanto a la conformación de relaciones en redes sociales, ya que parte del hecho de que aún haya poca apertura a la red para fines amorosos puede deberse al temor del “qué dirán”, es decir, a la percepción del usuario acerca de la opinión que tenga su grupo de referencia.

Otro aspecto que podría brindar aportes y resultados interesantes a la comprensión del fenómeno de las relaciones amorosas por medio de redes sociales, serían temas específicos referentes a las relaciones de pareja, como cambios en el proceso de conquista, conflictos, celos e infidelidad cibernética, por medio de redes sociales, y las percepciones masculinas y femeninas acerca de esta vivencia.

De la misma manera, se considera que un tema a profundizar en un estudio más de corte longitudinal es el mantenimiento de relaciones de pareja por medio de Facebook u otras redes sociales, siendo este aspecto de especial interés para comprender la medida en que estos se mantienen en el tiempo y logran consolidarse como parejas. Ante esto

resultaría importante delimitar en investigaciones futuras relaciones que se hayan dado exclusivamente por Facebook.

En relación al constructo personalidad, se considera fundamental continuar investigando su participación en las relaciones amorosas por medio de redes sociales, este aspecto resulta relevante para conocer si la personalidad es determinante en la participación y cantidad de amigos en Facebook, así como el tipo de interacciones. Esto se debe a que los factores de personalidad tenidos en cuenta en esta investigación -extraversión y apertura a la experiencia- no arrojaron los resultados esperados. Para esto resulta importante incluir instrumentos completos de personalidad en futuras investigaciones, así como tener en cuenta elementos como la presentación y la autopresentación que las personas hacen de sí mismos por medio de redes sociales.

Al mismo tiempo, se considera que deberán realizarse estudios donde las personas estén efectivamente en una relación, pues desde esta perspectiva, los participantes tendrían mayor disposición y facilidad para completar la información.

Finalmente, y en relación a la aplicación del cuestionario, se considera que para futuras aplicaciones, sería fundamental fragmentar la aplicación, ya que en este caso, el cuestionario era extenso, y se observaron comportamientos de agotamiento al momento de responder, aspecto que pudo haber influido en los resultados.

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ardevol, E. (2005). *Catálogo de sueños: Las relaciones personales en Internet como producto de consumo*. Comunicación presentada en el sexto seminario electrónico de la Red de Antropología de los medios. Asociación Europea de Antropólogos sociales, Universidad abierta de Cataluña, España.
- Arce, A., Capella, G., Chinchilla, A y Rodríguez, J. (2006). *Etapas de la pareja: el papel del amor idealizado*. Seminario para optar al grado de Licenciatura en Psicología. Universidad de Costa Rica.
- Barrios, A y Pinto B. (2008). El concepto de amor en la pareja. *Ajayu Órgano de Difusión Científica del Departamento de Psicología UCBSP*, 6(2), 21-41.
- Beck, U y Beck-Gernsheim, E. (2001). *El normal caos del amor. Las nuevas formas de relación amorosa*. Barcelona, España: Paidós Contextos-El Roure.
- Bolivar, C. (2002). Confiabilidad. Programa Interinstitucional Doctorado en Educación Universidad pedagógica experimental Libertador, Bolivia.
- Carpertier, J; Green, M y Laflam, J. (2011). People or profiles: Individual differences in online social networking use. *Personality and individuals differences*, 50, 538-541.
- Cea D'Ancona, M. (2001). *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid, España: Editorial Síntesis.
- Cooper, V y Pinto, B. (2008). Actitudes ante el amor y la teoría del Sternberg. Un estudio correlacional en jóvenes universitarios de 18 a 24 años de edad. *Ajayu Órgano de Difusión Científica del Departamento de Psicología UCBSP*, 6(2), 181-206.
- Durán Delgado, E. (2012). Caracterización del estilo de crianza de los niños y las niñas en cuido permanente en una aldea gubernamental: Sistemas de creencias parentales

- y orientación cultural (Tesis de licenciatura en Psicología inédita). Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.
- Echeverría, J. (2000). *Un mundo virtual*. Barcelona, España: Nuevas Ediciones de bolsillo.
- Elphinston, B. y Noller, P. (2010). Time to Face It! Facebook Intrusion and the Implications for Romantic Jealousy and Relationship Satisfaction. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 14(11), 631-635.
- Erdle, Gosling, & Potter, (2009). Does self-esteem account for the higher-order factors of the Big Five? *Journal of research in personality*. 43, 921–922.
- Forest, A y Wood, J. (2012), When Social Networking Is Not Working: Individuals With Low Self-Esteem Recognize but Do Not Reap the Benefits of Self-Disclosure on Facebook. *Psychological Science*, 23(3), 295– 302.
- Frías, D. (2014). Apuntes de SPSS: Análisis de fiabilidad de las puntuaciones de un instrumento de medida Alfa de Cronbach: un coeficiente de fiabilidad. Universidad de Valencia, España. Recuperado de <http://www.uv.es/~friasnav/ApuntesSPSS.pdf>
- From, E. (2007). *El arte de amar. Una investigación sobre la naturaleza del amor*. Buenos Aires, Argentina. Paidós Nueva Biblioteca.
- García, R. (2007). Redes Sociales. Ser o no ser. Recuperado el 6 de Octubre de 2010 en: http://www2.reacciun.ve/reacciuncms/noticia_2214.html.
- Gómez, E., Arvizu, C y Galindo, A. (2005). Apuntes sobre la realidad como marco teórico para el estudio de la comunicación mediada por computadora. *Red de revistas científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, 2(3), 159-174.
- Gosling, S., Augustine, A., Vazire, S., Holtzman, N., y Gaddis, S. (2011). Manifestations of Personality in Online Social Networks: Self-Reported Facebook-Related Behaviors

- and Observable Profile Information. *Cyberpsychology, Behavioral and social networking creation*. 14(9), 483–488.
- Hernández, R., Fernández, C y Baptista, P. (1998). *Metodología de la investigación*. Distrito Federal, México. McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Hernández, R., Fernández, C y Baptista, P. (2000). *Metodología de la investigación*. Distrito Federal, México. McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Herrera, P. (2000). Rol género y funcionamiento familiar. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 16(6):568-73.
- Herrera, M., Pacheco, M., Palomar, J y Zavala, D. (2010). La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 18(1), 6-18.
- Hogan, J y Ones, D. (2010). Conscientiousness and integrity at work. En Hogan, R; Johnson, J y Briggs, S (Ed.), *Handbook Personality Psychology*: (pp 849-870). Academic Press.
- Keller, H., Kuensemüller, P., Abels, M., Voelker, S., Yovsi, R., Jensen, H., Papaligoura, Z., Lohaus, A., Rosabal-Coto, M., Kulks, D y Mohite, P. (2005). *Parenting, Culture, and Development a comparative Study*. San José: Instituto de Investigaciones Psicológicas.
- Leal, A. (2007). Nuevos tiempos, viejas preguntas sobre el amor. Un estudio con adolescentes. *Posgrado y Sociedad* 7(2), 50-70.
- León, G. (2004). *Las interacciones sociales en la sociedad informacional, “De amistades, amores y desamores en la red*. Tesis para optar por el Grado de Maestría en

- Comunicación. Unive Keller, Heidi, Kuensemuller, Petra, Abels, Monika, Voelker, Susanne, Yovsi, Relindis, Jensen, Henning, Papaligoura, Zaira, Lohaus, Arnold, Rosabal-Coto, Mariano, Kulks, Daniela, Mohite, Prerna. (2005). Parenting, Culture, and Development a comparative Study. San José: Instituto de Investigaciones Psicológicas. rsidad Iberoamericana. Distrito Federal, México.
- Levis, D. (2006). Sobre chat, máscaras y otros asuntos sobre el amor en Internet. Estudio de los comportamientos emocionales en la red. *Revista electrónica Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la sociedad de la información*, 7(2). 141-155.
- López, M., Pérez, M y Sales, M. (2001). Autoestima y conducta: Una aproximación al entendimiento de la relación entre la Autoestima y nuestro desempeño. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/rrhh/autoestimayconductaucta.pdf>
- López, X., Canabal, S., Gago, M., Pereira, J., Fariña, Limia, M. (2007). *Redes sociales cibernéticas y comunidades culturales: el caso de la blogosfera gallega*. Ponencia presentada en 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação. Universidade de Santiago de Compostela, Galicia, España.
- López, L. (2009). Erotomanía, amor y enamoramiento. Contradicciones. *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría*, 29(103), 157-169.
- Mc Grae, R y Costa, P. (2010). Conceptions and correlates of openness to experience. En: Hogan, R; Johnson, J y Briggs, S (Ed). *Handbook Personality Psychology*. (pp 257-273). United States: Academic Press.
- McKenna, K., Green, A y Gleason, M. (2002). Relationship formation on the Internet: What is the big attraction? *Journal of Social Issues*, 58(1), 9-31.

- Marshal, T., Bejanyan, K., Di Castro, G., y Lee, R. (2012). Attachment styles as predictors of Facebook-related jealousy and surveillance in romantic relationships. *Journal of the international association for relationship research*, 20(1), 1-22.
- Menezes, A., Ferreira, M y Guimarães, J. (2008). O amor poder ser virtual? O relacionamiento amoroso pela Internet. *Psicología em Estudo, Maringá*, 13(2), 277-285.
- Meyers, L., Gamst, G. & Guarino, A. (2006). *Applied Multivariate Research: Design and Interpretation*. California: Sage Publications.
- Moral, F. (2001). Aspectos psicosociales de la comunicación y de las relaciones personales en Internet. *Anuario de Psicología Universidad de Barcelona*, 32(2), 13-30.
- Morgan, E., Richards, T y VanNess, E. (2010). Comparing narratives of personal and preferred partner characteristics in online dating advertisements. *Computers in Human Behavior*. 26(5), 883–888.
- Mungaray, A. (2009). *Amores en la Red*. Ponencia presentada en el Primer Congreso de Egresados COLEF, Tijuana, México.
- Nadkarn, A y Hofmann, S (2012). Why Do People Use Facebook. *Personality and Individual Differences* 52(3), 243–249.
- Navarro, A y Jaimes, G. (2007). Adicción a Internet: Adicción a Internet, revisión crítica de la literatura. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 26 (4), 691- 700.
- Navarro, J. (2010). *Los cinco grandes de la personalidad y su relación con el manejo de la Ira al volante en la predicción de la alta velocidad al conducir*. Tesis para optar por el grado de Licenciatura en Psicología, Universidad de Costa Rica.

- Orr, Sisic, Ross, Arseneault, Simmering y Orr (2009). The influence of shyness on the use of Facebook in an undergraduate sample. *Cyberpsychological Behavior*, 12(3), 337-340. doi: 10.1089/cpb.2008.0214.
- Papp, L; Danielewicz, J y Cayemberg, C. (2012). Are We Facebook Official? Implications of Dating Partners' Facebook Use and Profiles for Intimate Relationship Satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 15(2), 85-91.
- Peris, R., Gimeno, M.A., Carrero, V y Sanchiz, M. (2000). *Las ciberrelaciones: acercamiento psicosocial a las (os) internautas*. Ponencia presentada al VII Congreso de Psicología Social y publicada en el libro: La mirada psicosociológica. Grupos, procesos, lenguajes y culturas, Madrid, España.
- Pérez, R., Rumoroso, A y Brenes, C. (2009). El uso de tecnologías de la información y la comunicación y la evaluación de sí mismo en adolescentes costarricenses. *Revista Interamericana de Psicología*, 43(3), 610-617.
- Pinto, B. (2008). *Amor y personalidad en universitarios Aymaras del departamento de la Paz*. Tesis para optar por el grado de Doctorado en Psicología. Universidad de Granada, Bolivia.
- Ryan, T y Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the big five, shyness, narcissism, loneliness and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1658-1664.
- Rosabal, M (2004). *Parental belief systems, conflict resolution strategies, and cultural orientation in the mother- child interactive context: a comparative study of two*

- Costa Rican samples*. Tesis para optar por el grado de Doctor en Ciencias. Universidad de Osnabrück.
- Rosabal, M. (2012). Creencias y prácticas de crianza: el estudio del parentaje en el contexto costarricense. *Revista Costarricense de Psicología*, 31(5).
- Rodríguez, L. (2010). *Calidad de vida de niños con hemofilia en Costa Rica*. Tesis de Licenciatura en Psicología. Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.
- Sabogal, F; Marín, G; Otero, R; Vanoss, B y Pérez, E. (1987). Hispanic Familism and Acculturation: What changes and What does not? *Hispanic Journal of Behavioral sciences*. 9(4), 397-412.
- Sánchez, J y Oviedo, L. (2005). Amor. com: Vínculos de pareja por Internet. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación. Universidad Intercontinental*, 7(2), 43-56.
- Serrano, G y Carreño, M. (1993). La teoría de Sternberg sobre el amor. Análisis Empírico. *Psicothema*, 5(1), 151-167.
- Sternberg, R. (1998) “*Teoría Triangular del Amor*”. Madrid: Editorial Paidós.
- Taylor, S y Bogdan, R. (2008). Métodos cuantitativos aplicados II. Centro de Investigación y Docencia, Maestría en Educación.
- Tom, S y Walther, J. (2011). Relational Maintenance and CMC. En Wright, K y Webb, L (Ed.), *Computer-Mediated Communication in personal relationship* (pp. 21-43). New York, United States of America: Peter Lang Publishing, Inc.
- Toohey, R. (2007). *Wired Valentines and Webs of love: An Examination of Peoples Attitudes and Their Intentions To Use The Net To Form Romantic Relationships*. A

- Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy. College of Arts and Sciences Georgia State University, USA.
- Triandis, H. (2001). Individualism-collectivism and personality. *Journal of Personality*, 69(6), 907-924.
- Triandis, H., Leung, K., Villareal, M.V. & Clark, F.L. (1985). Allocentric versus idiocentric tendencies: Convergent and discriminant validation. *Journal of Research in Personality*, 19, 395-415
- Unidad de Investigación y Mercados (UNIMER). (2009). Estadística del uso del Internet y redes sociales. Recuperado en <http://www.cocoainteractive.com/cocoa/acceso-uso-de-Internet-y-redes-sociales/>.
- Valverde, F. (2002). *El amor camino de perfección*. (Tesis inédita de Licenciatura) Universidad de Costa Rica, San Ramón, Costa Rica.
- Vinet, E. (2010). Relativismo cultural del modelo de personalidad de Millón en América Latina: un estudio con adolescentes. Universidad de La Frontera, Temuco, Chile.
- Watson y Clark (2010). Extraversion and its positive and emotional core. En: Hogan, R; Johson, J y Briggs, S. *Handbook Personality Psychology*. (pp 767-793). United States. Academic Press.
- Watson D, Suls J y Haig J. (2002). Global self-esteem in relation to structural models of personality and affectivity. *Journal of Personality and Social Psychologist* 83(1):185-97.
- Wise, L, Skues, J. y Williams, B. (2011). Facebook in higher education promotes social but not academic engagement. En G. Williams, Statham P., N. Brown y Cleland B. (Eds.), *Changing Demands, Changing Directions*, Proceedings ascilite Hobart.

(pp.1332-1342). Tasmania, Australia. Recuperado en:
http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:EZoiJc3Inl8J:scholar.google.com/&hl=es&as_sdt=0&scioldt=0

Zamora, M. (2006). Redes Sociales en Internet. Recuperado en:
<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redsociales/>

Zubieta, Fernández, Vergara, Martínez y Candia (1998). Cultura y emoción en América.
Boletín de Psicología 61, 65-90.

X. ANEXOS

Anexo 1: Consentimiento Informado

Escuela de Psicología

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN

COMITÉ ÉTICO CIENTIFICO

Teléfonos:(506) 2511-4201 Telefax: (506) 2224-9367

FÓRMULA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

(Para ser sujeto de investigación)

Trabajo Final de Graduación: Establecimiento de Relaciones amorosas por medio de la Red Social Facebook en una población Joven.

Código (o número) de proyecto: _____

Nombre del Investigador Principal: Karen Espinoza Monge y Kestin Rojas Acevedo.

Nombre del participante: _____

PROPÓSITO DEL PROYECTO: Este es un estudio realizado por dos estudiantes de la Carrera de Psicología de la Universidad de Costa Rica. La información que se pretende obtener está relacionada con el establecimiento de relaciones amorosas en la red social Facebook y cómo el uso de esta red social y las características de los usuarios van a propiciar el establecimiento de relaciones por medio de Internet.

¿QUÉ SE HARÁ?: Si acepta participar en este estudio, se realizará lo siguiente: Usted deberá de contestar un instrumento conformado por varios sub-instrumentos, dos sobre aspectos relacionados a la formación de relaciones afectivas. De forma paralela deberá de contestar tres escalas del

Inventario de los Cinco grandes “Big Five Inventory (BFI-44), una escala de Familia y de autoestima.

RIESGOS:

La participación en este estudio puede significar molestia para usted por qué debe responder preguntas íntimas acerca de las relaciones amorosas, actividades que realiza en la red social Facebook, aspectos personales y familiares, dichas preguntas le pueden resultar incómodas y sentir violada su privacidad.

Si sufriera algún daño como consecuencia de los procedimientos a que será sometido para la realización de este estudio, los investigadores participantes realizarán una referencia al profesional apropiado para que se le brinde el tratamiento necesario para su total recuperación.

BENEFICIOS: Como resultado de su participación en este estudio, no obtendrá ningún beneficio directo, sin embargo, la investigación permitirá tener una comprensión más amplia del fenómeno de las relaciones afectivas de tipo amoroso mediante Facebook, este conocimiento permitirá entender si el uso que se hace de la red social, así como características propias de cada usuario le imprime modificaciones en la manera en la que las personas se están relacionando amorosamente por Facebook y si hay variaciones con respecto a las relaciones cara a cara.

Antes de dar su autorización para este estudio usted debe haber hablado con Karen Espinoza Monge y Kestin Rojas Acevedo (investigadoras) sobre este estudio y ellas deben haber contestado satisfactoriamente todas sus preguntas. Si quisiera más información más adelante, puede obtenerla llamando a Karen Espinoza Monge y Kestin Rojas Acevedo al teléfono 87971707 o al 83302283 de 8am a 5pm. Además, puede consultar sobre los derechos de los Sujetos Participantes en Proyectos de Investigación al CONIS –Consejo Nacional de Salud del Ministerio de Salud, teléfonos 2233-3594, 2223-0333 extensión 292, de lunes a viernes de 8 a.m. a 4 p.m. Cualquier

consulta adicional puede comunicarse a la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Costa Rica *a los teléfonos 2511-4201 ó 2511-5839*, de lunes a viernes de 8 a.m. a 5 p.m.

Recibirá una copia de esta fórmula firmada para mi uso personal.

Su participación en este estudio es voluntaria. Tiene el derecho de negarse a participar o a discontinuar su participación en cualquier momento, sin que esta decisión afecte la calidad de la atención que requiere.

Su participación en este estudio es confidencial, los resultados podrían aparecer en una publicación científica o ser divulgados en una reunión científica pero de una manera anónima.

No perderá ningún derecho legal por firmar este documento.

CONSENTIMIENTO

He leído o se me ha leído, toda la información descrita en esta fórmula, antes de firmarla. Se me ha brindado la oportunidad de hacer preguntas y éstas han sido contestadas en forma adecuada. Por lo tanto, accedo a participar como sujeto de investigación en este estudio

Nombre, cédula y firma del sujeto	fecha
-----------------------------------	-------

Nombre, cédula y firma del testigo	fecha
------------------------------------	-------

Nombre, cédula y firma del Investigador que solicita el consentimiento	fecha
--	-------

NOTA: Si él o la participante es un menor de 12 años, se le debe explicar con particular cuidado en qué consiste lo que se le va a hacer.

Participantes de Investigación

Como parte del trabajo de graduación para optar por el grado de Licenciatura en Psicología, estamos realizando un estudio acerca del “*Establecimiento de Relaciones amorosas por medio de la Red Social Facebook en una población Joven*”.

La participación en el estudio es absolutamente voluntaria, toda la información que usted nos brinde se mantendrá en absoluta confidencialidad. Durante su participación debe de completar seis instrumentos, estos están dirigidos a indagar aspectos sobre su personalidad, autoestima, relaciones familiares y relaciones amorosas. Algunas de las preguntas realizadas le pueden causar cierto nivel de incomodidad, dado que se refieren a aspectos sumamente personales, sin embargo, las mismas nos permitirán conocer acerca de la importancia que tiene la Red Social Facebook en el establecimiento de relaciones amorosas.

Si accede a participar en el estudio proceda a completar el consentimiento informado. De lo contrario, devuelva este cuestionario a las investigadoras.

INSTRUCCIONES:

A continuación aparecen diversas características que pueden aplicarse, o no, a Ud. Por ejemplo, ¿estaría de acuerdo con que Ud. es alguien a quien le gusta emplear su tiempo con los demás? Por favor, escriba un número sobre la línea anterior a cada enunciado para indicar su grado de acuerdo o de desacuerdo con cada afirmación.

5	4	3	2	1
Totalmente	Parcialmente	Ni de acuerdo	Parcialmente	Totalmente
de acuerdo	de acuerdo	ni en desacuerdo	en desacuerdo	en desacuerdo

Me veo a mí mismo/a como alguien que...

-
- | | |
|---|--|
| _____ 1. Es hablador/a | _____ 15. Tiene inventiva. |
| _____ 2. Es depresivo/a, triste. | _____ 16. Tiene una personalidad asertiva. |
| _____ 3. Es original, tiene ideas nuevas. | _____ 17. Puede tener mal genio. |
| _____ 4. Es reservado/a. | _____ 18. Valora las experiencias artísticas y estéticas. |
| _____ 5. Es relajado/a, maneja bien el estrés. | _____ 19. Es algo tímido/a, inhibido/a. |
| _____ 6. Tiene curiosidad por cosas muy diferentes. | _____ 20. Permanece tranquilo/a en las situaciones tensas. |
| _____ 7. Está lleno/a de energía. | _____ 21. Prefiere el trabajo rutinario. |
| _____ 8. Puede sentirse tenso/a. | _____ 22. Es extrovertido/a, sociable. |
| _____ 9. Es ingenioso/a, un/a pensador/a profundo/a. | _____ 23. Se pone nervioso/a fácilmente. |
| _____ 10. Genera mucho entusiasmo. | _____ 24. Le gusta reflexionar, jugar con las ideas. |
| _____ 11. Se preocupa bastante. | _____ 25. Tiene pocos intereses artísticos. |
| _____ 12. Tiene una imaginación activa. | _____ 26. Es refinado/a en arte, música, literatura. |
| _____ 13. Tiende a ser tranquilo/a. | |
| _____ 14. Es emocionalmente estable (que no se altera con facilidad). | |

INSTRUCCIONES

El presente cuestionario tiene por objetivo conocer la concepción del amor que tienen las personas. La información personal que usted nos dé será mantenida en absoluta reserva, por lo que le agradeceremos sinceridad en sus respuestas.

A continuación se le presenta una lista de afirmaciones, con las que se pretende conocer aspectos asociados a la forma en que usted establece relaciones amorosas o de intimidad emocional con otra persona, esto independientemente de si tiene o no una relación en este momento, sin embargo, se le solicita que piense en una persona específica para responderla. Se encontrará que cada afirmación tiene un espacio “---”, que representa el lugar donde iría el nombre de la persona en la que piensa al responder el ítem. **No debe escribir el nombre de la persona.**

Por otra parte encontrará que al lado de cada afirmación hay nueve espacios en blanco que corresponden a una escala de **1 a 9, en la cual 1 significa que no aplica en nada para usted y 9 que aplica totalmente para usted**, marque con una “X”, la opción que considere se ajusta más a su situación.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Apoyo activamente el bienestar de ---.									
2. Comparto información íntima sobre mí con ---.									
3. Fantaseo con ---.									
4. El sólo hecho de ver a --- me emociona.									
5. Me preocupo por ---.									
6. Siempre sentiré una gran responsabilidad hacia ---.									
7. Aún en los momentos en que resulta difícil tratar con --- permanezco comprometido con nuestra relación.									
8. Encuentro muy atractivo (a) a ---.									

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
9. --- puede contar conmigo en momentos de necesidad.									
10. Me siento próximo a ---.									
11. Me resulta imposible imaginar la vida sin ---.									
12. Estoy seguro de mi amor por ---.									
13. Prefiero estar con --- antes que con alguna otra persona.									
14. Doy considerable apoyo emocional a ---.									
15. Estoy comprometido (a) en mantener mi relación con---									
16. Considero mi relación con --- una buena decisión.									
17. Disfruto especialmente del contacto físico con ---.									
18. Me resulta difícil imaginar que otra persona pueda hacerme tan feliz como ---.									
19. No dejaría que nada se interpusiera en mi compromiso con ---.									
20. Me siento responsable por ---.									
21. Tengo una cálida relación con ---.									
22. Recibo considerable apoyo emocional por parte de---									
23. Existe algo casi “mágico” en mi relación con ---.									
24. Siento que realmente comprendo a ---.									
25. Siento que realmente puedo confiar en ---.									
26. Espero que mi amor por --- se mantenga durante el resto de mi vida.									
27. No dejaría que otras personas se interpusieran en mi compromiso con ---.									
28. Mi relación con --- es muy romántica.									
29. En momentos de necesidad sé que puedo contar con---									
30. Estoy dispuesto a entregarme y a compartir mis posesiones con ---.									
31. Tengo confianza en la estabilidad de mi relación con---									
32. Me comunico bien con ---.									
33. Considero fuerte mi compromiso con ---.									
34. Para mí lo más importante es mi relación con---									

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
35. Adoro a ---.									
36. Valoro a --- en gran medida dentro de mi vida.									
37. Cuando veo películas románticas y leo libros románticos, pienso en---									
38. Tengo una relación cómoda con ---.									
39. Idealizo a---									
40. No puedo imaginar la ruptura de mi relación con ---.									
41. Me siento realmente comprendido por ---.									
42. Planeo continuar mi relación con ---.									
43. Considero mi relación con --- permanente.									
44. Mi relación con --- es pasional.									
45. Frecuentemente me encuentro pensando en ---.									

INSTRUCCIONES:

A continuación se le presentan una serie de frases que tienen como objetivo que usted evalúe el establecimiento de relaciones amorosas mediante Facebook. Este instrumento no hace alusión específica a una relación, sino a diversos tipos de relación amorosa que usted ha tenido o considera que tendría por medio de Facebook.

Cada frase consta de **9 opciones de respuesta, el 1 significa que no aplica en nada a usted y 9 que aplica totalmente**, marque con una “X” el que más se acerca a su situación particular.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Paso chateando con alguien que me interesa por Facebook.									
2. He tenido frecuentemente conversaciones de carácter amoroso en Facebook con una persona que apenas conozco por este medio.									
3. Estaría dispuesto(a) a conocer en la vida real a una persona que me parece sexualmente atractiva por Facebook.									
4. He establecido en algún momento algún tipo de relación amorosa mediante Facebook.									
5. Tiendo a darle “like” o me gusta a las fotos y estados de personas por las que me siento atraído (a) físicamente.									
6. Empleo Facebook para ampliar el conocimiento que tengo de personas que apenas conozco y que me interesan sentimentalmente.									
7. El Facebook facilita mi interacción con una persona que me atrae.									
8. Facebook me ayuda a mantener relaciones afectivas con la persona que me gusta.									
9. Me comprometería en un noviazgo con alguna persona que conocí por Facebook.									
10. Expongo o expondría mis deseos sexuales a una persona que conozco únicamente por medio de Facebook.									
11. Me resulta más fácil expresarme por medio de Facebook con alguien que me guste.									

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
12. He logrado conocer y apreciar a una persona que me atrae por medio de Facebook, tanto así que me gustaría establecer una relación afectiva con esa persona.									
13. Tiendo a publicar en mi muro comentarios que expresan mis sentimientos de amor hacia la persona que me gusta.									
14. Me agrada la idea de tener conversaciones de contenido meramente sexual con personas que me atraen por Facebook.									
15. En Facebook se me facilita interactuar de forma íntima con la persona que me atrae.									
16. Gracias a Facebook he podido decidir si quiero estar al lado de una persona que me llama la atención.									
17. Me he sentido comprendido por alguna persona que conozco exclusivamente por Facebook.									
18. Facebook me facilita concretar algún tipo de contacto físico (caricias, besos, abrazos, etc.) con alguien que conozca por este medio.									
19. Mis relaciones son íntimas con las personas que conozco específicamente por Facebook.									
20. Me he sentido cortejado por otra persona en Facebook.									
21. Me preocupo por la persona que me gusta, si noto en su actualización de estado que se siente mal.									
22. Me gusta que otra (as) persona (as) me exprese por Facebook sus deseos de tener algún encuentro casual o de relación conmigo.									
23. Se me han despertado sentimientos de amor o cariño hacia otra persona a través de la comunicación mediada por Facebook.									
24. Me interesa establecer alguna relación amorosa con alguien que he conocido exclusivamente mediante Facebook”.									
25. Expongo mis sentimientos y relación a través de fotos e imágenes en Facebook.									
26. Me emociono cuando veo conectado (a) a una persona que apenas estoy conociendo por Facebook y que me atrae.									

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
27. Facebook me permite expresar mis sentimientos amorosos a alguien a quien nunca le hubiera dicho lo que sentía en persona.									
28. Siento que la estabilidad que percibo en una relación cara a cara podría ser similar a la que se desarrolla en relaciones que se dan únicamente por medio de Facebook.									
29. Me doy a conocer tal como soy a través de Facebook.									
30. He sentido que me enamoro de una persona después de largas conversaciones por el chat de Facebook.									
31. Estoy anuente a experimentar algún romance por medio de Facebook.									
32. Yo tomaría con seriedad una relación que surja por medio de Facebook.									
33. Cuando tengo días de no conectarme a Facebook me hace falta hablar con alguna persona que me gusta.									
34. Estaría anuente a adquirir algún compromiso de carácter amoroso por medio de Facebook.									
35. Yo he establecido alguna relación de amor por Facebook.									
36. Comparto mucho tiempo a través de Facebook cuando una persona me interesa sentimentalmente.									
37. Acepto invitaciones de personas que no conozco porque me gusta su foto de perfil.									
38. A través de publicaciones en mi perfil expreso sentimientos y emociones hacia la persona que me gusta.									
39. Me gusta recibir noticias y mantenerme informado sobre la persona que me interesa sentimentalmente.									
40. Me he sentido vigilado en Facebook por la persona que me gusta o con la que inicio una relación amorosa.									
41. Facebook me permite descubrir características que no conozco sobre la persona que me gusta.									
42. Envío invitaciones a personas que no conozco porque me llama la atención su foto de perfil.									

INSTRUCCIONES:

A continuación encontrará una lista de afirmaciones en torno a los sentimientos o pensamientos que tiene sobre usted. Marque con una X la respuesta que más lo identifica.

	Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.				
2. Creo que tengo un buen número de cualidades.				
3. En general, me inclino a pensar que soy un fracasado/a.				
4. Soy capaz de hacer las cosas también como la mayoría de la gente.				
5. Siento que no tengo muchos motivos para sentirme orgulloso/a de mí.				
6. Tengo una actitud positiva hacia mí mismo/a.				
7. En general, estoy satisfecho conmigo mismo/a.				
8. Desearía valorarme más a mí mismo/a.				
9. A veces me siento verdaderamente inútil.				
10. A veces pienso que no soy bueno/a para nada.				

INSTRUCCIONES:

A continuación, usted encontrará una serie de afirmaciones referentes a su familia de origen, o sea sus padres y hermanos, no la familia que usted ha fundado. Es muy posible que algunas de estas afirmaciones concuerden más que otras con lo que es su familia. Por favor, indique el grado de concordancia marcando con una X las casillas, las cuales van desde "nada" hasta "totalmente".

En cada caso, marque solamente una casilla sin modificar la afirmación. Sabemos que no siempre es fácil responder, pero decídase por aquella respuesta que, según su opinión, refleja más su propia experiencia.

		Se aplica a mi persona					
		Nada	Poco	Algo	Bastante	Mucho	Totalmente
1.	Me parezco mucho a mis padres.						
2.	Yo hago muchos esfuerzos por agradarle a mi familia.						
3.	Yo obedezco a mis propios sentimientos, aunque eso haga infeliz a mis padres						
4.	Me siento honrada por los logros de mi familia.						
5.	La capacidad de tener buenas relaciones familiares es una señal de mi madurez.						

6.	A partir de una cierta edad, los padres no deberían meterse en las decisiones vitales de sus hijos.						
7.	La opinión de mi familia es importante para mí.						
8.	A mí me alegra saber que puedo contar con mi familia						
9.	Yo cuidaré de mis padres cuando sean viejos.						
10.	Si un miembro de mi familia tiene problemas, yo me siento responsable.						
11.	Incluso cuando no estoy en mi hogar, tomo en consideración las ideas de mis padres.						
12.	Me daría vergüenza negarme a hacerles un favor a mis padres.						
13.	Mi felicidad depende de la felicidad de mi familia.						
14.	Yo tengo obligaciones y responsabilidades en mi familia.						
15.	Existen muchas diferencias entre otros miembros de mi familia y yo.						

16.	Es importante arreglárselas con la familia, cueste lo que cueste.						
17.	Yo mejor me guardo las ideas que podrían molestar a mi familia.						
18.	Mis necesidades son diferentes a las de mi familia.						
19.	Cuando yo abandono la casa de mis padres, ellos ya no pueden contar conmigo.						
20.	Yo respeto los deseos de mis padres, aunque sean diferentes a los míos.						
21.	Es importante sentirse independiente de la familia.						

INFORMACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA

1. Estado Civil:

- 1. Casado(a)
- 2. Soltero(a)
- 3. Unión Libre
- 4. Divorciado (a)
- 5. Otro: _____

2. Sexo:

- 1. M
- 2. F

3. Edad :

4. Nacionalidad: _____.

5. Carrera que cursa: _____.

6. Año de carrera que cursa:

- 1. Primero
- 2. Segundo
- 3. Tercero
- 4. Cuarto
- 5. Quinto

7. Nivel máximo de estudios de su madre:

- 1. Sin estudios
- 2. Primaria
- 3. Secundaria Incompleta
- 4. Estudios técnicos
- 5. Secundaria completa
- 6. Bachillerato Universitario
- 7. Licenciatura
- 8. Posgrado

8. Nivel máximo de estudios de su padre:

- 1. Sin estudios
- 2. Primaria
- 3. Secundaria Incompleta
- 4. Estudios técnicos
- 5. Secundaria completa
- 6. Bachillerato Universitario
- 7. Licenciatura
- 8. Posgrado

9. Cantidad de hermanos (as) que tiene: _____.

10. Cómo es su relación con su grupo familiar:

- 1. Mala
- 2. Regular
- 3. Buena
- 4. Muy buena
- 5. Excelente

11. Problemas personales, familiares, de trabajo, etc., que tiene usted actualmente:

- 1. Salud de familiares
- 2. Salud personal
- 3. Económicos
- 4. Emocionales personales
- 5. Sin problemas
- 6. Otros: _____

¡Muchas gracias por su colaboración!

