

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

Facultad de Ciencias Sociales



Uso de Instagram, comparación social y manifestaciones de ansiedad como estado y rasgo en estudiantes universitarios

Trabajo de graduación presentado por Marinés Mejía Alvarez para optar al grado académico de Licenciada en Psicología

Guatemala,

2,020

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

Facultad de Ciencias Sociales



Uso de Instagram, comparación social y manifestaciones de ansiedad como estado y rasgo en
estudiantes universitarios

Trabajo de graduación presentado por Marinés Mejía Alvarez para optar al grado académico de
Licenciada en Psicología

Guatemala,

2,020

Vo.Bo.

Dr. Walter Omar Paniagua Solórzano

Tribunal examinador:

Dra. Sara Lucía Estrada Villalta

Dr. Walter Omar Paniagua Solórzano

Dr. Pablo Eduardo Barrientos Marroquín

Fecha de aprobación del examen de graduación:

Guatemala, 19 de junio de 2020

PREFACIO

El trabajo de graduación que se presenta a continuación lleva el título de “Uso de Instagram, comparación social y manifestaciones de ansiedad como estado y rasgo en estudiantes universitarios”. Este trabajo ha sido escrito como parte de los requisitos de graduación para el grado de Licenciatura en Psicología de la Universidad del Valle de Guatemala bajo la supervisión de la Dra. Sara Estrada y el Dr. Walter Paniagua. El periodo de investigación y redacción de este trabajo duró desde agosto de 2019 hasta marzo de 2020.

La pregunta principal del trabajo fue formulada según la literatura existente y el deseo de obtener datos de una población guatemalteca. A pesar de que el proceso ha sido largo y exhaustivo, se logró responder a la pregunta formulada al inicio. Afortunadamente, tanto el Dr. Paniagua como la Dra. Estrada siempre han estado disponibles y dispuestos a ayudarme con todas mis cuestiones.

Me gustaría, por tanto, dar las gracias a mi asesor y directora de carrera por su excelente orientación y soporte durante todo el proceso de realización de mi trabajo. También me gustaría dar las gracias a todos los participantes del estudio, ya que sin su cooperación no habría sido capaz de llevar a cabo este análisis.

A mis amigos y compañeros de la carrera y trabajo: me gustaría agradecerles por su ayuda y orientación, así como por motivarme a seguir adelante. Ha sido un placer poder compartir con ustedes las ideas sobre mi investigación. Si alguna vez perdí el interés, ustedes me ayudaron a mantenerme motivada.

Mis padres se merecen un especial agradecimiento: sus consejos y apoyo me han sido, como siempre, de gran ayuda.

CONTENIDO

PREFACIO	vi
LISTA DE TABLAS	ix
LISTA DE FIGURAS.....	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT.....	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	3
A. Redes sociales	3
B. Instagram.....	4
C. Funcionamiento de las redes sociales e impacto social	6
D. Redes sociales y procesos psicológicos	9
a. Ansiedad, ansiedad estado (AE) y ansiedad rasgo (AR)	14
b. Comparación social e Instagram.....	15
E. Cognición social.....	16
F. Estudios previos de Guatemala.....	18
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	21
A. Definición del problema	21
B. Pregunta de investigación	24
C. Objetivos de investigación.....	24
III. METODOLOGÍA.....	25
A. Enfoque de la investigación.....	25
B. Tipo de investigación.....	25
C. Diseño de investigación	25
D. Población.....	25
E. Criterios de inclusión y exclusión.....	26
F. Tipo de muestra.....	26

G. Instrumentos.....	26
H. Procedimiento	27
I. Análisis estadístico.....	27
J. Consideraciones éticas	28
IV. RESULTADOS	30
A. Características de la muestra.....	30
B. Características psicométricas de los instrumentos	32
C. Puntajes totales de las escalas	32
D. Tipo de ansiedad en los estudiantes	33
E. Tipo de comparación social en los estudiantes	36
F. Correlaciones y diferencias significativas	37
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	42
A. Procesos de resultados	42
B. Resumen de resultados.....	42
C. Posibles explicaciones y comparaciones con otros estudios.....	44
D. Limitaciones.....	53
E. Futuras direcciones para investigaciones.....	53
VI. CONCLUSIONES	55
VII. BIBLIOGRAFÍA.....	56
VIII. ANEXOS	60
A. Consentimiento informado.....	60
B. Instrumento para datos sociodemográficos y uso de Instagram	62
C. Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale (INCOM) versión en español.....	64
D. Cuestionario de Ansiedad Estado-Rasgo (STAI)	66

LISTA DE TABLAS

1. Edad y sexo de los participantes	30
2. Tiempo de uso de Instagram por sexo	32
3. Niveles de ansiedad entre los participantes	33
4. Niveles de comparación social entre los participantes	33
5. Niveles de ansiedad rasgo y estado.....	34
6. Niveles de ansiedad estado por carrera.....	35
7. Niveles de ansiedad estado por edad	35
8. Niveles de comparación social por habilidades y opiniones	37
9. Comparación social de habilidades y sexo	37
10. Estadísticos descriptivos y correlaciones para uso de Instagram, ansiedad estado, ansiedad rasgo, comparación social de habilidades y comparación social de opiniones	38
11. Uso de Instagram y carrera	39
12. Puntajes totales de STAI y carrera.....	39
13. Puntajes totales de INCOM-E y sexo	40

LISTA DE FIGURAS

1. Ejemplo de interfaz de Instagram	6
2. Niveles de ansiedad estado y rasgo de los participantes.....	34
3. Distribución de frecuencias de la subescala de comparación social por habilidades	36

RESUMEN

Este trabajo se enfoca en el análisis de la relación entre el uso de Instagram, la experiencia de ansiedad como estado o rasgo y la comparación social en estudiantes universitarios de una universidad privada de Guatemala. Asimismo, explora la relación entre estos fenómenos y las características de los participantes, incluyendo el sexo, trabajo, edad, año de estudio y carrera. La muestra de estudio estuvo conformada por 134 estudiantes de primer a cuarto año de cuatro diferentes Facultades de la universidad. Para realizar estos análisis se utilizaron tres instrumentos: el Cuestionario de Ansiedad Estado-Rasgo (STAI), la Escala de Orientación de la Comparación Iowa-Netherlands (*Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale*, INCOM-E), versión en español, y un instrumento de datos sociodemográficos. En este estudio, la confiabilidad del STAI y la INCOM-E fue buena. En la muestra de estudio se presentaron niveles de ansiedad y comparación social totales en un rango promedio. El tipo de ansiedad que presentan los participantes es más de tipo estado y la comparación social está orientada a sus habilidades más que las opiniones. En cuanto a las correlaciones, el uso de Instagram no está relacionado con las experiencias de ansiedad y comparación social, pero sí se encontraron diferencias significativas respecto al sexo y carrera de los participantes, siendo las mujeres quienes más utilizan esta red social, así los estudiantes de carreras en ciencias sociales. Se encontró una relación entre la ansiedad de tipo estado con la comparación social de habilidades, ansiedad total y carrera, comparación social total y sexo y comparación social por habilidades y sexo.

ABSTRACT

The present work focuses on the analysis of the relationship between the use of Instagram, the experience of anxiety as state or trait, and social comparison among university students from a private university in Guatemala. It also explores the relationship between these phenomena and the sociodemographic characteristics of the participants, including sex, profession, age, year of study, and field of study. The study sample consisted of 134 students from first to fourth year from four different faculties of the university. Three instruments were used to carry out this analysis: The State-Trait Anxiety Questionnaire (STAI), the Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale (INCOM-E) (Spanish version), and a sociodemographic data survey. In the present study, the reliability of STAI and INCOM-E was good. Total anxiety levels and social comparison were in an average range. Participants tended towards experiencing more state than trait anxiety, and the social comparison is oriented to their abilities rather than opinions. Regarding the correlations, the use of Instagram is not related to the experiences of anxiety and social comparison, but significant differences were found regarding the sex and field of study of the participants, with women being the ones who use this social network the most, as well as the students of social sciences. A relationship was found between state-type anxiety and social comparison of skills, total anxiety and major, total social comparison and sex, and social comparison by skills and sex.

I. INTRODUCCIÓN

El concepto de “red social” puede remontarse a una época previa al Internet e incluso a la aparición de las computadoras. Hace referencia a una comunidad en la cual los individuos están conectados de alguna forma, a través de amigos, valores, relaciones de trabajo o ideas. Actualmente, el término red social también se refiere a las plataformas en línea que las personas utilizan para conectarse entre sí (Marañón, 2012).

Las redes sociales contribuyen a la formación de la identidad y al desarrollo personal y social, ya que ofrecen múltiples posibilidades de mostrarse, intercambiar información sobre uno mismo y de interactuar con los demás y por eso son un medio social en que el individuo es partícipe y conforman y contribuyen a la construcción de la identidad. Por tanto, la comparación social es inevitable en las redes sociales e incluso representa para algunos autores uno de los objetivos por el cual los usuarios mantienen un perfil en estas redes, pues les ayuda a conformar su personalidad y a la consolidación de su identidad (Renau, Carbonell, & Oberst, 2012).

La red social conocida como Instagram fue lanzada en el 2010 con la idea de compartir, de forma divertida y peculiar, la vida de las personas con sus amigos a través de una serie de imágenes. Dicha red es de uso sencillo porque se pueden utilizar las fotografías tomadas desde el propio teléfono celular. La idea principal es la de imaginarse un mundo más conectado a través de fotos, donde el uso de los filtros de un aspecto profesional a las fotografías y donde el proceso de carga sea de forma rápida y eficiente (Prades & Carbonell, 2016). Esta red es compatible en los sistemas operativos de Android y iOS y esto permite que los usuarios puedan compartir estas imágenes a otras redes sociales como Twitter, Facebook, Tumblr y Flickr.

Asimismo, investigaciones en el campo de la salud mental, especialmente en los trastornos de ansiedad, han fijado su atención en la población universitaria, y diversos estudios señalan que estos trastornos tienen una alta prevalencia en estudiantes universitarios quienes, a su vez, en comparación a la población general, presentan de por sí una mayor tasa de prevalencia. (Arrieta Vergara, Díaz Cárdenas, & González Martínez, 2014). Este aumento se debe a diversos factores que el ambiente universitario les presenta y, por ende, pone a prueba competencias y habilidades para alcanzar los objetivos durante el período de formación profesional. Por ejemplo, exigencias académicas, nuevas responsabilidades, evaluaciones, realización de trabajos, así como presiones familiares, económicas y sociales. Como estudiante de psicología, reconozco la importancia de encontrar relaciones entre el mundo tecnológico y el bienestar de las personas y es alarmante el hecho de que cada vez más el contacto humano se ve reemplazado por las redes sociales y se potencializan procesos psicológicos como la comparación social que pueden llegar a tener un efecto a largo plazo en el autoestima, identidad y bienestar general de los usuarios de las mismas (Muñoz-Rivas, Fernández, & Gámez-Guadix,

2010). Es por esto que, partiendo desde la pregunta de investigación planteada de si existe relación entre el uso de Instagram, manifestaciones de ansiedad y comparación social en estudiantes universitario, se considera importante investigar si esta relación existe y si es significativa para poder tener datos contextualizados y conocer la situación en relación con estas variables. Además, se centró esta investigación en el objetivo no solo encontrar relación entre estas tres variables, sino también explorar su relación con datos sociodemográficos como edad, sexo, carrera y año.

Para llevar esto a cabo se utilizaron tres instrumentos: el Cuestionario de Ansiedad Estado-Rasgo, la Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale (INCOM-E) (versión en español) y un instrumento de datos sociodemográficos en una muestra de 134 estudiantes de primer a cuarto año pertenecientes a una universidad privada de la ciudad de Guatemala. Primero se realizó un análisis de confiabilidad de los instrumentos para confirmar que estaban midiendo las variables adecuadamente. En segundo lugar, se realizaron análisis de Tablas cruzadas para relacionar las variables y posteriormente se utilizó el estadístico de Chi de Pearson para encontrar diferencias significativas en las variables que se relacionaran según las Tablas. Por último, se realizaron Tablas de correlaciones para cumplir con el objetivo principal del trabajo.

En la población estudiantil se presentaron niveles de ansiedad y comparación social totales en un rango promedio. El tipo de ansiedad que presentan los estudiantes es más de tipo estado y la comparación social está orientada a sus habilidades más que las opiniones. En cuanto a las correlaciones, el uso de Instagram no está relacionado con las experiencias de ansiedad y comparación social, pero sí se encontraron diferencias significativas con esta variable y los demográficos de sexo y carrera; siendo las mujeres quienes más utilizan esta red social y los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Sociales. Se encontró una relación entre la ansiedad de tipo estado con la comparación social de habilidades, ansiedad total y carrera, comparación social total y sexo y comparación social por habilidades y sexo.

II. MARCO TEÓRICO

A. Redes sociales

Las redes sociales son un conjunto específico de plataformas de comunicación basadas en Internet. Son aquellas que reúnen la comunicación personal y los medios públicos. Antes de la web, la comunicación pública era lo que solíamos pensar como medios: periódicos y revistas, televisión y radio, música grabada, cine y videojuegos y libros. La comunicación pública era algo hecho “para el público”, en lugar de “por el público” mientras que la no se difunde o publica abiertamente (por ejemplo, las llamadas telefónicas, correos electrónicos, mensajes de texto, cartas, etc.) (Meikle, 2016). Por tanto, las redes sociales implican estas dos formas de comunicación.

Estas redes sociales generalmente se utilizan a través de teléfonos móviles, especialmente aquellos denominados “teléfonos inteligentes” o *smartphones*. El uso de estos se ha incrementado de manera exponencial en la mayoría de los países del mundo habiendo países donde hay más teléfonos móviles que personas, como es el caso de Irlanda, España, Guatemala y Perú (Chóliz, *et al.*, 2016). El uso de estos aparatos está aumentando y junto con esto, los patrones de comunicación ya que hay personas que pueden llegar a crear un nivel alto de dependencia o adicción a estos. Existen muchas razones y características por las cuales utilizar o tener un *smartphone* es tan atractivo para los jóvenes: refuerza la autonomía personal (especialmente con respecto a los padres), provee cierta identidad y prestigio en el contexto de las relaciones de pareja y pares, introduce nuevas tecnologías importantes, lo que permite a los adolescentes demostrar una habilidad o habilidad particular y también es una fuente de entretenimiento funcional y de apoyo para el establecimiento y mantenimiento de las relaciones interpersonales (Chóliz, *et al.*, 2016).

En 1979, Tom Truscott y Jim Ellis crearon *Usenet*, un sistema de discusión mundial que permitía a los usuarios de Internet publicar mensajes públicos. Sin embargo, la era de las redes sociales tal como la entendemos hoy probablemente comenzó unos 20 años antes, cuando Bruce y Susan Abelson fundaron *Open Diary*, un sitio que reunió a escritores de diarios en línea en una comunidad. El término *weblog* se utilizó por primera vez al mismo tiempo y se truncó como *blog* un año después, cuando un *bloguero* transformó en broma el sustantivo *weblog* en la frase *blogueamos* (Kaplan & Haenlein, 2010). La disponibilidad de acceso a Internet de alta velocidad se sumó a la popularidad del concepto, lo que condujo a la creación de sitios de redes sociales como MySpace en 2003 y Facebook en 2004. Esto a su vez acuñó el término "redes sociales" y contribuyó a la prominencia que tiene hoy. La adición más reciente a esta agrupación han sido los denominados "mundos virtuales": entornos simulados basados en computadora habitados por avatares tridimensionales. Aunque la lista de las aplicaciones antes mencionadas puede dar una idea de lo que se entiende por redes sociales, una definición formal del término primero requiere trazar una línea a dos conceptos relacionados que con frecuencia se mencionan en conjunto: Web 2.0 y contenido generado por el usuario (Kaplan & Haenlein, 2010).

Web 2.0 es un término que se utilizó por primera vez en 2004 para describir una nueva forma en que los desarrolladores de software y los usuarios finales comenzaron a utilizar la *World Wide Web*. Es decir, como una plataforma por la cual el contenido y las aplicaciones ya no son creados y publicados por individuos, sino que todos los usuarios los modifican continuamente de manera participativa y colaborativa. Si bien las aplicaciones como las páginas web personales, la Enciclopedia Británica en línea y la idea de publicación de contenido pertenecen a la era de la Web 1.0, son reemplazadas por blogs, wikis y proyectos de colaboración en la Web 2.0. Por tanto, la Web 2.0 fue la plataforma para la evolución de las redes sociales.

Sobre la base de estas aclaraciones de Web 2.0 y contenido generado por el usuario, podemos definir lo que entendemos por redes sociales: son un grupo de aplicaciones basadas en Internet que tienen sus bases ideológicas y tecnológicas en la Web 2.0, y que permiten que el usuario cree e intercambie información (Kaplan & Haenlein, 2010). Aunque la mayoría de la gente probablemente estaría de acuerdo en que Wikipedia, YouTube, Facebook e Instagram son parte de este gran grupo, no existe una forma sistemática en la que se puedan clasificar las diferentes aplicaciones de las redes sociales. Además, todos los días aparecen nuevos sitios en el ciberespacio, por lo que es importante que cualquier esquema de clasificación tenga en cuenta las aplicaciones que puedan presentarse. Para crear un esquema de clasificación de este tipo se deben tomar en cuenta un conjunto de teorías en el campo de la investigación de medios (presencia social, riqueza de medios) y procesos sociales (autopresentación, auto divulgación), los dos elementos clave de las redes sociales (Kaplan & Haenlein, 2010).

Con respecto al componente de las redes sociales relacionado con los medios, la teoría de la presencia social (Kaplan & Haenlein, 2010) indica que los medios van a diferir en su grado de presencia social (contacto acústico, visual y físico). Esta está influenciada por la intimidad e inmediatez del medio. Esto quiere decir que, a más presencia social, mayor será también la influencia social que tienen las redes sociales en el comportamiento colectivo. (Kaplan & Haenlein, 2010; Meikle, 2016). La presencia social está relacionada con otro concepto: la riqueza mediática. Esta se basa en que el objetivo de toda comunicación es resolver la ambigüedad y reducir la incertidumbre. Este concepto establece que las redes sociales van a diferir en el nivel de riqueza que poseen (cantidad de información que se transmite en un intervalo de tiempo determinado), y que, por lo tanto, algunos medios serán más efectivos que otros para resolver la ambigüedad y la incertidumbre (Micu, Sciandra, & Micu, 2019).

B. Instagram

Originalmente lanzado en 2010, Instagram es una aplicación celular para compartir fotos. Se comercializa como un medio que permite a los usuarios "transformar una imagen en una memoria para mantenerla para siempre". Usuarios de Instagram relatan sus historias a través de fotografías y videos cortos. A diferencia de otras redes sociales, los contenidos de solo texto no se pueden crear en Instagram, siempre debe estar presente una fotografía. Esta regla de Instagram de "primera imagen y segundo texto" crea una

fuerte cultura de orientación visual con sus funciones mejoradas de edición de fotos (Lee, Lee, Moon, & Sung, 2015).

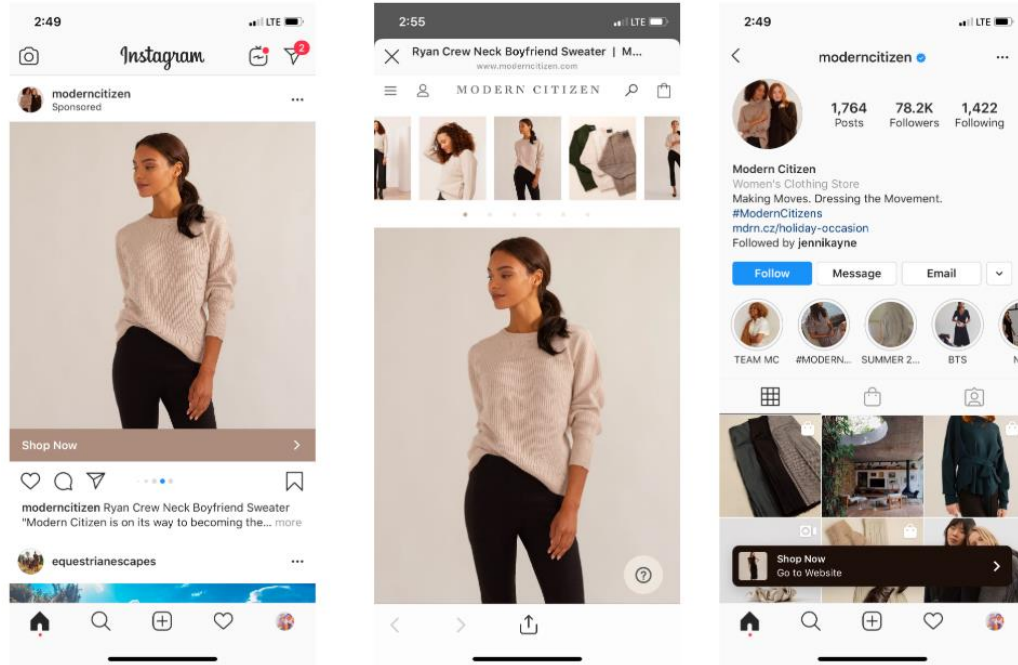
Por tanto, esta red se diferencia de las demás en que es bastante visual, priorizando las imágenes y contenido multimedia y deja de lado los textos y descripciones largos. Además, ha implementado Instagram Stories, Instagram TV y funciones que generan una interacción más cercana entre el usuario y el contenido (Lee *et al.*, 2015). A pesar de la popularidad y el valor de comprender esta nueva forma de redes sociales se sabe poco sobre los factores sociales y psicológicos que llevan a los consumidores a usar Instagram.

Otras características de esta red incluyen el "mapa de fotos", que permite a los usuarios grabar y rastrear sus fotos geográficamente; la página "explorar", que recomienda las páginas a seguir; y "mensajes directos", una función de mensaje de foto personal compartida por los usuarios. Si bien la plataforma basada en fotos de Instagram lo hace único, la accesibilidad solo para dispositivos celulares de la aplicación mejora aún más su experiencia de usuario distintiva (Lee *et al.*, 2015). Cuando deciden publicar estas fotos, los usuarios pueden modificar las fotografías utilizando filtros con el objetivo de mejorar las fotos antes de publicarlas y, por ende, manipularlas para hacerlas visualmente atractivas. Además, tienen la opción de comentar y poner "me gusta" en las fotos de otros y no existiendo una opción para "no me gusta".

Sin embargo, la característica distintiva de Instagram es el uso de "*hashtags*" que crean enlaces a todo el contenido público de cualquier usuario que usa el mismo "*hashtag*". El *hashtag* se coloca delante de una palabra o frase para identificar una palabra clave o resaltar un tema de interés (Seabrook *et al.*, 2016; Woods & Scott, 2016), por ejemplo #fitness, indica la temática de la actividad física. Como resultado, el intercambio global de elementos particulares, categorizados con *hashtags* ocurre instantáneamente, siempre que el perfil del usuario se haga público. Los periodistas han argumentado que esta naturaleza de Instagram basada en imágenes alienta la presentación de las caracterizaciones más positivas y pulidas de la vida de los demás (Seabrook *et al.*, 2016). Además de esto, Instagram tiene una pestaña de búsqueda y exploración que muestra fotografías y videos de perfiles públicos, según el historial de búsqueda de los usuarios, y así presentarles contenido nuevo sin la necesidad de buscar específicamente ese contenido, ampliando aún más el número de posibles objetivos de comparación social. En la Figura 1 se presenta una imagen para mostrar la interfaz de esta aplicación.

Figura 1.

Ejemplo de interfaz de Instagram



El público de esta red social ha crecido rápidamente a 500 millones de usuarios en 2016 (Woods & Scott, 2016), y tiene un estimado de 100,000,000 de visitas mensuales únicas. Esta red social funciona a través del intercambio de fotos y videos y la creación de contenido nuevo requiere publicar material visual como una foto o video. En Latinoamérica, en junio de 2019, Brasil ocupó el primer lugar con casi 70 millones de usuarios activos mensuales que acceden a la red. México ocupó el segundo lugar con aproximadamente 21.8 millones de usuarios activos de Instagram y para el año 2017, Guatemala contaba con 1.400.000 usuarios registrados en Instagram de los cuales 680.000 son hombres y 670.000 mujeres (Chevallier, 2019).

C. Funcionamiento de las redes sociales e impacto social

Las redes sociales utilizan un modelo de negocios a partir de una base de datos construida por sus propios usuarios permitiendo la unión de la comunicación personal de lo que publica cada persona con la comunicación pública de todos los usuarios. El advenimiento de estas redes sociales ha cambiado la forma en la que muchas personas,

comunidades y organizaciones se comunican e interactúan (Ngai, Tao, & Moon, 2015). Con estas aplicaciones, las personas pueden crear, compartir e intercambiar información en una comunidad virtual, por ejemplo, al seguir personas que comparten intereses similares, reaccionando a las publicaciones de los demás, comentando en estas publicaciones, enviando y recibiendo mensajes directos, entre otros.

El dramático desarrollo de las redes sociales han ayudado a dar forma a las conexiones de las personas con otros a través de diferentes plataformas de redes sociales. Hoy, los beneficios de participar en las redes sociales no solo implican comunicación social simple, sino que también construye reputaciones y brinda oportunidades profesionales y/o genera dinero directo, como por ejemplo las personas que ofrecen servicios o venden productos, personas que buscan o brindan empleos, emprendimientos o negocios virtuales (Ngai *et al.*, 2015).

Las redes sociales impulsan un nuevo conjunto de modelos para varios tipos de negocios que desafían a los tradicionales procesos y operaciones comerciales. La principal diferencia es que la personalización masiva de uno a uno se ha convertido en la norma de transacciones comerciales. Además, en el Internet, las reseñas de clientes en línea se han convertido en un criterio importante por el cual los especialistas en marketing formulan su comercialización y estrategias. Asimismo, las redes sociales también pueden servir como herramientas que facilitan actividades intra e interorganizacionales entre pares, clientes, negocios socios y organizaciones; así como el desarrollo colaborativo de productos, creación de comunidades de intercambio de conocimiento, implementación de diálogo corporativo en instituciones financieras, estrategias de marketing para la gestión de marca, aprendizaje colaborativo y creatividad (Ngai *et al.*, 2015).

Las redes sociales han permitido nuevos tipos de conexión entre nuevos tipos de usuarios. Permiten la comunicación en red, la organización y la movilización entre nuevos tipos de públicos y para cada usuario individual, permiten momentos de afirmación diaria, ya que uno hace clic en las publicaciones de sus contactos y comparte los significados personales que ha creado durante el día (Meikle, 2016). Las redes sociales combinan la comunicación pública y personal. Antes del surgimiento de las redes sociales, estábamos acostumbrados a pensar en la comunicación como personal o pública.

Tanto lo público como lo personal suceden dentro de la misma interacción. Cientos de millones de usuarios de Facebook y Twitter, Google y YouTube, Instagram y otros países copian, distribuyen, reposicionan y recontextualizan todos los días los mensajes públicos (noticias, videos musicales, anuncios, rutinas de comedia stand-up, discursos políticos, avances de películas). Los medios públicos se personalizan cada vez más, ya

que cada uno de estos mensajes se ve influenciado por un contexto específico que forma parte de la identidad individual de cada usuario. Y esos mismos usuarios hacen que sus comentarios personales y opiniones y emociones, sus prejuicios y creencias, sus secretos y virtudes, sean visibles para los demás. La comunicación personal adquiere un aspecto público (Meikle, 2016).

Las redes sociales difieren significativamente de los medios de comunicación tradicionales (televisión y radio) en cuanto a la rapidez con que se actualiza el contenido, y a los potenciales niveles elevados de comparación social que pueden promover y a los cuales los usuarios pueden estar expuestos. Además, aunque los medios de comunicación representan imágenes de personas con altos ideales o estándares de belleza, el contenido de las redes sociales es creado por personas "comunes" que a su vez son percibidos como objetivos de comparación más "ordinarios" (Lup, Trub, & Rosenthal, 2015). Las personas que tienen una cuenta de red social pueden crear un perfil en línea para compartir con otros usuarios que ya forman parte de su red o para interactuar con nuevas personas. Estas vías digitales no solo están revolucionando la forma en que las personas interactúan, sino que también han influido en el tipo de material que las personas eligen compartir (Vogel *et al.*, 2014). Es decir que es común que los usuarios resalten su individualidad al publicar material que ellos consideran deseable y refleje un estilo de vida "ideal". Además, debido a que hay un acceso limitado a los perfiles de otros usuarios, las personas participan en estos procesos de comparación social.

Las redes sociales, especialmente aquellas como Facebook e Instagram, se han convertido en una gran parte de la vida de las personas, siendo un 86% de adultos americanos quienes las utilizan más durante todo el día (Greenwood, Perrin, & Duggan, 2016). Asimismo, alrededor de un tercio de los adultos en línea (32%) informan que usan Instagram, aproximadamente el mismo porcentaje que en 2015, cuando el 27% de los adultos en línea lo hicieron. En mayor medida que las otras plataformas sociales medidas, el uso de Instagram es especialmente alto entre los adultos más jóvenes. Igualmente, aproximadamente seis de cada diez adultos en línea de entre 18 y 29 años (59%) usan Instagram, casi el doble del porcentaje de los de entre 30 a 49 años (33%) y más de siete veces el porcentaje entre los mayores de 65 años (8%). Y como fue el caso en encuestas anteriores del Centro de Investigación Pew sobre el uso de las redes sociales, las mujeres usuarias de Internet tienen más probabilidades de usar Instagram que los hombres (38% frente a 26%) (Greenwood *et al.*, 2016).

En Guatemala, la frecuencia de uso de Internet ha aumentado continuamente. En 2017, el 65 por ciento de la población del país accedió a internet, una tasa seis veces mayor que la observada en 2010. Sin embargo, la tasa de penetración de internet en Guatemala sigue por debajo del promedio de América Latina (Statista, 2017). En 2017, el país tenía aproximadamente 6,2 millones de usuarios de Internet, frente a los 2,7 millones

de usuarios solo tres años antes, y había un total de aproximadamente 5.7 millones de usuarios en línea accediendo a Internet a través de un dispositivo celular en el país (Statista, 2018). En cuanto al uso de Instagram, a partir de enero de 2019, Guatemala tenía alrededor de 1,6 millones de usuarios mensuales de Instagram, la misma cantidad observada el año anterior. Sin embargo, WhatsApp permanece como la red social más popular (Statista, 2019).

D. Redes sociales y procesos psicológicos

Con respecto a la dimensión social de las redes sociales, el concepto de auto-presentación establece que, en cualquier tipo de interacción social, las personas tienen el deseo de controlar las impresiones que otras personas forman de ellas (Herring & Kapidzic, 2015). Por un lado, esto se hace con el objetivo de influir en otros para obtener recompensas (por ejemplo, causar una impresión positiva) y, por otro lado, está impulsado por el deseo de crear una imagen que sea consistente con la identidad personal de uno (por ejemplo, usar un atuendo de moda para ser percibido como joven y moderno) (Kaplan & Haenlein, 2010). Con respecto al uso de redes sociales, una razón clave por la cual las personas deciden crear una página web personal es el deseo de presentarse en el ciberespacio. Por lo general, dicha presentación se realiza a través de la divulgación personal, es decir, la revelación consciente o inconsciente de información personal (p. ej., pensamientos, sentimientos, gustos, disgustos) que sea consistente con la imagen que se quiere dar.

La autorrevelación es un paso crítico en el desarrollo de relaciones cercanas, por ejemplo, durante las citas, que, aplicado al contexto de las redes sociales, suponemos que se puede hacer una segunda clasificación en función del grado de revelación que requiere y el tipo de presentación que permite (Kaplan & Haenlein, 2010). Con respecto a la presencia social y la riqueza de los medios, las aplicaciones como los proyectos de colaboración (por ejemplo, Wikipedia) y los blogs tienen la calificación más baja, ya que a menudo se basan en texto y, por lo tanto, solo permiten un intercambio simple. En el siguiente nivel están las comunidades de contenido (por ejemplo, YouTube) y los sitios de redes sociales (por ejemplo, Facebook e Instagram) que, además de la comunicación basada en texto, permiten compartir imágenes, videos y otras formas de medios (Kaplan & Haenlein, 2010).

Existe evidencia que demuestra que existe un vínculo entre el uso de las redes sociales y varios aspectos del bienestar incluyendo los hábitos de sueño y la salud mental, especialmente en poblaciones de adolescentes y adultos jóvenes (Peper & Harvey, 2018). Es importante mencionar también que el uso de estas redes se relaciona especialmente a factores de depresión y ansiedad (Becker, Alzahabi, & Hopwood, 2013). Informes recientes sugieren que las redes sociales pueden estar asociadas con déficits en los procesos cognitivos básicos, como la capacidad de filtrar con éxito la información irrelevante e ignorar la distracción, y que este tipo de control atencional deficiente mantiene y quizás causa depresión y ansiedad (Becker, Alzahabi, & Hopwood, 2013). Este hallazgo de que la multitarea con los medios puede estar asociada con un control atencional deficiente, junto con los hallazgos de que el control atencional está relacionado

con el funcionamiento psicosocial, plantea la pregunta de si el “multitasking” con los medios puede ser un factor de riesgo único para la mala salud mental. Según los resultados de este estudio, la multitarea de los medios fue un predictor único de síntomas auto-reportados de depresión y ansiedad social. De acuerdo con la hipótesis de que el “multitasking” de los medios representa un factor de riesgo único, el uso general de los medios no se asoció con la ansiedad social, pero sí el “multitasking” (Becker, Alzahabi, & Hopwood, 2013).

Las nuevas tecnologías (TIC) simplifican considerablemente nuestros quehaceres cotidianos. Lo que hace al Internet atractivo para los jóvenes son las respuestas rápidas, recompensas inmediatas, la interactividad y diferentes actividades en múltiples ventanas. El uso del Internet será positivo siempre y cuando no se dejen de lado el resto de las actividades propias de una vida normal, pero esto puede cambiar cuando las personas comienzan a abusar del tiempo que pasan en redes sociales ya que esto puede llegar a causar síntomas de ansiedad, puede afectar a la autoestima y también puede llegar a afectar a la capacidad de control (Echeburúa & De Corral, 2010). El hecho que los jóvenes tengan una cuenta en alguna red social puede servir como un agente que reafirma su identidad ante sus pares y también les permite estar conectados entre sí. Para los jóvenes, el anonimato y la soledad producen miedo ya que en las redes sociales el sentido de popularidad puede verse influenciado al tener grandes listas de amigos en las redes sociales. Asimismo, las redes sociales pueden atrapar a los jóvenes porque las redes son un medio que contribuye a la distanciamiento social y distorsión de la realidad (Echeburúa, 2012). Por tanto, el abuso de las redes sociales puede facilitar el aislamiento, el bajo rendimiento académico o laboral, el desinterés en general, los trastornos de conducta y estado de ánimo, así como el sedentarismo. Todos estos problemas se extienden de la esfera personal a l resto de esferas de la vida de la persona afectada (salud, familia, escuela y relaciones sociales) (Echeburúa, 2012).

Entonces, la evolución tecnológica plantea un periodo de adaptación a las nuevas formas de adquirir información y comunicación, que puede generar trastornos o desadaptaciones psicológicas más o menos permanentes. Una de las posturas más desarrolladas en este sentido es la que considera el uso de Internet como adicción (Echeburúa & De Corral, 2010). Según investigaciones, los adolescentes que se consideran a sí mismos dependientes del Internet presentan niveles más altos de depresión, encontrando que adolescentes y jóvenes usuarios de Internet presentan mayor probabilidad de sufrir síntomas psicossomáticos y problemas de adaptación social que los no usuarios (Rodríguez & Fernández, 2014). Los jóvenes con alto uso del Internet buscan lazos *online*, debido a la intimidad acelerada que promueve este medio. En la medida que la interacción con las nuevas tecnologías puede relacionarse con esta búsqueda, es relevante considerar la percepción de soledad de los adolescentes, ya que se ha encontrado que en esta etapa la soledad percibida puede estar asociada con estados emocionales como la depresión, por tanto, el no tener preferencias en edades tempranas conlleva sentimientos de soledad, lo que puede conducir a problemas de ansiedad y depresión (Rodríguez & Fernández, 2014). En una investigación con estudiantes universitarios se encontró que pasar más tiempo en Internet interfería en sus relaciones

sociales ya que debían cambiar sus citas con amigos por estar en Internet y esto les traía más problemas con su familia (Muñoz-Rivas *et al.*, 2010).

De la mano con esto, estudios sobre la relación entre ansiedad, depresión, apoyo y red social han sido informados en la literatura especializada que indican que las conexiones sociales fueron examinados como predictores de la incidencia de mortalidad por depresión (Rojano, Bazán, Alcazár, Reynoso, & Mercado, 2001). Adicionalmente en estudios que indican la relación salud y apoyo social, como la realizada por donde señalan en su estudio que las redes de apoyo familiar resultaron ser un factor frecuentemente asociado a la presencia de sintomatología psicopatológica, en especial la falta de relación, el pobre apoyo, la mala comunicación con el cónyuge y familiares, propiciando estados de ansiedad y depresión (Salinas, Manrique, & Téllez, 2012). Por tanto, está claro que existe evidencia y preocupaciones respecto a la población en general que un uso frecuente de redes sociales puede afectar el bienestar general de una persona, puede aumentar y potencializar la soledad y depresión y monopolizar el tiempo que podría estar destinado a interacciones cara a cara y participación en actividades comunitarias (Brusilovskiy, Townley, Snethen, & Salzer, 2016).

Otro hecho de compartir fotos y videos en las redes sociales significa que los jóvenes están experimentando una corriente prácticamente infinita de experiencias de otros que potencialmente pueden alimentar sentimientos de que se están perdiendo la vida, mientras que otros disfrutan de la suya, creando un fenómeno denominado FoMO por sus siglas en inglés (*Fear of Missing Out*) definido como una aprehensión generalizada de que otros podrían estar teniendo experiencias gratificantes de las cuales uno está ausente; e caracteriza por el deseo de permanecer continuamente conectado con lo que otros están haciendo (Przybylski, Murayama, Dehaan, & Gladwell, 2013). Este fenómeno se ha vinculado sólidamente a niveles más altos de participación en las redes sociales, lo que significa que cuanto más utiliza un individuo las redes sociales, más probabilidades tiene de experimentar FoMO. Muchas personas experimentan cierto grado de FoMO y para muchos puede no ser un problema. Sin embargo, cada vez más, los jóvenes informan que este fenómeno les está causando angustia en forma de ansiedad y sentimientos de insuficiencia personal (Royal Society for Public Health (RSPH) & Young Health Movement, 2017).

El trastorno de ansiedad y el trastorno depresivo son dos de las alteraciones anímicas más frecuentes que aquejan a una gran parte de la población. Alrededor de 40 de cada 100 habitantes de países desarrollados como Estados Unidos padece uno de estos y aproximadamente el 20% de la población en México esta diagnosticada con ansiedad o depresión (Arriaga, Frías, Flores, Iniestra, & Solís, 2015). Las personas más jóvenes, padecen tasas mayores. Se identificó que 7.2% de los jóvenes de la ciudad de México que tienen entre 12 y 17 años sufrieron un trastorno depresivo en el último año, con la mitad de los casos calificados como graves. Los trastornos de ansiedad son los que cuentan con una mayor prevalencia a lo largo de la vida, la cual ha sido estimada del 13.6% al 28.8% de la población, así como una prevalencia de 18% a lo largo del último año (Arriaga *et al.*, 2015).

Se ha demostrado que los trastornos afectivos como la depresión y la ansiedad tienen interacciones bidireccionales con el entorno social que influyen en el camino de inicio y mantenimiento de la enfermedad. La depresión y la ansiedad tienen una prevalencia aproximada de 4.7% y 7.3%, respectivamente, en la población global. Estos trastornos tienen altos niveles de comorbilidad e impactan la calidad de las relaciones sociales (Seabrook, Kern, & Rickard, 2016). La depresión y la ansiedad pueden estar implicadas en la determinación del tamaño y la estructura de la red social de un individuo, la calidad de las interacciones dentro de estas redes y la eficacia con la que se puede aprovechar o desarrollar el capital social para proporcionar un apoyo social. Las interacciones positivas, el apoyo social y la conexión social en las redes sociales se relacionaron consistentemente con niveles más bajos de depresión y ansiedad, mientras que la interacción negativa y las comparaciones sociales en las redes sociales se relacionaron con niveles más altos de depresión y ansiedad (Seabrook *et al.*, 2016). Por tanto, la detección temprana de la ansiedad social podría ser útil para prevenir un deterioro sustancial en las relaciones personales. Comprender la forma en que las personas usan los teléfonos inteligentes puede ser beneficioso para implementar una detección temprana de la ansiedad social (Gao, Li, Zhu, Liu, & Liu, 2016).

Por lo tanto, la naturaleza pública y no recíproca de compartir fotos mejoradas en Instagram puede representar una combinación de características que influyen en la idealización de las personas y es probable que desencadene sentimientos negativos sobre sí mismo, especialmente para los usuarios que siguen a un gran número de extraños (Seabrook *et al.*, 2016). Por tanto, el uso de Instagram se asoció positivamente (de manera marginal) con síntomas depresivos, y ha sido asociado de manera negativa con la comparación social, indicando que, a mayor uso de Instagram, mayores serán los síntomas depresivos debido a la comparación social. En el estudio, de Lup *et al.* (2015) se encontró que la proporción de extraños que un usuario sigue moderaba estas asociaciones: a mayor cantidad de extraños, aumenta la comparación social y los efectos negativos. Por tanto, el uso de Instagram está relacionado con una disminución en el bienestar psicológico debido a la comparación social, aumentando la frecuencia de síntomas depresivos, así como de ansiedad general (Mullin, 2017).

Otro proceso importante que se relaciona con el uso de las redes sociales es la comparación social. Las personas que tienen una cuenta de red social pueden crear un perfil en línea para compartir con otros usuarios que ya forman parte de su red fuera de línea, o para interactuar con nuevas personas. Estas avenidas digitales no solo están revolucionando la forma en que las personas interactúan, sino que también influyen en el tipo de material que los individuos eligen compartir (Sherlock & Wagstaff, 2018). Por tanto, es común ver a los usuarios destacando su individualismo publicando socialmente material deseable que refleja un estilo de vida “ideal”. Cuando este acceso ilimitado es posible, es probable que las personas participen en comparaciones sociales. Sin embargo, estos tipos de comparaciones sociales basadas en redes sociales pueden conducir a resultados negativos y pueden promover sentimientos de inferioridad (Sherlock & Wagstaff, 2018).

Tradicionalmente, las comparaciones sociales en contextos "en línea" giran en torno a las interacciones en persona con otras personas cercanas (por ejemplo, compañeros de trabajo, amigos y familiares). Por todo lo descrito anteriormente, las redes sociales proporcionan la plataforma perfecta para una meticulosa presentación personal. Los usuarios pueden permitir selectivamente el contenido en sus perfiles, publicar imágenes y describirse a sí mismos de la manera que mejor represente sus propias vistas ideales. Por ejemplo, los usuarios pueden tomarse su tiempo para construir estratégicamente personajes en línea que enfatizen sus rasgos más deseables mientras que las interacciones cara a cara no permiten el mismo grado de contemplación o flexibilidad. En resumen, los usuarios de redes sociales pueden transmitir sus características personales (por ejemplo, éxitos, personalidades, emociones) a través de imágenes y publicaciones que pueden convertirlos en un objetivo de comparación ascendente o descendente para otros usuarios haciendo que se transmita información distinta que normalmente no se transmite en situaciones de comparación social tradicionales (Vogel *et al.*, 2014).

Las redes sociales contienen información cuantitativa y cualitativa sobre la red social de la persona, como el número de personas en la red y la cantidad de compromiso que la persona tiene con los miembros de la red. Por ejemplo, una persona que tiene una red social activa (por ejemplo, recibe numerosos comentarios, respuestas y "me gusta" virtuales o aprobación de su contenido) puede ser un objetivo de comparación ascendente en términos de popularidad, sociabilidad o capital social percibido. Por lo tanto, además de ver información de comparación ascendente "personal" (por ejemplo, sobre los éxitos, el atractivo de una persona), una persona puede obtener información de comparación ascendente "social" observando la actividad de su red social (Vogel *et al.*, 2014).

Compararse con otros en las redes sociales crea una vía para determinar el valor social y personal de cada persona (Festinger, 1954). Sin embargo, este tipo de comparaciones sociales basadas en las redes sociales puede conducir a resultados negativos, particularmente cuando los individuos presentan su versión más "ideal" en las redes sociales que invitan a las comparaciones sociales ascendentes de los demás, generalmente. Es por esto que, el utilizar las redes sociales, puede llegar a promover la comparación social. Varios estudios han establecido una relación significativa entre su uso excesivo y una disminución en variables de bienestar psicológico. Esto incluye depresión, baja autoestima, ansiedad elevada, insatisfacción corporal alta y baja (Lup *et al.*, 2015). Es probable que el hecho que Instagram sea tan visual, esto podría motivar a los usuarios a participar en una comparación social ascendente excesiva, que puede conducir a resultados negativos (Lup *et al.*, 2015).

Otro proceso asociado es la tendencia hacia el error fundamental de la atribución, teoría que describe la tendencia o disposición a sobredimensionar motivos personales de los demás (Jones & Davis, 1965; Jones & Harris, 1967; Seabrook, Kern, & Rickard, 2016). Las personas tienden a atribuir el comportamiento de los demás a factores disposicionales en lugar de situacionales o externos. Esto sugeriría que navegar por las fotos mejoradas de celebridades u otros extraños en Instagram pueda provocar suposiciones de que estas fotos son indicativas de cómo las personas viven en realidad

(Seabrook *et al.*, 2016). Estas conclusiones hacen que las personas sean más vulnerables a juzgarse a sí mismas en relación con la vida asumida (pero a menudo poco realista) de los demás, lo que puede provocar sentimientos negativos.

a. Ansiedad, ansiedad estado (AE) y ansiedad rasgo (AR)

La ansiedad es una parte de la existencia humana, todas las personas sienten un grado moderado de la misma, siendo esta una respuesta adaptativa que nos ayuda a sobrevivir y afrontar las situaciones que percibimos como amenazantes. Por tanto, el término ansiedad se puede definir como un conjunto de manifestaciones fisiológicas y psicológicas que no pueden ser atribuidas a amenazas reales, sino que se manifiestan en forma de crisis o como un estado persistente y difuso (Sierra, Ortega, & Zubeidat, 2003).

Los trastornos psicológicos de tipo ansioso incluyen los siguientes: la fobia social, la agorafobia, los ataques de pánico, el trastorno de ansiedad generalizada, el trastorno de estrés postraumático y el trastorno obsesivo compulsivo (Asociación Americana de Psiquiatría, 2014). Estos son prevalentes en la población general y son bastante frecuentes entre estudiantes universitarios (Fonseca-Pedrero *et al.*, 2012). Estos síntomas impactan en las funciones cognitivas y en el rendimiento académico y también en los aspectos familiares y laborales, tanto como en la autopercepción física, lo cual tiene costos a niveles sociales (Fonseca-Pedrero *et al.*, 2012).

Es importante diferenciarla de otros posibles términos como lo son el miedo, el estrés y la angustia. Del miedo se diferencia en que este se manifiesta ante estímulos presentes, la ansiedad es más una anticipación de peligros futuros, indefinibles e imprevisibles. También se diferencia del miedo en que la ansiedad primera consiste en la emisión de una respuesta más difusa, menos focalizada, ocurriendo sin causa aparente. De la angustia se diferencia en cuanto a la somatización e intensidad de los síntomas ya que, en la angustia, los síntomas suelen ser más intensos y con efectos más fisiológicos que la ansiedad. Ahora bien, la ansiedad se diferencia del estrés en el sentido que este se da más que todo cuando no se tiene un buen manejo del tiempo o una buena organización, por lo que las personas no se sienten en control, pero pueden obtener herramientas para manejarlo más fácilmente. Tanto para el miedo como para el estrés, las personas experimentan episodios únicos y episodios crónicos como cuando se trata de angustia o ansiedad (Sierra, Ortega & Zubeidat, 2003).

En cuanto a la ansiedad, esta tiene una característica de anticipación muy fuerte, lo que indica que es capaz de prever o señalar el peligro o amenaza y darle una función activadora y facilitadora de la capacidad de respuesta del individuo, convirtiéndose en un mecanismo biológico adaptativo de protección y supervivencia ante los daños que estas amenazas puedan causar (Sierra, Ortega & Zubeidat, 2003). Sin embargo, si la ansiedad supera la normalidad en cuanto a los parámetros de intensidad, frecuencia o duración, o bien se relaciona con estímulos no amenazantes para el organismo, provoca manifestaciones patológicas en el individuo, tanto a nivel emocional como funcional, se

puede decir que se ha vuelto patológica (Agudelo Vélez, Casadiegos Garzón, & Sánchez Ortiz, 2008).

Por su parte, desde la psicología de la personalidad (Eysenck, 1967; Spielberg, 1975; (Spielberger, Gorsuch, & Lushene, 1997) se puede concebir la ansiedad en términos de rasgo y estado. Desde el punto de vista de la ansiedad rasgo (AR) (personalidad neurótica), se presenta una tendencia individual a responder de forma ansiosa ante un peligro o amenaza. Esta tendencia puede variar individualmente dependiendo de factores biológicos como aprendizaje. Por tanto, algunos sujetos tienden a percibir un gran número de situaciones como amenazantes, reaccionando con ansiedad, mientras que otros no le conceden mayor importancia (Sierra, Ortega & Zubeidat, 2003).

Por otra parte, la ansiedad estado (AE) se asimila a una fase emocional transitoria y variable en cuanto a intensidad y duración; esta es vivenciada por el individuo como patológica en un momento particular, caracterizándose por una activación autonómica y somática y por una percepción consciente de la tensión subjetiva. Cuando las circunstancias son percibidas como amenazantes por el sujeto, la intensidad de la emoción aumenta independientemente del peligro real, mientras que cuando las mismas son valoradas como no amenazantes, la intensidad de la emoción será baja, aunque exista dicho peligro real. Es decir, son episodios únicos y particulares (Sierra, Ortega & Zubeidat, 2003; Eysenck, 1967; Spielberg, 1975; Spielberger, Gorsuch, & Lushene, 1997). Todo esto indica que la ansiedad es una respuesta normal y necesaria que en casos externos puede llegar a ser una respuesta desadaptativa (ansiedad patológica); la solución para diferenciar ambas respuestas puede residir en que la ansiedad patológica se manifiesta con mayor frecuencia, intensidad y persistencia que la ansiedad normal o funcional.

En resumen, la ansiedad, entonces, es un estado de agitación e inquietud que se caracteriza por la anticipación del peligro, el predominio de síntomas psicológicos y sensación de peligro (combinación de síntomas cognitivos y fisiológicos). Esta se manifiesta con una reacción de hipervigilancia, donde el individuo trata de buscar una solución al peligro ya que su vida puede verse amenazada (Sierra, Ortega & Zubeidat, 2003).

b. Comparación social e Instagram

La teoría de la comparación social (Festinger, 1954) se centra en la creencia de que los individuos tienen un impulso interno para obtener autoevaluaciones precisas. Esto, a través de realizar comparaciones sociales ascendentes (es decir, compararse con personas a las que ellos perciben como superiores) o comparaciones sociales descendentes (es decir, compararse con personas que ellos perciben como inferiores) (Buunk, Belmonte, Peiró, Zurriaga & Gibbons, 2005).

La comparación social es un impulso fundamental de los seres humanos (Vogel, Rose, Roberts, & Eckles, 2014) que cumple una variedad de funciones: satisfacción de las las necesidades de afiliación, auto evaluación, toma de decisiones e incluso como motivación y regulador de las emociones y el bienestar. Existen dos tipos de comparación social: la comparación social ascendente que ocurre cuando se compara con otros superiores que tienen características positivas y la comparación social descendente que ocurre cuando se compara con otros inferiores que tienen características negativas. Aunque la comparación ascendente puede ser beneficiosa porque motiva a las personas a parecerse más a sus objetivos de comparación, también hace que las personas se sientan inadecuadas, realicen autoevaluaciones más pobres y experimenten un afecto negativo en general. Por otro lado, aunque los usuarios se sientan inferiores a otros cuando utilizan esta red social, a veces, hacer que las personas se sientan negativas porque revela cómo las cosas podrían empeorar, con mayor frecuencia conduce a mejoras en el afecto y la autoevaluación (Vogel *et al.*, 2014).

Instagram ha demostrado que las imágenes hablan más que las palabras, superando a Twitter y otras plataformas de redes sociales en términos de usuarios (Sherlock & Wagstaff, 2018). La simplicidad y la creatividad de la plataforma no solo han permitido a los usuarios compartir y reconocer la vida de los demás a través de fotos, sino que también han permitido que celebridades y marcas comerciales se relacionen con sus consumidores.

Investigaciones anteriores han demostrado que la información visual se recuerda más fácilmente que la información escrita (Ryhänen, 2019). Por lo tanto, la principal característica de Instagram para compartir videos y fotos de hecho puede ser más dañina debido al impacto que el material que se sube tiene sobre las impresiones de lo que al usuario le parezca “ideal” cuando se compara con redes sociales que se centran en el contenido escrito (estado actualizaciones y publicaciones en el muro) y compartir enlaces a otros sitios (como artículos de noticias) (Lup *et al.*, 2015). Las características de la red social Instagram asociadas a los procesos psicológicos descritos sugieren que es necesario investigar cómo el uso de esta red impacta su bienestar psicológico.

E. Cognición social

La cognición social es aquella que estudia los fenómenos sociales empleando elementos de la psicología básica y experimental. Sus objetos de estudio son las relaciones interpersonales y la formación y tratamiento de conceptos y actitudes (González & Ruiz, 2015). Esta se caracteriza por ocuparse de la cognición desde el punto de vista social ya que incluye el contexto y entorno en los cuales se presentan los estímulos y las personas como agentes de interacción. Por tanto, se enfoca en cómo afecta a la percepción el simple hecho que el estímulo que se estudia sea de valor para la comunidad o la persona (se vuelve subjetivo) ya que las características de este objeto definen y diferencian al objeto, en función de las expectativas de la persona que lo percibe (González & Ruiz, 2015). Esta teoría se interesa por la influencia que juega la socialización de los individuos en la cognición (en especial la pertenencia a grupos y la cultura, creencias y actitudes personales). Para resumir, cómo las creencias afectan los

procesos cognitivos y cómo estos inciden en el establecimiento de las primeras. Entonces, la cognición social es la habilidad de darle sentido al mundo a través del procesamiento de señales generadas por otra persona que engloba un rango de procesos cognitivos que logra que las personas se entiendan e interactúen entre ellas (Kilford, Garrett & Blakemore, 2016).

La cognición social contemporánea plantea su enfoque hacia una mediación cognitiva entre el comportamiento social y los procesos mentales ya que se ha demostrado la existencia de comportamientos automáticos y no conscientes que facilitan la transmisión de contenido social entre individuos y cargan de valor a objetos, expresan actitudes o transmiten estereotipos (González & Ruiz, 2015). Por tanto, los individuos construyen su realidad basados en la interpretación y el contexto en el que se encuentra cierto estímulo y esto, por ende, va a determinar el cómo los individuos piensan, sienten y se comportan en un mundo social complejo.

En cuanto al contexto, se mencionó previamente que depende del contexto en el cual se encuentre el estímulo porque a partir de aquí es donde las personas comienzan a realizar juicios sociales (aunque las mismas personas vean el mismo estímulo, va a depender del contexto del estímulo y también los estereotipos o información previa que conozcan las personas para hacer este juicio) (Greifender, Bless & Fiedler, 2017).

Existen varios procesos que subyacen a la cognición social, dentro de los cuales podemos mencionar la rapidez, certeza y consistencia (la personas tratan de percibir al mundo justo como ellos creen que es) de la reacción ante el estímulo en cuestión. La consistencia es una de las más grandes influencias en la forma en que los individuos construyen la realidad (especialmente en la comparación social de Festinger) ya que las inconsistencias en el pensamiento social pueden crear sentimientos negativos cuando hay una discrepancia entre “lo que se es” y “lo que sucedió” (Greifender, Bless & Fiedler, 2017). Por ejemplo, si una persona se siente inteligente y falla un examen, esto generará malestar. Por tanto, va a depender y diferir en cada persona el que tan rápido interpreten un estímulo, qué tan cierta sea esta interpretación y qué tan consistente sea.

Ahora bien, el factor social de la cognición social es que los estímulos no son tangibles, sino son emociones, acciones, atributos, etc., entonces usualmente se sacan conclusiones subjetivas basadas en la experiencia previa. Sin embargo, esta naturaleza social no solamente tiene que ver con la naturaleza del estímulo, sino que el procesamiento social en sí es un proceso genuino y normal que se hace de manera automática desde pequeño (Greifender, Bless & Fiedler, 2017). Este proceso tiene implicaciones en cómo las personas se sienten y piensan de ellas mismas. Aquí se deben considerar dos aspectos del involucramiento del “yo”. Uno de ellos es, que cuando la situación es muy importante para la persona, esta necesita que el procesamiento sea más certero y hay mas miedo de invalidación. El segundo es que se influencia la dirección del procesamiento (puede llegar a ser amenazante porque refleja la realidad y la persona se

siente mal cuando esta no es como desea) y esta puede sesgarse cuando la persona quiere mantener cierta posición (mantener la coherencia entre los pensamientos y creencias que ya se traen) (Greifender, Bless & Fiedler, 2017).

Finalmente, la naturaleza específica de la cognición social se refleja en los límites de tiempo. En la mayoría de las situaciones, las personas tienen un límite de tiempo corto para responder, por lo que la interpretación previa dará lugar a la respuesta en ese momento y eso influenciará también a la respuesta de la otra persona. Por tanto, la cognición social necesita ser lo más adaptativa posible y sensible ante los requerimientos de cierta situación social (Greifender, Bless & Fiedler, 2017).

En la adolescencia o juventud, el cerebro está atravesando muchos cambios dentro de los cuales se incluyen relaciones complejas y jerárquicas con sus pares y, por lo tanto, son más sensibles al rechazo por parte de estos. En este desarrollo cerebral, muchas funciones van evolucionando y complejizándose, pero hay una muy importante en el rol de la cognición social: la mentalización. Esta es la habilidad de hacer atribuciones sobre el estado mental de los demás, incluyendo las creencias, pensamientos, deseos, intenciones y sentimientos (Kilford, Garrett & Blakemore, 2016). Estas conclusiones se ven influenciadas por la interacción entre este cerebro que se vuelve más social poco a poco, el control cognitivo y el procesamiento afectivo/motivacional ya que la retroalimentación y validación de los pares (especialmente en la adolescencia) es importante y puede jugar un papel en el estado afectivo (Kilford, Garrett & Blakemore, 2016).

F. Estudios previos de Guatemala

Actualmente existen dos tesis de pregrado que resultan relevantes para esta investigación. Una de ellas es la realizada por Beatriz Salazar en el año 2,014 donde se evaluó la prevalencia de la dependencia al internet en jóvenes universitarios correspondientes a dos campus externos a la sede central. El segundo es un estudio realizado en el año 2,017 por María José Durán cuyo objetivo era conocer la relación entre los factores que integran la impulsividad (premeditación, perseverancia, búsqueda de sensación y urgencia) y los factores que componen la dependencia al teléfono celular en estudiantes universitarios.

En el primer estudio se encontró que esta población se encuentra debajo de la media para diagnosticar dependencia al internet y que, según los instrumentos utilizados (Test de Dependencia del Internet) los puntajes son promedio, indicando que estos jóvenes dedican menos tiempo a hacer otras actividades porque usar internet consume la mayoría de su tiempo (Salazar, 2014). Asimismo, reportaron sentimientos de frustración y que a veces les afecta cuando no logran conectarse, lo cual los lleva a buscar un lugar donde conectarse, a veces necesitan más tiempo para usar internet que antes, pasan más de tres horas seguidas en internet y pierden la noción del tiempo mientras navegan y que lo primero que hacen al llegar a casa es conectarse al internet (Salazar, 2014).

Un hallazgo interesante de esta investigación fue que, a pesar de lo reportado anteriormente, rara vez se conectan al internet cuando tienen problemas o piensan en conectarse cuando están haciendo cosas importantes. Asimismo, pocas veces mienten o discuten con sus familiares sobre el uso o el tiempo que pasan en internet y pareciera que tampoco llegan tarde a eventos importantes por estar navegando en internet (Salazar, 2014).

En cuanto a la prevalencia, se evidenció que la población total dependiente del internet es del 18.667% sin importar sexo o lugar geográfico, el 18% de la población indica que los estudiantes universitarios abusan del internet, el 15% de los estudiantes se obsesionan por usar internet y el 17% ante la falta del internet sufren de abstinencia y pérdida de control (Salazar, 2014).

En este estudio también se evidenció que los hombres son más dependientes al internet, abusan más del uso del internet y que la falta de este les provoca más síntomas de abstinencia y pérdida de control que a las mujeres (Salazar, 2014).

Ahora bien, el segundo estudio mencionado previamente consistía en una muestra de 350 estudiantes de universidades privadas de la Ciudad de Guatemala donde el rango de edad de la muestra fue de 17 a 26 años. Los hallazgos importantes y relevantes de esta investigación indican que la mitad de la muestra se sentía muy inquieto o demasiado inquieto cuando dejaban el teléfono celular en casa, siendo una parte muy pequeña consciente de sentirse muy tranquilo. Asimismo, la mitad de los participantes usaban el teléfono celular en un rango de 6 a 10 horas diarias y un cuarto de la muestra usaba el teléfono celular de 11 horas diarias o más; esto es más que una jornada laboral completa (Durán, 2017). Sin embargo, los estudiantes estaban conscientes que la tecnología es considerada como un aspecto cotidiano y que pueden darle un sobre uso al mismo, descartando otros aspectos importantes como por ejemplo la forma de socialización entre otras personas.

Según este estudio, pareciera que hay una tendencia en que los jóvenes universitarios a utilizar el celular varias horas al día, sin tomar en consideración la cantidad de tiempo que se pierde al estar conectado. Asimismo, muchos de los estudiantes no estaban totalmente conscientes del daño que les causa no tener el celular ya que, aunque sí indicaron sentir ansiedad, no es una ansiedad que ellos consideren lo suficientemente marcada para solicitar ayuda (Durán, 2017).

Este estudio evidenció la existencia de diferencias significativas según el sexo del participante, mostrando la población femenina una mayor puntuación en cuanto a las variables de tolerancia y abstinencia, así como en un uso excesivo del celular; lo que quiere decir que las mujeres tienen mayor tendencia y están en mayor riesgo a utilizar de forma incorrecta el celular, interfiriendo más en la vida cotidiana (Durán, 2017). Sin embargo, el índice general de dependencia al celular no mostró diferencias significativas

según el sexo, indicando que es probable que la población masculina utiliza el celular con la misma frecuencia que las mujeres y el instrumento utilizado pudo haber influido en la respuesta (Durán, 2017).

En otro estudio realizado por Chóliz, **et al.** (2016), se evidenció que, en Guatemala, la adicción al uso de los teléfonos móviles es algo que existe y que se ve regulado por tres factores importantes: el abuso o interferencia con otras actividades, la tolerancia y la falta de control. Nuevamente en este estudio se evidencia que la población femenina es quien presenta niveles más altos de dependencia o adicción al teléfono móvil y uso de internet que los hombres.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A. Definición del problema

Teniendo en cuenta que los usuarios pueden acceder a su teléfono celular prácticamente en cualquier lugar y en cualquier momento, junto con la cultura orientada a la visión antes mencionada, potencialmente esto crea diferentes comportamientos y motivaciones de los usuarios en comparación con otras redes sociales. Los usuarios de Instagram pueden tener diferentes razones o motivaciones para compartir sus fotografías: mostrar momentos importantes de sus vidas, expresar su autoconcepto y mostrar relaciones personales (Prades & Carbonell, 2016).

El incremento en el uso de las redes sociales ha hecho que las interacciones cara a cara versus las interacciones en línea se vean afectadas ya que estas últimas pueden disminuir la calidad de las relaciones sociales en general y afectar el funcionamiento psicosocial; así como detonar o mantener problemas de salud mental, específicamente aquellos relacionados a la ansiedad (Lee *et al.*, 2015). Por ejemplo, estudios como el de la Royal Society for Public Health del 2017 titulado *#statusofmind* (Royal Society for Public Health [RSPH] & Young Health Movement, 2017) indican que Instagram también lidera la lista de las redes sociales más dañinas debido a los efectos negativos que puede causar en jóvenes, tales como daños a la imagen personal, estrés, ansiedad, trastornos de sueño, etc. Sobre todo, debido a la forma en que el contenido se difunde y los usuarios interactúan entre sí en Instagram, que evidencia que quienes consumen contenido altamente visual y están expuestos a la crítica y difusión son más propensos a sufrir estos problemas. En este estudio específicamente, los jóvenes, a través de una encuesta, categorizaron Instagram como la red social con más efectos negativos en sus vidas, afectando patrones de sueño, imagen corporal y ansiedad (RSPH & Young Health Movement, 2017).

Uno de cada seis jóvenes experimentará un trastorno de ansiedad en algún momento de sus vidas y las tasas identificadas de ansiedad y depresión en los jóvenes han aumentado en un 70% en los últimos 25 años (Royal Society for Public Health (RSPH) & Young Health Movement, 2017). Estudios han demostrado que los jóvenes reportan que cuatro de las cinco plataformas más utilizadas de redes sociales utilizadas en realidad empeoran sus sentimientos de ansiedad (Royal Society for Public Health (RSPH) & Young Health Movement, 2017; Seabrook *et al.*, 2016; Torre & Vaillard, 2012). Se sabe que la ansiedad puede tener un impacto enormemente perjudicial en la vida de una persona joven ya que los sentimientos de preocupación abrumadores pueden dificultarles salir de la casa, asistir a clases o incluso su rendimiento en el trabajo.

La ansiedad se puede diagnosticar como un trastorno de salud mental específico, como el trastorno de ansiedad generalizada (TAG), el trastorno de pánico, el trastorno de ansiedad social o el trastorno obsesivo compulsivo (TOC). La investigación sugiere que los jóvenes que son usuarios intensivos de las redes sociales, es decir, que pasan más de dos horas al día en sitios de redes sociales como Facebook, Twitter o Instagram, tienen más probabilidades de reportar problemas de salud mental, incluyendo problemas psicológicos (síntomas de ansiedad y depresión) (Royal Society for Public Health (RSPH) & Young Health Movement, 2017).

En otros estudios también se ha evidenciado que el uso de Instagram está correlacionado con una variedad de variables de bienestar psicológico como síntomas depresivos, ansiedad, insatisfacción corporal y autoestima ya que la exposición a imágenes idealizadas conduce a una disminución en el atractivo autoevaluado, lo que implica que la exposición crónica puede afectar la salud psicológica (Sherlock & Wagstaff, 2018). Asimismo, Lup, Trub y Rosenthal (2015) encontraron que el uso más frecuente de Instagram puede causar o influir en síntomas depresivos, así como en los niveles de comparación social de los usuarios, ya que el uso de Instagram también tiene un efecto indirecto sobre la depresión, mediado por la comparación social.

Ver amigos constantemente de vacaciones o disfrutar de salidas nocturnas puede hacer que los jóvenes sientan que se están perdiendo mientras otros disfrutan de la vida. Estos sentimientos pueden promover una actitud de "comparar y desesperar" en los jóvenes. Las personas pueden ver mucho *photoshop*, no exagerar, editar o escenificar fotografías y videos y compararlos con sus vidas aparentemente mundanas. Los hallazgos de un pequeño estudio, encargado por *Anxiety UK*, respaldaron esta idea y encontraron evidencia de que las redes sociales alimentan la ansiedad y aumentan los sentimientos de inadecuación (Royal Society for Public Health (RSPH) & Young Health Movement, 2017). Las expectativas poco realistas establecidas por las redes sociales pueden dejar a los jóvenes con sentimientos de autoconciencia, baja autoestima y la búsqueda del perfeccionismo que pueden manifestarse como trastornos de ansiedad. También se ha demostrado que el uso de las redes sociales, particularmente el funcionamiento simultáneo de más de una cuenta de redes sociales está relacionado con síntomas de ansiedad social (Royal Society for Public Health (RSPH) & Young Health Movement, 2017).

Hay 10 millones de fotografías nuevas cargadas solo en Instagram cada hora, lo que brinda un potencial casi infinito para que los jóvenes, especialmente las mujeres, se vean atraídos a realizar comparaciones basadas en la apariencia mientras están en línea. Los estudios han demostrado que cuando los jóvenes en su adolescencia y adultez temprana utilizan las redes sociales por al menos dos horas, las preocupaciones sobre la imagen corporal son más altas en comparación con los no usuarios. Un estudio también demostró que las niñas expresan un deseo elevado de cambiar su apariencia, como la cara, el cabello y/o la piel después de pasar tiempo en Instagram (Royal Society for Public Health (RSPH) & Young Health Movement, 2017).

Los factores de riesgo y las consecuencias del uso problemático de las redes sociales son notables y pueden tener consecuencias personales, familiares y hasta sociales. Echeburúa (2012) indica que hay ciertas características de personalidad o estados emocionales que aumentan la vulnerabilidad psicológica: la impulsividad; la disforia, la intolerancia a los estímulos poco placenteros y la búsqueda de emociones fuertes y que también el aislamiento social o las relaciones con un grupo de personas que abusan de las nuevas tecnologías pueden incitar a los jóvenes a engancharse a Internet o a las redes sociales. Esta tendencia a dejarse influir por el entorno o a compensar en el mundo virtual las carencias del mundo real se intensifica cuando los factores de riesgo familiares (el entorno familiar está poco cohesionado y no consigue modular los impulsos del adolescente) se encuentran presentes (Echeburúa, 2012). En resumen, un sujeto con una personalidad vulnerable, con una cohesión familiar débil y con unas relaciones sociales pobres corre el riesgo de hacerse adicto si cuenta con un hábito de recompensas inmediatas, tiene el objeto de la adicción a mano, se siente presionado por el grupo y está sometido a circunstancias de estrés (fracaso escolar, frustraciones afectivas o competitividad) o de vacío existencial (aislamiento social o falta de objetivos) (Echeburúa, 2012).

Estudios recientes con estudiantes universitarios descubrieron que el uso problemático de Instagram está asociado con niveles bajos de autoestima, amabilidad y conciencia. Y que, ver transmisiones en vivo de otros, y comentarios sobre publicaciones de otros, crea una sensación percibida de presencia y escapismo (Balta, Emirtekin, Kircaburun, & Griffiths, 2018). En Latinoamérica, podemos encontrar los estudios de Osorio, Molero, Pérez y Mercader (2014) y Castro y Charry (2019) en los cual se dieron a conocer algunas de las posibles consecuencias que pueden tener los universitarios con relación a las redes sociales. Se encontraron dos posturas: una que conduce a que los sujetos han reconocido sentir frustración al no poder conectarse a Internet o no poder chatear con los amigos lo que hace pensar que estos sujetos pueden presentar síntomas relacionados con la adicción a Internet o ansiedad y otra postura que expone que un gran número de individuos piensa que sus relaciones han mejorado con el uso de las redes sociales. Se ha argumentado en varios estudios que la relación de ver transmisiones en vivo de otros y dejar “me gusta” y comentarios sobre las publicaciones de otros con un uso problemático de Instagram puede explicarse por el miedo a perderse los desarrollos recientes y las interacciones con sus compañeros. Existe evidencia que los usuarios que manifiestan una mayor inestabilidad emocional, impulsividad, irritabilidad y ansiedad cuando también presentan niveles elevados en el uso de Internet hoy. (Balta *et al.*, 2018).

Por todo lo anterior, es importante investigar la situación de vulnerabilidad, específicamente en términos de la sintomatología ansiosa y uso de Instagram en estudiantes pertenecientes a una universidad privada en Guatemala, debido a las posibles consecuencias que estas puedan tener en su desarrollo personal y labor como estudiantes. Además, la psicología es la ciencia que puede aportar conocimientos e intervenciones respecto a esta situación, ya que puede evolucionar y llegar a convertirse en un problema de salud pública. Esta investigación puede contribuir con los conocimientos básicos para desarrollar intervenciones adecuadas que contribuyan al bienestar integral de las personas.

B. Pregunta de investigación

¿Existe una relación entre el tiempo de uso de Instagram, las manifestaciones de ansiedad y mayores puntajes de comparación social en estudiantes de pregrado de una universidad privada en Guatemala?

C. Objetivos de investigación

1. Objetivo general:

- a. Determinar la relación entre el uso de Instagram, la manifestación de síntomas de ansiedad como estado y como rasgo y los puntajes de comparación social (en cuanto a habilidades y opiniones) en estudiantes de pregrado de una universidad privada en Guatemala

2. Objetivos específicos:

- a. Establecer si la ansiedad manifestada por los estudiantes de pregrado de una universidad privada es más de tipo rasgo o estado.
- b. Establecer si los estudiantes se comparan más en términos de sus habilidades o por las opiniones de los demás.
- c. Identificar si existen diferencias en las variables de estudio a partir de las variables sociodemográficas de género, edad, carrera, año, pareja y actividad física.

III. MÉTODOLÓGÍA

A. Enfoque de la investigación

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo, porque lo que se pretendía era conocer la relación entre el uso de Instagram y manifestaciones de AE/rasgo en una población universitaria. Los datos cuantitativos consistieron en el tiempo en horas que los estudiantes utilizan Instagram y los puntajes de los instrumentos; así como los rangos cualitativos de estos instrumentos que describen los niveles de ansiedad total, AE y AR y nivel de comparación social total, comparación social de habilidades y comparación total de opiniones. Se tomó en cuenta el tiempo de uso de Instagram y se realizaron correlaciones, Tablas cruzadas y estadísticos de confiabilidad, puntajes z y estadísticos de independencia (chi-Cuadrado).

B. Tipo de investigación

Esta investigación fue de tipo no experimental, transversal y descriptivo, ya que no se manipularon variables y el fenómeno o situación ya tuvo lugar y se tomaron datos en un tiempo determinado.

C. Diseño de investigación

Se realizó un diseño correlacional en el cual se relacionaron las variables de uso de Instagram con las variables sociodemográficas, variables de ansiedad total, AR y AE, comparación social total, comparación total de habilidades y comparación total de opiniones. Esto, basado en un estudio de Lup [et al.](#) (2015) donde se descubrió que existía una relación entre el uso de Instagram y síntomas de depresión y ansiedad mediadas por la comparación social.

D. Población

La población que formó parte del estudio fueron estudiantes de diferentes carreras de pregrado pertenecientes a una universidad privada de Guatemala.

E. Criterios de inclusión y exclusión

Dentro de los criterios de inclusión se encuentran los siguientes:

1. Estudiar una carrera de pregrado de la universidad
2. Tener un teléfono inteligente y tener la aplicación de Instagram descargada
3. Pertenecer a la universidad privada en cuestión como estudiante activo

Se excluyeron aquellas personas que no tenían teléfono celular o cuenta en Instagram. No se hicieron discriminaciones por sexo o discapacidad. El número de participantes fue de 134.

F. Tipo de muestra

Inicialmente se había planificado hacer un muestreo probabilístico estratificado en el cual se iban a incluir todas las carreras de la universidad y se iban a estratificar dependiendo del año en el que se encontraban para tener un número de estudiantes por Facultad bastante homogéneo. Sin embargo, debido a que esto tomaría mucho tiempo y gestiones académicas, se realizó un muestreo no probabilístico, por disponibilidad.

Dado que se desconoce la frecuencia esperada del fenómeno (ansiedad), se asumió que se presentaba en 50% dentro de la población (Ruiz, 2016). Los cálculos se realizaron con 95% de nivel de confianza, 0.05 margen de error en una población de 3,000 estudiantes aproximadamente. El resultado de muestra mínima bajo los parámetros anteriores es de 341 estudiantes (aproximadamente el 11% de toda la población universitaria). Debido a que son menos de 500 estudiantes, no se tiene un poder estadístico significativo (Pértegas & Pita, 2003).

G. Instrumentos

Para medir la ansiedad, se utilizó el Inventario AE-Rasgo (STAI) y para medir la comparación social, se utilizó la Escala de Calificación de Comparación Social traducida al español (INCOM-E) (Schneider, S. & Schupp, 2011; Spielberger *et al.*, 1997).

El inventario STAI está diseñado para evaluar dos diferentes conceptos de la ansiedad: ansiedad como estado (definido como una condición emocional transitoria) y ansiedad como rasgo (definido como una propensión ansiosa estable en el tiempo). El inventario está compuesto por 40 ítems que se responden en una escala de Likert de 4 puntos: 1 (casi nunca) a 4 (casi siempre). La subescala de AE está conformada de los ítems 1 al 20 (los ítems 1, 2, 5, 8, 10, 11, 15, 16, 19 y 20 deben invertirse) mientras que la subescala de AR está conformada de los ítems 21 al 40 (los ítems 21, 26, 27, 30, 33, 36 y 39 deben invertirse) (Spielberger, Gorsuch, & Lushene, 1997). La interpretación de resultados se hizo de acuerdo con la media obtenida de los puntajes de los estudiantes, creando puntos de corte para los niveles de ansiedad manifestados: bajo, medio y alto.

La comparación social se midió con la versión traducida al español de la Escala de Calificación de Comparación Social (INCOM); una escala que evalúa las diferencias individuales en la tendencia de cada persona a compararse con los demás, es decir en la orientación hacia la comparación social (Buunk, Belmonte, Peiró, Zurriaga & Gibbons, 2005). Las opciones de respuesta varían de 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo). Los puntajes más altos indican una mayor tendencia hacia la comparación social. La escala, además del puntaje general, se divide en dos dimensiones de las comparaciones sociales distintas: (a) comparaciones de habilidades que se refieren a la pregunta "¿Cómo estoy?" (ítems 1-6) y (b) comparaciones de opiniones que se refieren a la pregunta "¿Qué debo sentir / pensar?" (ítems 7-11). Cada dimensión incluye un ítem que está codificado en reversa (ítems 6 y 10) y funcionan como ítems de control para sesgos de aquiescencia (Baldwin, 2013; Schneider, S. & Schupp, 2011).

El tiempo de uso de Instagram se midió preguntándole a cada sujeto un aproximado de horas de uso de la aplicación en el último día. (ver anexo A).

H. Procedimiento

El procedimiento de reclutamiento consistió en solicitar autorización para tomar tiempo de algún curso donde se encuentren estos estudiantes dentro de la institución educativa. Los horarios en los que se recopilaron datos fueron en la mañana (de 8:00 a 10:00 AM) y en las tardes (de 2:30 a 4:00PM). Esto pudo haber influido en las edades y carrera que cursaba la población que respondió los instrumentos. Con el propósito de hacer la recolección más fácil para los investigadores y más amigable con los estudiantes, los instrumentos (STAI e INCOM) se convirtieron a un formulario de Google y se les proporcionó el enlace para que pudieran llenarlo desde su dispositivo celular. Dentro de este formulario, se determinó el tiempo de uso de Instagram del último día y también la aplicación de ambas pruebas (STAI e INCOM) que duró aproximadamente entre 15 y 20 minutos. El consentimiento informado sí se entregó en papel, ya que ahí se encontraba el código que debían ingresar en el formulario para identificar cada respuesta.

I. Análisis estadístico

Para el análisis estadístico, primero se calculó la normalidad de los datos a través del estadístico de Kolmogórov-Smirnov. Se esperaba un valor $k-S < .05$ para verificar si las puntuaciones que se obtienen siguen o no una distribución normal.

Se utilizó estadística descriptiva para caracterizar la muestra en donde se reportaron la media, mediana moda y desviación estándar y se realizó el análisis de confiabilidad de las pruebas psicométricas empleadas utilizando Alpha de Cronbach ($\alpha \geq .6$). Los niveles de los puntajes totales de ansiedad y comparación social se extrajeron a través de puntajes z (extrayendo la media y sumando/restando la desviación estándar).

Para buscar diferencias significativas entre las variables se utilizó el estadístico de chi cuadrado. Esta prueba se puede aplicar en variables categóricas (nominales u ordinales) debido a que identifica diferencias entre diferentes grupos. Para esta investigación se

utilizaron las variables de niveles de ansiedad y comparación social. Estas fueron creadas a través de puntajes z, es decir, se establecieron como puntos de corte ± 1 desviación estándar. De esta cuenta, la creación de la variable "nivel de ansiedad" permitió conocer el lugar del puntaje bruto (valor observado) con respecto a su posición en la distribución y clasificarlas de una manera en la que fuera más fácil ver los niveles de manifestaciones de estas variables. Dado que esta variable es, en esencia, ordinal (porque ordena por niveles bajo, medio, alto) y sería contrastada con una variable nominal (carrera) es adecuado usar chi cuadrado.

Asimismo, se consideró que el chi cuadrado era el estadístico más adecuado ya que los datos tendían a la normalidad y el objetivo era comprobar si la hipótesis inicial, es decir, si el uso de Instagram se relacionaba con manifestaciones de ansiedad y comparación social, era aceptada o rechazada o si había relación entre el resto de las variables: uso de Instagram, AE/rasgo y comparación social por habilidades y opiniones y los datos sociodemográficos de los estudiantes. Para hacer esto, las variables continuas se convirtieron y agruparon para que fueran categóricas, como se mencionó previamente y así poder realizar el análisis con este estadístico.

Para la variable de uso de Instagram, ansiedad total, AE, AR, comparación social total, comparación social por habilidades y comparación social por opiniones se agruparon en tres niveles: bajo, medio y alto basándose en los puntos de corte de cada instrumento. Asimismo, la variable de carrera también se agrupó por Facultades: Ciencias Sociales, Ciencias y Humanidades, Ingeniería y Colegio Universitario. Si bien la normalidad es importante, y usualmente se recomienda utilizar pruebas no paramétricas no era posible realizar ANOVAS ni el estadístico Kruskal Wallis porque solo se usa con datos escalares con los cuales no se contaba en esta investigación.

También, se realizaron distintas comparaciones y se analizaron las relaciones entre las variables de uso de Instagram, ansiedad, comparación social y los datos sociodemográficos (específicamente, edad, sexo, año, carrera, actividad física y pareja) a través de Tablas cruzadas.

Finalmente, se realizó un análisis de correlación entre las variables de uso de Instagram, ansiedad y comparación social utilizando el coeficiente de correlación de Pearson, con un nivel de confiabilidad del 95%.

J. Consideraciones éticas

Se considera esta investigación como una investigación sin riesgo/con riesgo medio, ya que el único riesgo al que los participantes pueden verse expuestos es la incomodidad al responder las preguntas de los instrumentos, dado que las pruebas presentan cuestionamientos que en algunos casos las personas no han reflexionado con anterioridad.

La población que se estudió fueron estudiantes de diferentes carreras de pregrado pertenecientes a una universidad privada de Guatemala.

Los participantes leyeron un documento de consentimiento informado previo a llenar los instrumentos de evaluación. Toda la información que brindó fue confidencial. En el cuestionario no se solicitó su identidad, pero se asignó un código para el manejo de los datos. Los resultados de la investigación fueron reportados cumpliendo los criterios de confidencialidad y anonimato descritos por la Asociación Americana de Psicología (APA). En ningún momento se colocó la identidad de los participantes ni el nombre de la institución.

IV. RESULTADOS

A. Características de la muestra

La investigación se realizó con estudiantes de ambos sexos de una universidad privada ubicada en la Ciudad de Guatemala. En cuanto al sexo de los participantes, se obtuvo la participación de 85 mujeres (63.4%) y 49 hombres (36.6%) respectivamente. Esto concuerda con la mayor parte de investigaciones en psicología que se llevan a cabo en el país debido a que los datos sugieren mayor colaboración de parte de las mujeres (Ruiz, 2016).

En relación con la edad se obtuvo un rango entre 17 y 24 años ($MD = 19$ años y $DE = 1.5$) La distribución de frecuencias con respecto a la edad fue la siguiente: 16 personas de 17 años (11.9%), 38 de 18 años (28.4%), 34 de 19 años (25.4%), 27 de 20 años (20.1%), 10 de 21 años (7.5%), 4 de 22 años (3%), 2 de 23 años (1.5%) y 3 de 23 años (2.2%). Los datos evidencian mayor participación en las edades de 17 y 18 años debido a que la recolección fue durante la mañana. La Tabla 1 muestra la edad y sexo de los participantes.

Tabla 1

Edad	Hombre		Mujer	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
17	10	62.5	6	37.5
18	11	28.9	27	71.1
19	8	23.5	26	76.5
20	10	37.0	17	63.0
21	6	60.0	4	40.0
22	1	25.0	3	75.0
23	1	50.0	1	50.0
24	2	66.7	1	33.3

$n = 136$. La edad promedio de los participantes fue de 19 años ($DE = 1.5$)

Se obtuvo la participación de 57 estudiantes de primer año (42.5%), 47 estudiantes de segundo año (35.1%), 20 estudiantes de tercer año (14.9%) y 10 estudiantes de cuarto año (7.5%). Al igual que la edad, el horario pudo influir en una mayor concentración de estudiantes de los primeros años. Además, es razonable pensar que mientras más se avanza en la carrera menos estudiantes estarán en las carreras. También se obtuvo la participación de 4 Facultades de la universidad: 26 personas de la Facultad de Ciencias Sociales (19.4%), 44 personas de la Facultad de Ciencias y Humanidades (32.8%), 3 personas del Colegio Universitario (2.2%) y 61 personas de la Facultad de Ingeniería (45.5%). La autorización para realizar el trabajo de campo también pudo influir en estos datos ya que en el horario y cursos que autorizaron el poder recolectar datos pertenecían al pensum de las carreras de estas Facultades. Asimismo, por haber recolectado datos en la mañana, que es el horario en los cuales los estudiantes de primer y segundo año usualmente reciben sus clases, pudo influir en la frecuencia de la variable de año cursado.

Con respecto a su situación laboral, 19 estudiantes (14.2%) reportaron estar laborando, mientras que 115 (85.8%) reportaron no estar laborando. De la muestra total, 88 estudiantes (65.7%) reportaron no tener pareja y 46 estudiantes (34.3%) reportaron mantener una relación. Del total de encuestados, 88 personas (65.7%) reportaron realizar alguna actividad física de forma frecuente, mientras que 46 (34.3%) reportaron que no realizan ningún tipo de actividad física.

El promedio de tiempo de uso de Instagram fue de 2.65 horas por día, con una desviación estándar de 2.25. Según estudios realizados, la media de uso de Instagram es de 30 a 50 minutos al día (Newberry, C., 2019; Molla, R. y Wagner, K., 2018), por lo que estos resultados indican que los estudiantes pasan mucho tiempo en esta red social. En la población femenina, la media fue de 3.15 horas por día con una desviación estándar de .268 mientras que para la población masculina la media fue de 1.80 horas con una desviación estándar de .211. Esto pareciera indicar que las mujeres utilizan más esta red social que los hombres, por día.

De los participantes, 72 estudiantes (53.7%) reportaron utilizar la aplicación 2 horas o menos, 40 estudiantes (29.9%) entre 3 a 4 horas, 13 estudiantes (9.7%) entre 5 a 6 horas, 7 estudiantes (5.2%), entre 7 a 8 horas y 2 estudiantes (1.5%) más de 11 horas. Se encontró una diferencia significativa en el tiempo de uso en base al sexo del participante ($p < .05$), siendo este mayor en la población femenina en comparación a la masculina. La Tabla 2 muestra estos resultados.

Tabla 2

Tiempo de uso de Instagram por sexo

Uso de Instagram	Hombre		Mujer	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
<= 2	35	71.4	37	43.5
3 - 4	11	22.4	29	34.1
5 - 6	2	4.1	11	12.9
7 - 8	1	2.0	6	7.1
11+	0	0.0	2	2.4

n = 134. El tiempo de uso tuvo una media de 2.65 horas (*DE* = 2.25)

B. Características psicométricas de los instrumentos

Para el análisis de confiabilidad de las escalas, se utilizó el estadístico Alfa de Cronbach donde se esperaban valores mayores a 0.6 para considerar como fiables las escalas. A continuación, se presentan los puntajes de confiabilidad del INCOM y STAI.

En relación con el STAI, la consistencia interna para la escala total fue de $\alpha = .948$ para toda la muestra, $\alpha = .928$ para la subescala de estado y $\alpha = .896$ para la subescala de rasgo. Todos estos valores fueron interpretados como excelentes para la escala total y AE, y buenos para la subescala de AR.

Para la escala de comparación social (INCOM-E), se obtuvo $\alpha = .810$ para la escala total, un $\alpha = .751$ para la subescala de habilidades y un $\alpha = .529$ para la subescala de opiniones. Todos estos fueron interpretados como aceptables, exceptuando el de .529.

C. Puntajes totales de las escalas

Los resultados totales del inventario STAI mostraron una media de = 22.28, una mediana de 20, una moda de 22 y una desviación estándar de 11, lo cual quiere decir que, a nivel general, los estudiantes presentan indicadores de AR dentro de un rango promedio según el manual del instrumento (Spielberger *et al.*, 1997). Esto indica que los estudiantes no se encuentran dentro de niveles de ansiedad alarmantes, pero sí está presente en sus vidas. Asimismo, se calculó la normalidad de los datos a través del estadístico de Kolmogórov-Smirnov y se obtuvo un valor $k-S < .05$, lo cual indica que los resultados tienden a la normalidad y que es posible utilizar pruebas paramétricas para el análisis.

Para establecer puntos de corte para el inventario STAI se utilizó la desviación estándar donde se establecieron tres niveles: bajo (0-22), medio (22-33) y alto (>33). Los resultados se observan en la Tabla 3.

Tabla 3

Niveles de ansiedad entre los participantes

Nivel de ansiedad	Ansiedad total	
	<i>N</i>	%
Bajo	22	16.4
Medio	85	63.4
Alto	27	20.1

n = 134

Los puntajes totales de la escala INCOM mostraron una media de 34.71, una mediana de 37, una moda de 38 y una desviación estándar de 8.2. También se calculó la normalidad de los datos a través del estadístico de Kolmogórov-Smirnov y se obtuvo un valor $k-S < .05$, lo cual indica que los resultados tienden a la normalidad.

Al igual que la escala STAI también se analizaron las frecuencias del resultado total de la escala INCOM según tres niveles basados en las desviaciones estándar: bajo (0-34), medio (34-42) y alto (>42). Los resultados de este análisis muestran que un 21.6% de los estudiantes presenta niveles bajos de comparación social en general, un 59.7% presenta niveles medios y un 18.7% niveles altos. La Tabla 4 muestra estos resultados.

Tabla 4

Niveles de comparación social entre los participantes

Nivel de comparación social	Comparación social total	
	<i>N</i>	%
Bajo	29	21.6
Medio	80	59.7
Alto	25	18.7

n = 134. La media fue de 34. (*DE* = 8.2).

D. Tipo de ansiedad en los estudiantes

Los datos descriptivos de la subescala de estado (compuesta por los ítems del 1 al 20 donde los ítems 1, 2, 5, 8, 10, 11, 15, 16, 19 y 20 son inversos) según los autores de la escala (Spielberger *et al.*, 1997) mostraron una media de 22.28, una mediana de 22, una moda de 22 y una desviación estándar de 11.38. Los datos descriptivos para la subescala de rasgo mostraron una media de 24, una mediana de 22.50, una moda de 22 y una desviación estándar de 10.34. Se calculó la normalidad de los datos a través del estadístico de Kolmogórov-Smirnov y se obtuvo un valor $k-S < .05$, lo cual indica que los resultados de ambas subescalas tienden a la normalidad.

Para saber qué tipo de ansiedad era más alto en los estudiantes (estado: AE o rasgo: AR) se compararon los porcentajes. Los datos muestran 63.4% para AE y 62.7% para AR, es decir, se encuentra en un nivel medio. Esto indica que los estudiantes probablemente tengan cierta predisposición ante la ansiedad y también perciban las situaciones que se les presentan como amenazantes.

Para ambas subescalas de ansiedad los porcentajes de estudiantes que reportaron experimentar altos niveles de ansiedad son muy parecidos, habiendo un 19.4% en AR y un 20.1% para AE. Sin embargo, aunque sea por poco, se observa que la AE pareciera presentar niveles más altos en la población estudiantil en comparación a la AR. Esto podría indicar que experimentan más síntomas de ansiedad por eventos estresantes más que por un rasgo de su personalidad (Spielberger *et al.*, 1997). La Tabla 5 y la Figura 1 muestran estos resultados.

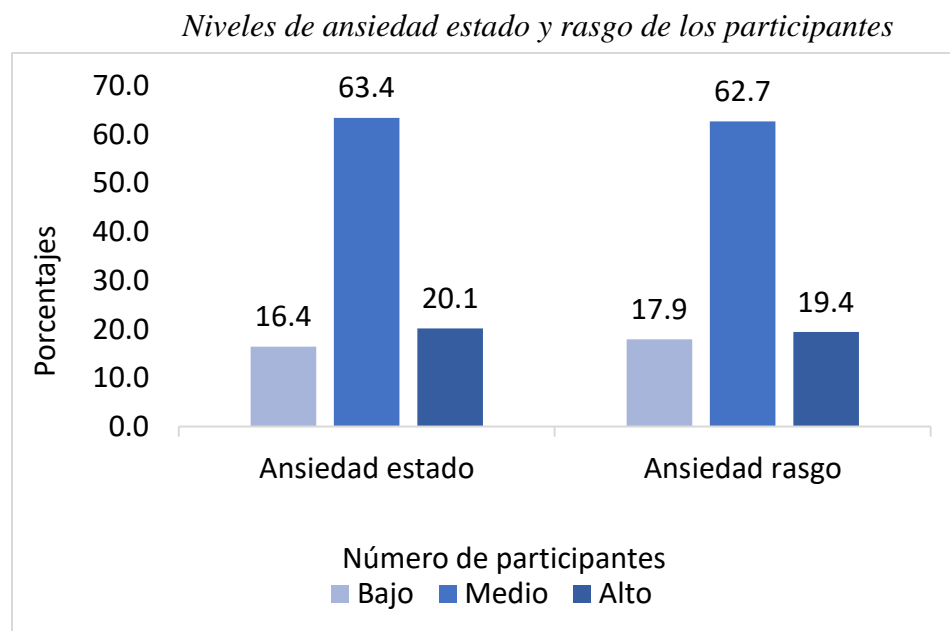
Tabla 5

Niveles de ansiedad rasgo y estado

Nivel de ansiedad	Rasgo		Estado	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
Bajo	24	17.9	22	16.4
Medio	84	62.7	85	63.4
Alto	26	19.4	27	20.1

n = 134

Figura 2



Nota. Número de participantes y porcentajes por niveles y tipo de ansiedad

También se obtuvo el estadístico Chi-cuadrado de Pearson para indagar si existía una relación significativa entre las variables de ansiedad y los datos sociodemográficos de los estudiantes y se obtuvo diferencias significativas para las variables de año, carrera, edad, sexo, actividad física, trabajo y pareja.

Se identificó que la diferencia se encuentra en las variables de carrera, $\chi^2(1, n = 134) = 12.23, p < 0.05$ habiendo más manifestaciones de ansiedad como estado de nivel alto en estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales (34.6%) y de la Facultad de Ingeniería (19.7%), en comparación a los resultados de AR para Ciencias Sociales (26.9%) e Ingeniería (19.4%). Esto quiere decir que los estudiantes pertenecientes a las Facultades de Ciencias Sociales e Ingeniería manifiestan más síntomas de ansiedad estado que el resto de los estudiantes. La Tabla 6 muestra estos resultados.

Tabla 6

Niveles de ansiedad estado por carrera

Nivel de AE	Ciencias Sociales		Ciencias y Humanidades		Colegio Universitario		Ingeniería	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
Bajo	7	26.9	9	20.5	0	0.0	6	9.8
Medio	10	38.5	29	65.9	3	100.0	43	70.5
Alto	9	34.6	6	13.6	0	0.0	12	19.7

n = 134

Asimismo, existe una diferencia entre los niveles de AE de nivel alto en la variable de edad, $\chi^2(1, n = 134) = 22.72, p < 0.05$ edades de 17 (31.3%), 19 (20.6%) y 22 años (25%) en comparación a los resultados de AR en las mismas edades (17 = 25.0%, 19 = 14.7% y 22 = 0.0%). Esto quiere decir que la ansiedad estado es más frecuente en estudiantes de 18, 19 y 22 años en comparación a la ansiedad de tipo rasgo. La Tabla 7 muestra estos resultados.

Tabla 7

Niveles de ansiedad estado por edad

Nivel de AE	17		18		19		20		21		22		23		24	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
Bajo	3	18.8	4	10.5	9	26.5	4	14.8	1	10	0	0	1	50	0	0
Medio	8	50	29	76.3	18	52.9	18	66.7	8	80	3	75	1	50	0	0
Alto	5	31.3	5	13.2	7	20.6	5	18.5	1	10	1	25	0	0	3	100

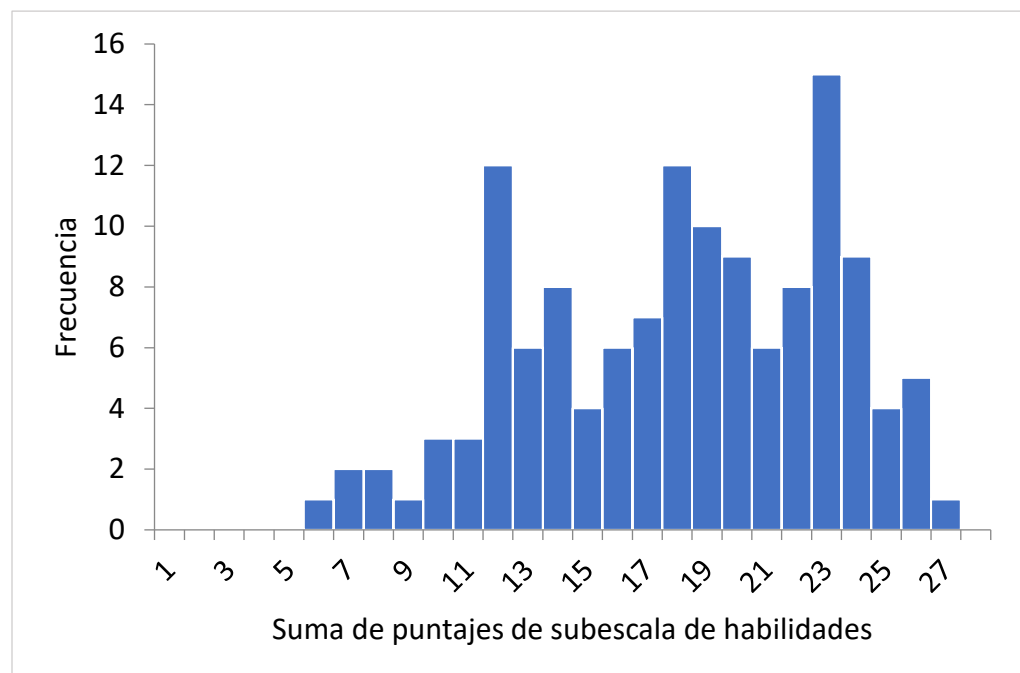
n = 134

E. Tipo de comparación social en los estudiantes

Los datos descriptivos de la subescala de habilidades mostraron una media de 18.08, una mediana de 18.50, una moda de 23 y una desviación estándar de 4.98. La Figura 2 muestra estos resultados. Los datos descriptivos para la subescala de opiniones mostraron una media de 16.62, una mediana de 17, una moda de 19 y una desviación estándar de 3.95. Los datos de ambas subescalas tienden a la normalidad.

Figura 3

Distribución de frecuencias de la subescala de comparación social por habilidades



Nota. Número de participantes por suma de puntajes de la subescala de comparación social por habilidades

Ahora bien, para saber qué tipo de comparación social era más predominante (por comparación de habilidades o por las opiniones de los demás) en la población estudiantil también se realizó un análisis de Tablas cruzadas. Según este análisis se determinó que los estudiantes tienden a compararse socialmente más frecuentemente a través de sus habilidades (25.4%), más que con base en las opiniones (15.7%). La Tabla 8 muestra estos resultados.

Tabla 8

Niveles de comparación social por habilidades y opiniones

Nivel de comparación social	Habilidades		Opiniones	
	<i>N</i>	%	<i>n</i>	%
Bajo	38	28.4	27	20.1
Medio	62	46.3	86	64.2
Alto	34	25.4	21	15.7

n = 134

También se realizó la prueba de independencia de chi-cuadrado de Pearson para analizar si existía una relación entre las dos subescalas de este instrumento en la población estudiantil. Por tanto, se realizaron diferentes Tablas cruzadas con las variables de comparación social de habilidades y comparación social de opiniones y las variables demográficas de año, carrera, edad, sexo, actividad física, trabajo y pareja.

A través de estos resultados se logró determinar que la diferencia significativa se encuentra en las variables de sexo, habiendo un nivel más alto de comparación social de habilidades en el nivel alto tanto en la población masculina (28.4%) como femenina (73.5%), $\chi^2(1, n = 134) = 8.15, p < 0.05$. Sin embargo, los niveles de comparación social de habilidades son mayores en la población femenina. Esto indica que las mujeres parecieran experimentar niveles más elevados de ansiedad. La Tabla 9 muestra estos resultados.

Tabla 9

Comparación social de habilidades y sexo

Niveles de comparación social de habilidades	Hombre		Mujer	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
Bajo	15	30.6	12	14.1
Medio	27	55.1	59	69.4
Alto	7	28.4	14	16.5

n = 134

F. Correlaciones y diferencias significativas

Después de realizar el análisis de correlación, se determinó que la variable de uso de Instagram no se relaciona significativamente con ninguna variable del estudio, incluyendo la relación con los indicadores de AE ($r = -.118, p < .01$), manifestaciones de

síntomas de AR ($r = -.041, p < .01$), comparación social de habilidades ($r = .034, p < .01$) y comparación de opiniones ($r = .124, p < .01$).

En cuanto a la variable de AE, tampoco se relaciona con la variable de uso de Instagram ni con la variable de comparación de opiniones ($r = .056, p < .05$), pero sí tiene una relación significativa y moderada con la comparación social en términos de habilidades ($r = .254, p < .05$). Para la variable de AR, esta presenta relaciones bastante considerables y significativas con las variables de comparación social en términos de habilidades ($r = .476, p < .05$) y opiniones ($r = .283, p < .05$). La Tabla 10 muestra todos estos resultados.

Tabla 10

Estadísticos descriptivos y correlaciones para uso de Instagram, AE, AR, comparación social de habilidades y comparación social de opiniones

Variable	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>	1	2	3	4	5
1. UI	134	2.65	2.25	-				
2. AE	134	22.27	11.37	-.11	-			
3. AR	134	24	10.33	-.04	.73**	-		
4. CSH	134	18	5	.03	.25**	.47**	-	
5. CSO	134	16.62	4	.12	.05	.28**	.69**	-

Nota: UI = uso de Instagram, AE = ansiedad estado, AR = ansiedad rasgo, CSH = comparación social de habilidades, CSO = comparación social de opiniones
* $p < .05$. ** $p < .01$.

Se realizó un análisis de correlación con las variables categóricas y numéricas para las variables sociodemográficas y las variables de ansiedad y comparación social, pero todos los valores fueron menores a $r = 0.6$. Por tanto, se decidió realizar Tablas cruzadas y se utilizó el estadístico de Chi-Cuadrado de Pearson y se encontraron las siguientes diferencias significativas.

Uso de Instagram y carrera, $\chi^2(1, n = 134) = 27.51, p < 0.05$), presentando niveles altos de uso de esta aplicación (arriba de 4 horas) en las Facultades de Ciencias Sociales (19.2%), Ciencias y Humanidades (13.6%) e Ingeniería (14.8%). Esto quiere decir que los estudiantes pertenecientes a estas tres Facultades utilizan la aplicación de Instagram más de 4 horas al día. Estos resultados se muestran en la Tabla 11. También se encontró diferencia con uso de Instagram y sexo, $\chi^2(1, n = 134) = 11.08, p < 0.05$ indicando que son las mujeres quienes utilizan más esta aplicación. Estos resultados pueden verse en la Tabla 2.

Tabla 11

Uso de Instagram y carrera

Uso de Instagram	Ciencias Sociales		Ciencias y Humanidades		Colegio Universitario		Ingeniería	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
<= 2	5	57.7	23	52.3	2	66.7	32	52.5
3 – 4	6	23.1	14	31.8	0	0.0	20	32.8
5 – 6	4	15.4	5	11.4	0	0.0	4	6.6
7 – 8	1	3.8	1	2.3	0	0.0	5	8.2
11+	0	0.0	1	2.3	1	33.3	0	0.0

n = 134

Ansiedad total y carrera, $\chi^2(1, n = 134) = 12.23, p < 0.05$. Estos resultados mostraron que los estudiantes están experimentando niveles elevados de ansiedad total (> 34) en las Facultades de Ciencias Sociales e Ingeniería, aunque en el caso de Ciencias Sociales, también hay niveles bajos, pero predominan los primeros. Estos resultados se pueden ver en la Tabla 12.

Tabla 12

Puntajes totales de STAI y carrera

Puntajes de STAI	Ciencias Sociales		Ciencias y Humanidades		Colegio Universitario		Ingeniería	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
Bajo	7	31.8	9	40.9	0	0.0	6	27.3
Medio	10	11.8	29	34.1	3	3.5	43	50.6
Alto	9	33.3	6	22.2	0	0.0	12	44.4

n = 134

Comparación social total y sexo, $\chi^2(1, n = 134) = 8.35, p < 0.05$. Mostrando una mayor frecuencia de niveles altos de comparación social (> 43) en la población femenina (76%) en comparación a la población masculina (24%). Esto indica que las mujeres tienden a compararse más (independientemente de la subescala) que los hombres en la población estudiantil. La Tabla 13 muestra estos resultados.

Tabla 13

Puntajes totales de INCOM- E y sexo

Puntajes de INCOM-E	Hombre		Mujer	
	<i>N</i>	%	<i>n</i>	%
Bajo	17	58.6	12	41.4
Medio	26	32.5	54	67.5
Alto	6	24.0	19	76.0

n = 134

Para el resto de las variables de comparación social y ansiedad no se encontraron diferencias significativas.

La variable de comparación social total (INCOM-E total) no se relaciona con las variables de edad, año, pareja, actividad física, carrera, ni uso de Instagram según los resultados de chi cuadrado: $\chi^2(1, n = 134) = 13.11, p > 0.05$ para la variable de edad, $\chi^2(1, n = 134) = 3.50, p > 0.05$ para la variable de año, $\chi^2(1, n = 134) = 0.76, p > 0.05$ para la variable de pareja, $\chi^2(1, n = 134) = 2.61, p > 0.05$ para la variable de actividad física, $\chi^2(1, n = 134) = 8.56, p > 0.05$ para la variable de uso de Instagram y $\chi^2(1, n = 134) = 1.83, p > 0.05$ para la variable de carrera.

La variable de comparación por habilidades no se relaciona con las variables de edad, año, pareja, actividad física, carrera, ni uso de Instagram según los resultados de chi cuadrado: $\chi^2(1, n = 134) = 15.88, p > 0.05$ para la variable de edad, $\chi^2(1, n = 134) = 6.22, p > 0.05$ para la variable de año, $\chi^2(1, n = 134) = 0.96, p > 0.05$ para la variable de pareja, $\chi^2(1, n = 134) = 4.17, p > 0.05$ para la variable de actividad física, $\chi^2(1, n = 134) = 3.13, p > 0.05$ para la variable de uso de Instagram y $\chi^2(1, n = 134) = 4.37, p > 0.05$ para la variable de carrera.

La variable de comparación social por opiniones no se relaciona con las variables de sexo, edad, año, pareja, actividad física, carrera, ni uso de Instagram según los resultados de chi cuadrado: $\chi^2(1, n = 134) = 5.28, p > 0.05$ para la variable de sexo, $\chi^2(1, n = 134) = 4.66, p > 0.05$ para la variable de edad, $\chi^2(1, n = 134) = 4.97, p > 0.05$ para la variable de año, $\chi^2(1, n = 134) = 0.81, p > 0.05$ para la variable de pareja, $\chi^2(1, n = 134) = 2.93, p > 0.05$ para la variable de actividad física, $\chi^2(1, n = 134) = 5.08, p > 0.05$ para la variable de Uso de Instagram y $\chi^2(1, n = 134) = 4.80, p > 0.05$ para la variable de carrera.

La variable de ansiedad total no se relaciona con las variables de sexo, año, pareja, actividad física ni uso de Instagram según los resultados de chi cuadrado: $\chi^2(1, n = 134) = 1.99, p > 0.05$ para la variable de sexo, $\chi^2(1, n = 134) = 8.03, p > 0.05$ para la variable de año, $\chi^2(1, n = 134) = 1.16, p > 0.05$ para la variable de pareja, $\chi^2(1, n = 134)$

= 1.79, $p > 0.05$ para la variable de actividad física y $\chi^2(1, n = 134) = 36.98, p > 0.05$ para la variable de uso de Instagram.

La variable de ansiedad rasgo no se relaciona con las variables de sexo, edad, año, pareja, actividad física ni uso de Instagram según los resultados de chi cuadrado: $\chi^2(1, n = 134) = 35.90, p > 0.05$ para la variable de sexo, $\chi^2(1, n = 134) = 299, p > 0.05$ para la variable de edad, $\chi^2(1, n = 134) = 123, p > 0.05$ para la variable de año, $\chi^2(1, n = 134) = 36.16, p > 0.05$ para la variable de pareja, $\chi^2(1, n = 134) = 36.90, p > 0.05$ para la variable de actividad física y $\chi^2(1, n = 134) = 512, p > 0.05$ para la variable de uso de Instagram.

Finalmente, la variable de ansiedad estado no se relaciona con las variables de sexo, año, pareja, actividad física ni uso de Instagram según los resultados de chi cuadrado: $\chi^2(1, n = 134) = 1.99, p > 0.05$ para la variable de sexo, $\chi^2(1, n = 134) = 8.03, p > 0.05$ para la variable de año, $\chi^2(1, n = 134) = 1.16, p > 0.05$ para la variable de pareja, $\chi^2(1, n = 134) = 1.79, p > 0.05$ para la variable de actividad física y $\chi^2(1, n = 134) = 36.98, p > 0.05$ para la variable de uso de Instagram.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A. Procesos de resultados

Como se ha mencionado previamente, este estudio se llevó a cabo con estudiantes de una universidad privada de la ciudad de Guatemala. La muestra estuvo compuesta, en su mayoría, por estudiantes de las Facultades de Ciencias Sociales e Ingeniería. Esto se debe a que, en los cursos en los cuales se obtuvo autorización para administrar los instrumentos, pertenecían al p \acute{e} nsum de estudiantes de estas carreras. Al momento de administrar los instrumentos en el curso de Ciencias Sociales, la mayoría de los participantes eran de sexo femenino lo cual explicar por qu \acute{e} en el estudio participaron m \acute{a} s mujeres que hombres.

Para este estudio, tomando en cuenta las investigaciones de Gao, Li, Zhu, Liu, & Liu (2016), Lup et al. (2015) y Becker (2013), solamente se incluyeron aquellos participantes que ten \acute{a} n entre 17 y 24 a \acute{n} os, ya que esta es la poblaci \acute{o} n donde estos instrumentos han sido validados y tambi \acute{e} n donde se dan con m \acute{a} s predominancia estos fen \acute{o} menos de comparaci \acute{o} n social y ansiedad, adem \acute{a} s del uso de redes sociales y tecnolog \acute{i} a. Es por esto que, en el estudio, la m \acute{a} yor \acute{i} a de los estudiantes estaban cursando el primer y segundo a \acute{n} o en su m \acute{a} yor \acute{i} a, habiendo menos participantes de tercer o cuarto a \acute{n} o respectivamente.

B. Resumen de resultados

La pregunta que buscaba responder esta investigaci \acute{o} n era si exist \acute{i} a una relaci \acute{o} n entre el uso de Instagram, manifestaciones de AR o AE y comparaci \acute{o} n social en estudiantes universitarios. Para intentar responder esto se plantearon los siguientes objetivos: determinar la relaci \acute{o} n entre el uso de Instagram, la manifestaci \acute{o} n de s \acute{i} ntomas de ansiedad como estado y como rasgo y los puntajes de comparaci \acute{o} n social (en cuanto a habilidades y opiniones), establecer si la ansiedad manifestada por los estudiantes de pregrado de una universidad privada es m \acute{a} s de tipo rasgo o estado, establecer si los estudiantes se comparan m \acute{a} s en t \acute{e} rminos de sus habilidades o por las opiniones de los dem \acute{a} s e identificar si existen relaciones y/o diferencias entre las variables sociodemogr \acute{a} ficas de g \acute{e} nero, edad, carrera, a \acute{n} o, pareja y actividad f \acute{i} sica en relaci \acute{o} n con las variables del estudio: uso de Instagram, AE y AR y comparaci \acute{o} n social de habilidades u opiniones.

En la muestra de estudio se presentaron niveles de ansiedad y comparación social totales en un rango promedio. El tipo de ansiedad que presentan los participantes es más de tipo estado y la comparación social está orientada a sus habilidades más que las opiniones. La variable de uso de Instagram se relaciona con las variables de sexo (siendo las mujeres quienes utilizan más esta red social en comparación a los hombres) y Facultad de los participantes (los estudiantes de Ciencia Sociales, Ciencias y Humanidades e Ingeniería) quienes utilizan esta red social por más tiempo), pero no se relaciona con ninguna otra variable del estudio.

Estos resultados indican que son las mujeres quienes más utilizan esta red social, así como los estudiantes de carreras en Ciencias Sociales. Se encontró una relación entre la ansiedad de tipo estado con la comparación social de habilidades, ansiedad total y carrera, comparación social total y sexo y comparación social por habilidades y sexo. En relación con la variable de sexo, se puede ver que, en el estudio, la población femenina tiende a utilizar Instagram por más tiempo en comparación a la población masculina.

Ahora bien, en cuanto a las variables de uso de Instagram y la carrera, en el estudio se encontró que los estudiantes pertenecientes a carreras de las Facultades de Ciencias Sociales, Ciencias y Humanidades e Ingeniería usaban Instagram entre 4 y 12 horas.

En este estudio, los estudiantes presentaron niveles medios y altos en los puntajes totales del inventario STAI. Esto significa que independientemente de qué tipo de ansiedad predomina en los estudiantes, la muestra presenta niveles de ansiedad significativos que pueden afectar su día a día tanto en la universidad como en su vida personal.

En las subescalas de este inventario, el 83% de la muestra refirió la presencia de algún síntoma relacionado con la AE en intensidad moderada o alta, mientras que el 82% de los participantes informó de síntomas de AR. Esto quiere decir que los estudiantes parecieran experimentar síntomas de AE más que AR.

En cuanto a la comparación social, se mostraron niveles medios y altos en los puntajes generales de la escala de comparación social lo cual significa que los estudiantes sí se comparan con los demás en su día a día. En cuanto a la consistencia interna de esta escala, la fiabilidad estimada mediante el coeficiente alfa de Cronbach para la puntuación total de la INCOM-E fue $\alpha = .81$, para la subescala de comparación social de habilidades fue $\alpha = .75$ y para la subescala de comparación social por opiniones fue $\alpha = .52$, por tanto, se presentaron propiedades aceptables en la muestra del estudio ya que los niveles fueron iguales o mayores a $\alpha = .50$.

En cuanto al análisis de correlación, se determinó que la variable de uso de Instagram no se relaciona significativamente con ninguna variable del estudio, incluyendo la relación con los indicadores de AE, manifestaciones de síntomas de AR, comparación social de habilidades y comparación de opiniones.

En cuanto a la variable de AE, tampoco se relaciona con la variable de uso de Instagram ni con la variable de comparación de opiniones, pero sí tiene una relación significativa y moderada con la comparación social en términos de habilidades. La variable de AR presenta relaciones bastante considerables y significativas con las variables de comparación social en términos de habilidades y opiniones. También se encontraron relaciones significativas entre la variable de uso de Instagram y carrera, presentando niveles altos de uso de esta aplicación (arriba de 4 horas) en las Facultades de Ciencias Sociales (19.2%), Ciencias y Humanidades (13.6%) e Ingeniería (14.8%) y también entre las variables de uso de Instagram y sexo, siendo la población femenina quien más utiliza esta red social.

Asimismo, se encontró relación entre ansiedad total y carrera siendo los estudiantes de Ciencias Sociales e Ingeniería quienes están experimentando niveles elevados. La comparación social total y sexo también se relacionan, mostrando una mayor frecuencia de niveles altos de comparación social (> 43) en la población femenina (76%) en comparación a la población masculina (24%). Para el resto de las variables de comparación social y ansiedad no se encontraron diferencias significativas.

C. Posibles explicaciones y comparaciones con otros estudios

Antes de iniciar la discusión es conveniente señalar que la muestra empleada en el estudio no es una muestra clínicamente representativa y por lo tanto los índices de ansiedad y comparación social no son tan altos como podría esperarse en una muestra con un diagnóstico. Sin embargo, aunque estos resultados no son suficientes para establecer la gravedad de los síntomas de los participantes, llama la atención los puntajes altos.

Las redes sociales se han convertido, actualmente, en una vía imprescindible de comunicación e información, de creación de proyectos, de integración de comunidades que de otra forma no existirían, una nueva forma de entretenimiento, información y de acción social colectiva (Sánchez-Rodríguez, Ruiz, & Sánchez, 2015). Por tanto, esta investigación examinó la relación entre el uso de Instagram, manifestaciones de ansiedad general, ansiedad como estado, ansiedad como rasgo, comparación social general, comparación social de habilidades y comparación social de opiniones entre ellas mismas, así como con distintas variables sociodemográficas. Esto debido a la creciente investigación realizada en estudiantes universitarios, bienestar y uso de las redes sociales (Best, Manktelow, & Taylor, 2014; Mazman & Usluel, 2011). Todo esto utilizando los instrumentos STAI e INCOM-E los cuales han sido validados en poblaciones universitarias (Buunk, Belmonte, Peiró, Zurriaga & Gibbons, 2005; Fonseca-Pedrero, Paino, Sierra-Baigrie, Lemos-Giráldez, & Muñiz, 2012).

Según el reporte de uso de redes sociales entre los años 2005-2015 (Perrin, 2015) el día de hoy, el 68% de todas las mujeres usan las redes sociales, en comparación con el 62% de todos los hombres. Asimismo, la literatura indica que, en general las mujeres componen la mayoría de los usuarios de muchos sitios de redes sociales (AL-Kandari, Al-Hunaiyyan, & Alhajri, 2016). Esta investigación también propone que las mujeres prefieren las redes sociales más que los hombres porque estos medios son principalmente

sociales en su naturaleza y esta naturaleza es similar a la composición social de las mujeres.

Otra investigación que se relaciona con estos resultados es el estudio realizado por Prades, M. y Carbonell (2016) donde su muestra indicaba que las mujeres tenían más tiempo de haber comenzado a utilizar Instagram, consultaban Instagram con más frecuencia que los hombres, habían subido el doble de fotografías desde que habían abierto su cuenta en comparación a los hombres y también tenían más seguidores. Asimismo, otro estudio que valida estos resultados es el de Mazman & Usluel (2011) que indica que las mujeres tienden a utilizar las redes sociales más frecuentemente que los hombres y con diferentes propósitos (mantener relaciones existentes, tendencia/moda y uso académico). Por tanto, los resultados de este estudio en relación con el uso de Instagram y sexo parecieran ser relevantes.

Sin embargo, estos resultados parecieran no ser consistentes con la investigación realizada por Salazar (2012) en la que se reportó que los hombres presentaban más adicción al internet y que pasaban más tiempo navegando en el contexto guatemalteco universitario. Es probable que esto se deba a que la muestra de la población de este estudio haya estado constituida por mujeres en su mayoría y esto pudo afectar estos resultados. Sin embargo, sí son consistentes con la investigación de Durán (2017) y Chóliz, et al. (2016) en la cual se evidencia que son las mujeres quienes no solamente utilizan el teléfono celular con más frecuencia de los hombres, sino que también muestran niveles elevados de abstinencia y uso excesivo del mismo, llevando a malestares como ansiedad en su vida cotidiana.

Asimismo, ambos estudios de Durán (2017) y Salazar (2014) evidencian que los estudiantes universitarios tienden a pasar mucho tiempo de su día en el internet o teléfono celular, utilizándolo más tiempo que una jornada laboral (8 horas al día) y que esto puede llegar a interferir con sus relaciones sociales, generando síntomas de ansiedad, frustración, inquietud, molestia e incomodidad al no estar conectados o tener dificultades con esto.

Huang y Su (2018) mencionan que no solamente existe una diferencia en el tiempo de uso de esta red social en diferentes carreras universitarias, sino que los motivos y propósitos por los cuales utilizan esta red social también son diferentes. Los estudiantes de ingeniería dirigidos a la interacción social y el resto de las Facultades dirigidas a la creatividad y que la teoría de los usos y las gratificaciones indica que el género, carrera y tiempo que se pasa en la red social de Instagram pueden correlacionarse con diferencias significativas en el uso de esta.

Esto quiere decir que las diferencias encontradas en estas variables pueden estar relacionadas a las razones por las cuales los estudiantes utilizan Instagram. Es probable que las estudiantes experimenten más sentimientos de gratificación que la población masculina y por esto pasan más tiempo de su día en línea, así como los estudiantes de Ciencias Sociales e Ingeniería ante el resto de las Facultades.

En cuanto a la estimación de consistencia interna del instrumento STAI, la fiabilidad estimada mediante el coeficiente alfa de Cronbach para la puntuación total del STAI fue $\alpha = .948$, para la subescala de AE fue $\alpha = .928$ y para la subescala de AR fue $\alpha = .896$, por tanto, se presentaron adecuadas propiedades métricas en la muestra utilizada ya que los niveles fueron superiores a $\alpha = .80$. Estos resultados son parecidos a los que reporta Fonseca-Pedrero, et al. (2012) de $\alpha = 0.93$ para la escala total, $\alpha = .80$ para la subescala de estado y $\alpha = .88$ para la subescala de rasgo; todo esto con una muestra entre 17 y 30 años. Esto quiere decir que los síntomas de ansiedad son bastante prevalentes entre los estudiantes universitarios.

La ansiedad tipo estado, por tanto, se refiere a la ansiedad experimentada en un momento específico, mientras que la AR se mantiene en el tiempo, siendo una característica de la personalidad de la persona.

El hecho de que el concepto de rasgo informe de una peculiaridad personal relativamente estable que lleva a responder de una determinada manera en distintas situaciones, y que el concepto de estado remita a una condición personal fluctuante, permite reparar en que no es lo mismo “ser ansioso” (rasgo) que “estar ansioso” (estado). Aunque haya relación, en el primer caso puede hablarse de “personalidad ansiosa” y en el segundo de “afectación ansiosa” (Martínez-Otero, 2014). Esto quiere decir que, probablemente, los estudiantes que participaron no necesariamente tengan una personalidad ansiosa, sino que solamente se sienten ansiosos (lo cual se puede dar por diferentes variables).

Si se toma en cuenta el contexto universitario se puede pensar que hay situaciones generales que les hagan sentirse ansiosos como, por ejemplo, los exámenes, intervenciones en clase, entrevistas con profesores, reuniones con compañeros, tareas, obtener buenas notas, graduarse, amenazas de desempleo, etc., lo cual puede explicar por qué, en este estudio, los estudiantes estén experimentando una ansiedad más de tipo estado que de tipo rasgo. Sin embargo, puede haber otras situaciones en el ámbito universitario que pueden tener impacto negativo en la salud mental de los estudiantes como, por ejemplo, el hecho que el mundo universitario presenta unas características y exigencias organizativas y académicas significativamente distintas a las de los niveles educativos anteriores, sobre las que el joven recién llegado a la universidad tiene dificultades para organizarse ya que no siempre tiene información ni preparación suficiente (Martínez-Otero, 2014).

Asimismo, la transición del colegio a la universidad constituye un momento crucial en la vida del estudiante. Por tanto, el ambiente universitario es exigente y cambiante para los alumnos que ingresan en él, lo que puede impactar en su salud mental y en su desempeño académico ya que constituye una experiencia nueva ante la que el alumno se halla más o menos confuso y que exige poner en marcha habilidades personales para ajustarse a esta nueva situación de vida (Villalobos, 2013). Cuando este no ocurre, puede causar una inadaptación al entorno universitario, resultado de variables organizacionales o personales, a veces da lugar a deserción (Martínez-Otero, 2014) y también puede tener efectos en el rendimiento académico y abandono de los estudios (Agudelo, Casadiegos &

Sánchez, 2008). Además de las variables del contexto universitario, puede que esta ansiedad de tipo estado que están experimentando se deba a situaciones personales (consumo de sustancias, pocas habilidades de afrontamiento, falta de una red de apoyo), familiares (conflictos, violencia, problemas económicos, estilo parental), sociales y ambientales (economía, ajuste a situaciones nuevas, aislamiento, etc.) (Martínez-Otero, 2014).

Estas razones dan validez, entonces, a los resultados de este estudio, especialmente a las diferencias encontradas entre edad, siendo los estudiantes más jóvenes y aquellos que están por cerrarla ya que ambos pueden estar experimentando situaciones ansiógenas como adaptarse a un nuevo estilo de vida, el estrés por las exigencias académicas universitarias y también el cierre de esta etapa. Asimismo, con la diferencia de Facultades, tanto los estudiantes de Ciencias Sociales como de Ingeniería pueden estar experimentando situaciones que les hagan sentir ansiosos.

En el caso de la primera, debido a la poca oportunidad de empleo después de terminar su carrera universitaria ya que en Guatemala las ciencias sociales son aún algo en lo que no se invierten tantos recursos, por lo que esto puede generar niveles de ansiedad elevados, yendo de la mano con la pregunta “¿de qué voy a trabajar después de graduarme?”, debido a que, según la UNESCO (2017) las ciencias sociales son áreas de mucha importancia que no reciben la misma atención o prioridad que otras.

Esto, haciendo que muchos tengan que emprender, lo cual también causa ansiedad. Mientras que en la Facultad de Ingeniería hay muchos estudiantes, por lo que el nivel de competitividad es alto y esto también puede generar altos niveles de ansiedad. Esto basado en el Relevamiento de la investigación y la innovación en la República de Guatemala, donde se indica que, debido a las escasas posibilidades que se tienen en el país de poder desarrollar actividades de investigación e innovación a pesar de que estas dos Facultades sean aquellas que más personas deciden cursar en Guatemala (UNESCO, 2017).

Las comparaciones sociales son una fuente esencial de información sobre el ser humano. La investigación en psicología social ha mostrado una variación individual en la tendencia a la comparación con las opiniones y habilidades de otras personas, lo que plantea la cuestión de si las comparaciones sociales están impulsadas por disposiciones psicológicas (Gibbons & Buunk, 1999). Los motivos que tienen las personas para compararse socialmente son importantes porque es muy probable que afecten con quién el individuo elige compararse, sus conclusiones y decisiones que puedan tomar en función de esas comparaciones (Baldwin, 2013). Según varias investigaciones, los humanos tenemos cierta orientación hacia la comparación social ya que necesitamos compararnos con nuestros iguales para evaluar nuestras habilidades y opiniones en torno a ellos. Por tanto, existe un impulso a evaluar nuestras opiniones y capacidades comparándolas con las opiniones y capacidades de otros (Urzúa, Zúñiga & Buunk, 2012). Es por esto, que es importante tomar en cuenta ambas subescalas.

Los resultados de la fiabilidad interna de la INCOM-E para este estudio son compatibles con los hallazgos de Buunk y Gibbons (1999) que indican una fiabilidad de la escala total entre $\alpha = .77$ y $\alpha = .85$ en una muestra de jóvenes americanos y entre $\alpha = .78$ y $\alpha = .84$ en una muestra de jóvenes holandeses y con el estudio de Urzúa, Zúñiga y Buunk (2012) con una muestra de pregrado se mostró un $\alpha = .82$. Esto quiere decir que la escala puede ser utilizada para una población latinoamericana como fue la de este estudio.

En las subescalas de este inventario, el 71% de la muestra refirió comparar sus habilidades con las de los demás en niveles altos, mientras que un 80% de los participantes tiende a compararse más con base en las opiniones que los demás puedan tener sobre ellos en niveles altos también. Esto quiere decir que los estudiantes parecieran importarles más las opiniones de los demás más sus propias habilidades en comparación a las de los demás. Esto quiere decir que los estudiantes que presentaron niveles altos de comparación social tienen un “yo” más activado, un autoconcepto más dinámico que varía en diferentes situaciones sociales, son más susceptibles de influencia social, poseen una autoestima más baja, una fuerte orientación hacia los demás, y están más interesados en la validación de los demás que en reducir la incertidumbre (Buunk, Belmonte, Peiró, Zurriaga, & Gibbons, 2005). Por tanto, se puede ver cómo las opiniones resultan ser más importantes que las habilidades, ya que el autoconcepto está bien desarrollado, pero son más susceptibles socialmente y tienen una autoestima más baja, comparándose de forma descendente hacia los demás. Estos resultados son parecidos a los obtenidos por Buunk y Gibbons (1999) en el cual su muestra estaba compuesta de estudiantes universitarios la cual reportó compararse al menos parte del tiempo, siendo el 80% que respondió por encima de la media de la escala.

Sin embargo, también existen diferencias individuales que pueden hacer que el tipo de comparación social varíe tanto en el aspecto universitario como personal. Primero que nada, se ha visto que las personas difieren en la frecuencia de la comparación, en la tendencia a compararse con otros, en la sensibilidad a la información de la comparación social, y en la construcción cognitiva de la situación en la que se comparan. Asimismo, aquellas personas que presentan tendencias a compararse socialmente, individuos que presentarían un elevado neuroticismo, altos niveles de ansiedad, sensibilidad social cuando las comparaciones son descendentes, estilo de apego ambivalente y alta conciencia de sí mismo, preocupación por sus pensamientos y sentimientos, alta orientación a las relaciones interpersonales, alta consideración de las necesidades de los demás y sensibilidad a sus sentimientos y conductas (Urzúa *et al.*, 2012).

También es importante mencionar que los alfas de Cronbach, específicamente aquel de la comparación social de opiniones (que pareciera ser el tipo de comparación más frecuente en esta muestra) es el más bajo, lo cual puede explicarse a través de que muchos investigadores de la comparación social han señalado una reticencia de las personas a admitir que uno se compromete en comparaciones sociales debido a que, por un lado, a que admitir las comparaciones sociales no es algo socialmente deseable y, por otro, a que los individuos a menudo no son conscientes de las comparaciones que hacen (Urzúa *et al.*, 2012) y por otra parte, parece posible que, aunque todos los individuos se

comparen a sí mismos con otros en muchas ocasiones, también hay muchas de ellas que lo hacen con poca frecuencia (Buunk *et al.*, 2005). Esto, entonces, pareciera explicar la razón por la cual la subescala de opiniones no es tan consistente internamente y por qué tampoco predominan los niveles altos de este tipo de comparación en la muestra del estudio.

Ahora bien, existe un modelo que puede explicar por qué las habilidades tienden a cobrar más importancia en la vida de las personas. El modelo *proxy* se refiere al uso de la comparación social para obtener información para anticipar el éxito probable de uno en alguna tarea poco familiar (es decir, "¿puedo hacer x?"). Por tanto, este modelo propone que uno puede tener el mismo desempeño que un par con experiencia en una tarea nueva si la historia propia de desempeño en una tarea relevante es similar a la historia de este par, sabiendo que este par hizo su máximo esfuerzo en esta tarea (Suls, Martin, & Wheeler, 2002).

Ahora bien, si la persona se compara con un par que no ha logrado tener éxito en cierta tarea o no se conoce el esfuerzo que hizo en esta tarea, la persona no tendrá un sentido de cómo se puede desempeñar en esta tarea nueva porque no tiene un punto de comparación. Según el modelo, cuando se conoce el esfuerzo realizado, los atributos relacionados son irrelevantes y es probable que no se tengan en cuenta al predecir el desempeño propio. Sin embargo, el modelo postula que los atributos relacionados serán factorizados en predicciones de rendimiento cuando la información sobre el esfuerzo del par es ambigua y no se conoce con exactitud (Suls *et al.*, 2002). Los autores encontraron que las variables de la fuerza física como las tareas de resolución de problemas intelectuales influyen en la predicción del rendimiento propio en una tarea específica. Entonces este modelo trata de explicar que las personas intentarán desempeñarse de manera similar al par, en términos de habilidades.

Habiendo mencionado esto, se puede decir, entonces, que los estudiantes tienden a tomar en cuenta sus propias habilidades y las de los demás, para fijarse metas, aspiraciones y u objetivos. En el caso del estudio, puede ser que los estudiantes se estén comparando con sus compañeros en términos de qué tan buenas notas tienen, qué tan bueno es su promedio, qué tan bien pueden desempeñarse en las tareas y exámenes, así como incluso qué tantas habilidades poseen para ligar, qué tantos amigos tienen o qué tantas oportunidades de encontrar trabajo al finalizar su carrera poseen. Las habilidades entonces se miden con base en lo bien que lo ha hecho alguien más antes que la persona y esto cobra importancia en una edad donde el sentido de pertenencia es muy importante.

En cuanto a esta variable, se encontró una diferencia de género, siendo la población femenina aquella que tiende a compararse más frecuentemente con los demás. Estos resultados son consistentes con el estudio de Buunk y Gibbons (1999) y Buunk, *et al.* (2005). Según la literatura, esta diferencia puede deberse a, principalmente, los prototipos de género que existen en la mayor parte de las culturas entre hombres y mujeres, más que todo en nuestra cultura donde se ven claramente las desigualdades de género existentes, que se traducen en nudos críticos entre las relaciones de género y otros vínculos de discriminación, sobre todo en las mujeres (Guimond *et al.*, 2007; Guimond, Chatard,

Martinot, Crisp, & Redersdorff, 2006). En general, los resultados de la investigación de Guimond et al. (2007) sugieren que, aunque los estereotipos de género son similares en todas las culturas, lo que diferencia y da cuenta de las variaciones en las diferencias de género es el grado en que las mujeres y los hombres utilizan el estereotipo de su propio grupo para definirse a sí mismos, resultado impulsado en gran medida por los procesos de comparación social.

Asimismo, se encontró un fuerte apoyo en el papel de los procesos de comparación social como una variable contextual que da forma a las diferencias de género en las autoconstrucciones culturales o personales. Según Guimond, et al. (2007), las diferencias de género ocurren cuando las personas participan en comparaciones sociales entre grupos (hombres y mujeres) porque se apoyan en el estereotipo de su grupo interno para definir el yo colectivo, siempre dándole más características relevantes al otro grupo, pero, estas diferencias de género desaparecen cuando se hace una comparación social intragrupo (mujeres y mujeres). Por lo tanto, la comparación social dentro del género reduce las diferencias de género, mientras que la comparación social entre los géneros las aumenta.

Asimismo, la teoría de la autocategorización distingue aún más entre el yo individual (identidad personal) y el yo colectivo (identidad social) y argumenta que la identidad personal se basa en comparaciones intra-grupales, similitudes y diferencias entre uno mismo y otros miembros del grupo, mientras que la identidad social se basa en comparaciones intergrupales. Esta teoría sugiere que las diferencias de género en la autoconstrucción pueden reflejar el proceso de auto estereotipos, con cada grupo de género asumiendo los atributos estereotípicos del grupo interno (Guimond *et al.*, 2007). Estos hallazgos sugieren que las diferencias de género en la autoconstrucción son en gran medida producto de procesos de comparación social. Como tal, cualquier característica del contexto social o cultural que haga que las comparaciones sociales entre géneros sean más o menos probables debería tener implicaciones para la fuerza de las diferencias de género (Guimond *et al.*, 2007).

Esto, entonces, lleva a reafirmar y validar los resultados de este estudio en el cual las mujeres se comparan más y probablemente se compararon a ellas mismas en relación con los hombres, más que en relación con ellas mismas, aumentando, entonces, los niveles de comparación social, en este caso, de habilidades. Lo cual se justifica con la desigualdad de género que donde hay más mujeres que nunca han ingresado al mercado laboral, se les niegan los mismos derechos laborales que tienen los hombres, la violencia y la explotación sexual aún existen, la división desigual del trabajo no remunerado -tanto doméstico como en el cuidado de otras personas- y la discriminación en la toma de decisiones en el ámbito público son grandes obstáculos que aún persisten (PNUD, 2020).

Sin embargo, es importante mencionar que estos procesos de comparación social que pueden llevar a un malestar se ven grandemente influenciados por la cognición social. Si ponemos de ejemplo las redes sociales, podemos ver que estas se prestan a que nuestros procesos de cognición social se activen de manera automática y no siempre las interpretaciones son del todo ciertas o consistentes (Kilford, Garrett & Blakemore, 2016). Es por esto que probablemente se desencadenen estos sentimientos de malestar

psicológico en ciertas personas y en algunas no y en gran parte también depende del estímulo (la imagen y la red social) el qué tanta subjetividad se le atribuya al estímulo. Asimismo, en esta población adolescente/joven, la comparación con sus pares y el rechazo o aprobación de estos se ve relacionado a un estado de ánimo empeorado, incremento en el malestar y ansiedad ya que de por sí hay una dificultad para la regulación emocional por los cambios cerebrales que están atravesando (Kilford, Garrett & Blakemore, 2016). Es por esto que podría ser que las redes sociales estén presentando estos estímulos de una manera inadecuada que hace que estos procesos cognitivos (comparación social y juicio social) totalmente naturales y automáticos, no tengan una certeza total y tampoco sean consistentes y esto lleve a generar estos sentimientos de ansiedad y una comparación ascendente excesiva hacia ideales inalcanzables.

Pasando a las correlaciones del estudio, se determinó que Instagram no se relaciona con ninguna variable del estudio. Esto es un hallazgo interesante, debido a que, según la literatura, en Latinoamérica alrededor del 55% de la población tiene acceso a internet y es usuaria de esta, porcentaje que creció en los últimos años de manera acelerada de la mano de los teléfonos celulares (Sforzin, 2016). Aun así, la diferencia no solo se encuentra en la desproporción respecto al acceso y uso, sino que en los países centrales, la mayoría de los latinoamericanos tendemos a crear comunidades virtuales a través de Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram y Outlook. Si tenemos en cuenta que Instagram y WhatsApp pertenecen a Facebook, nos encontramos que una gran empresa nacida en Estados Unidos que monopoliza la posibilidad de la comunicación e intercambio social y la creación de espacios virtuales comunitarios en nuestro continente, limitando incluso funciones de estas redes sociales en nuestra región (Sforzin, 2016). Esta falta de relación del uso de Instagram también puede verse afectada por el hecho que no se midieron las variables adecuadas con esta aplicación como, por ejemplo, la opción de ver los estadísticos de uso que solo se permiten en dispositivos Apple y no Android. También, por este mismo uso relativamente nuevo de las redes sociales, puede que el uso no sea tan profundo y no llegue a afectar niveles de bienestar de los estudiantes del estudio, ni su comparación social.

Sin embargo, sí hay literatura que apoya nuestros resultados indicando que, en Latinoamérica en jóvenes de ambos sexos, de entre 18 y 25 años con educación universitaria los participantes suelen dedicar por lo menos una hora diaria a las diferentes redes, a las que ingresan, principalmente, con fines recreativos, para contactarse con amigos y obtener información, aunque la intensidad de uso varía, en su gran mayoría (Torre & Vaillard, 2012). Asimismo, es importante mencionar que, aunque los jóvenes participan activamente en las redes, existen temores con respecto a la seguridad y la pérdida de privacidad e intimidad de sus datos e incluso existe una preocupación por no poder controlar el tiempo que pasan en las mismas y la tendencia a estar pendiente de la vida de los demás (Torre & Vaillard, 2012). Debido a esto, puede ser que aún no se muestren síntomas de ansiedad o comparación social relacionados al uso de esta red social en países latinoamericanos como Guatemala.

Se encontró una relación entre AE y comparación social de habilidades. Esto puede deberse a que las comparaciones sociales parecen estar fuertemente relacionadas

con la idea de la competencia social, una característica muy prevalente de las sociedades capitalistas occidentales. Por lo tanto, uno podría argumentar que las comparaciones sociales no son (o ya no son) un tema social sensible sino una herramienta práctica de la vida cotidiana (Schneider & Schupp, 2011).

Es por esto por lo que probablemente la población estudiantil se encuentre experimentando situaciones ansiógenas como lo son la estabilidad económica al terminar la carrera o qué tan competentes son para cursar la carrera que eligieron (esto puede venir desde el proceso de orientación vocacional previo a escoger la carrera analizando que los resultados de ansiedad se dan en la población que está iniciando la carrera o terminando la misma). Por tanto, puede que comparen sus habilidades con sus compañeros y esto les esté generando cierto tipo de ansiedad porque deben ser “los mejores” para poder ser socialmente importantes posteriormente.

También se encontró una relación entre AR y ambos tipos de comparación social. Como se mencionó anteriormente, la AR es un rasgo de la personalidad de una persona que se mantiene en el tiempo que puede estar relacionada con distintas variables de la personalidad como lo son la autoestima, pero también las técnicas de afrontamiento que posee la persona para poder lidiar con estas emociones. En este estudio, puede ser que la relación exista debido a que las personas que tienden a ser ansiosas la mayoría del tiempo se comparen más frecuentemente debido al nivel de alerta en el que se encuentran constantemente (Agudelo, *et al.*, 2008) que se potencializa por las situaciones del día a día que experimentan en el ambiente universitario como personal y familiar. Asimismo, puede ser que el tipo de comparación que se esté realizando sea de tipo descendente, haciendo que estos niveles de ansiedad les hagan pensar que no son lo suficientemente capaces o que los demás omitirán opiniones sobre ellos que muy fácilmente afectarán su bienestar.

Para resumir, entonces, se puede ver cómo los resultados del estudio son coherentes y se relacionan con estudios parecidos en varios aspectos. Uno de ellos es que tanto en el estudio como en la literatura se confirma que es la población femenina quienes no solamente utilizan más esta red social, sino también se comparan socialmente más frecuentemente que la población masculina. Esto puede deberse a las distintas razones o motivaciones que ambos sexos pueden llegar a tener para utilizar Instagram.

En cuanto a los instrumentos utilizados, ambos presentaron niveles de consistencia interna parecidos a estudios realizados en poblaciones similares, lo cual indica que estos instrumentos resultan adecuados para la población guatemalteca en cuestión. Otro aspecto en el cual se relacionan los estudios y los resultados es en la poca relación que existe entre la ansiedad y el uso de Instagram en Latinoamérica ya que hay cuestiones de seguridad, privacidad y manejo del tiempo que son distintos a las poblaciones norteamericanas, por lo que es coherente la nula relación entre las variables de ansiedad y comparación social y esta red social en el estudio.

Asimismo, según los estudios, el contexto universitario, la edad, transición, la carrera (y empleabilidad según esta) y estrategias de afrontamiento son factores

determinantes que influyen en las manifestaciones de ansiedad en estudiantes universitarias, y todos estos están presentes en los resultados del estudio ya que son los más jóvenes o los estudiantes a punto de graduarse que se encuentran en etapa de transición quienes presentan niveles más altos.

En cuanto a la comparación social, se evidencia, en el estudio, que existen diferencias de sexo y el tipo de comparación social. Estos resultados se validan con estudios previos que mencionan que son las mujeres quienes se comparan más frecuentemente y que, en general, las personas tendemos a ser reticentes en expresar que nos comparamos socialmente en términos de opiniones y esto se evidencia en la muestra estudiantil; siendo esta subescala la que se presentó menos frecuentemente.

D. Limitaciones

Dentro de las limitaciones del estudio se encuentran el hecho que no se tuvo mucho tiempo para recolectar datos, el tamaño y las características de la muestra mencionadas previamente por lo que los datos no se pueden generalizar. De la mano con esto, como el muestreo fue por conveniencia, tal vez se pudieron haber utilizado otros instrumentos, sin embargo, para la población en cuestión era importante que fueran cortos ya que no se autorizaba mucho permiso en las clases. Asimismo, los permisos que se obtuvieron para realizar la recolección fueron en horarios y cursos en las cuales pudo verse sesgada la población y la edad de esta, por lo que poder recolectar datos en otros horarios podría aportar una mayor diversidad a la población.

Otra posible limitación del estudio fue el ambiente donde los estudiantes contestaban los instrumentos ya que no era 100% el más adecuado y pudo, tal vez, de alguna forma, sesgar los datos del estudio porque no era el ambiente adecuado para llenar escalas como las utilizadas en este estudio ya que algunos conversaban con sus compañeros, lo hacían solo para salir de la clase (usualmente se autorizaron permisos para recolectar al final de cada clase), entre otros.

Otras limitaciones del estudio fueron la forma en la que se midió la variable de uso de Instagram ya que eran los mismos estudiantes quienes indicaban el número de horas de uso de forma muy subjetiva ya que no existía una medida exacta como si se hubiera utilizado alguna aplicación que brindara estas estadísticas. Por último, otra limitación del estudio es que fue una investigación de tipo correlacional por lo que no se sabe realmente cómo estaban los niveles de ansiedad previo al estudio; lo cual podría ser una línea de investigación como continuación de este estudio.

E. Futuras direcciones para investigaciones

Se puede decir que las variables de comparación social y ansiedad parecieran relacionarse más entre ellas y con las variables sociodemográficas de sexo y edad en su mayoría, lo cual sugiere que la hipótesis de la investigación no fue sustentada, no

existiendo una relación entre el uso de la red social de Instagram la ansiedad y comparación social.

Una posible dirección para futuras investigaciones incluye realizar más estudios de este tipo y con esta población, ya que no solo no se tienen muchos datos de Latinoamérica para estas variables, sino considero son temas a los que hay que prestarles atención porque influyen muchas esferas de vida de los jóvenes, especialmente la académica. Por tanto, tener datos contextualizados pueden ser de utilidad tanto a nivel institucional de la universidad en cuestión y a nivel nacional para realizar medidas de prevención ante los posibles malestares que las redes sociales pueden causar. Asimismo, se recomienda hacer un registro en las horas en las cuáles se recolectaron los datos para evaluar si realmente el horario afectó la recolección de datos y variabilidad de la población o solamente es una variable interviniente. También sería interesante investigar y comparar los efectos generacionales que pueden tener las redes sociales debido a que puede ser que esta población vea las redes sociales como parte de su normalidad y cotidianeidad, mientras que, para poblaciones mayores o menores, estas puedan tener un significado distinto y, por ende, ser utilizadas de manera distinta con motivaciones que aún no se han estudiado.

Por último, es importante tomar en cuenta la situación actual de COVID-19 que se está experimentando en el país debido a que esto puede estar afectando la forma en la cual los jóvenes están utilizando las redes sociales debido a que hay una saturación de publicaciones y noticias negativas y cómo el uso de estas en este momento de pandemia puede afectarles después de salir no solo del confinamiento sino volver a la nueva normalidad post-virus.

VI. CONCLUSIONES



Se determinó que la red social de Instagram no se relaciona con las variables de ansiedad total, AE o AR, comparación social total, comparación social de habilidades o comparación social de opiniones en estudiantes de pregrado de una universidad privada de la ciudad de Guatemala, por tanto, se rechaza la hipótesis inicial de este estudio.

Se determinó que la ansiedad manifestada por los estudiantes de pregrado es más de tipo estado y esta puede estar influenciada por situaciones académicas, personales o familiares. Sin embargo, la diferencia entre los tipos de ansiedad no es tan significativa.

En relación con la comparación social los estudiantes de pregrado tienden a compararse socialmente más a través de sus habilidades que por las opiniones de los demás. En cuanto a esta variable se obtuvo un hallazgo en cuanto a la variable sexo, indicando que la población femenina es la que tiende a compararse con más frecuencia y esto puede tener factores tanto personales como culturales que aumenten o disminuyan este nivel de comparación.

Finalmente, en este estudio se encontraron diferencias significativas entre las variables de AE y comparación social de habilidades, AR y comparación social de habilidades y opiniones y uso de Instagram, carrera y sexo. Todas estas variables finalmente recaen en el hecho que puede ser que la edad juegue un rol importante en los niveles tanto de ansiedad como de comparación social en los estudiantes, así como el sexo y la carrera que se encuentran cursando. Usualmente son los más jóvenes y aquellos que están por terminar su carrera universitaria quienes presentaron niveles más altos de ansiedad en el estudio. Asimismo, se encontró que la variable de ansiedad rasgo se relaciona con ambas subescalas de comparación social en esta población, lo cual fue un hallazgo importante del estudio ya que indica que aquellos estudiantes quienes parecieran tener una personalidad más de tipo ansioso se comparan en términos de habilidades y opiniones con más frecuencia que aquellos que manifiestan la ansiedad de tipo estado.

VII. BIBLIOGRAFÍA

- Agudelo, Diana; Casadiegos, Claudia. y Sánchez, Diana. 2008. «Características de ansiedad y depresión en estudiantes universitarios». *International Journal of Psychological Research*. 1 (1): 34–39.
- AL-Kandari, Ali; Al-Hunaiyyan, Ahmed. y Alhajri, Rana. 2016. «The Influence of Culture on Instagram Use». *Journal of Advances in Information Technology*. 7 (54): 5 págs.
- Arriaga, T., Frías, J., Flores, S., Iniestra, O., & Solís, A. 2015. «Escrutinio de depresión y ansiedad en twitter a través de un programa de análisis de palabras». *Investigación En Educación Médica*. 4 (13): 16–21.
- Arrieta Vergara, K. M., Díaz Cárdenas, S., & González Martínez, F. 2014. «Síntomas de depresión y ansiedad en jóvenes universitarios: prevalencia y factores relacionados». *Revista Clínica de Medicina de Familia*. 7 (1): 14–22.
- Asociación Americana de Psiquiatría. 2014. *Guía de consulta de los criterios diagnósticos del DSM-5*. Virginia. American Psychiatric Publishing. 492 págs.
- Baldwin, Beth. 2013. «Psychometric Properties of the Social Comparison Motives Scale». *Journal of Nursing Measurement*. 17 (1): 29–44.
- Balta, Sabah, et al. 2018. «Neuroticism, Trait Fear of Missing Out, and Phubbing: The Mediating Role of State Fear of Missing Out and Problematic Instagram Use». *International Journal of Mental Health and Addiction*. 1-12.
- Becker, Mark, et al. 2013. «Media multitasking is associated with symptoms of depression and social anxiety». *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 16 (2): 132–135.
- Best, Paul; Manktelow, Roger. y Taylor, Brian. 2014. «Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review». *Children and Youth Services Review*. 41: 27–36.
- Brusilovskiy, E., Townley, G., Snethen, G., & Salzer, M. S. 2016. «Social media use, community participation and psychological well-being among individuals with serious mental illnesses». *Computers in Human Behavior*. 65: 232–240.
- Buunk, Abraham, et al. 2005. «Diferencias individuales en la comparación social: Propiedades de la escala española de orientación hacia la comparación social». *Revista Latinoamericana de Psicología*. 37 (3): 561–579.
- Chóliz, M, et al. 2016. «Development of a Brief Multicultural Version of the Test of Mobile Phone Dependence (TMDbrief) Questionnaire». *Frontiers in Psychology*. 7 (650): 10 págs.
- Durán, María José. 2017. *Dependencia al teléfono celular e impulsividad en una muestra de estudiantes universitarios*. Tesis Universidad del Valle de Guatemala. Guatemala: Universidad del Valle de Guatemala. 82 págs.
- Fonseca-Pedrero, Eduardo, et al. 2012. «Propiedades Psicométricas del “Cuestionario de AE-Rasgo” (STAI) en Universitarios». *Psicología Conductual*. 20 (3): 547–561.
- Gao, Yusong, et al. 2016. «How smartphone usage correlates with social anxiety and loneliness». *PeerJ*. 12 págs.
- Gibbons, Frederick; y Buunk, Bram. 1999. «Individual differences in social, comparison: development and validation of a measure of comparison orientation». *Journal of Personality and Social Psychology*. 76 (1): 129–142.

- González, F. & Ruiz, P. 2015. *Cognición social*. En: Manual de introducción a la psicología cognitiva. Montevideo. UCUR. 249-271 págs.
- Guimond, Serge, et al. 2007. «Culture, Gender, and the Self: Variations and Impact of Social Comparison Processes». *Journal of Personality and Social Psychology*. 92 (6): 1118–1134.
- Guimond, Serge, et al. 2006. «Social comparison, self-stereotyping, and gender differences in self-construals». *Journal of Personality and Social Psychology*. 90 (2): 221–242.
- Greifender, R., Bless, H. & Fiedler, K. *Social Cognition: How Individuals Construct Social Reality*. United Kingdom. Psychology Press. 258 págs.
- Herring, S., & Kapidzic, S. 2015. «Teens, Gender, and Self-Presentation in Social Media». *International Encyclopedia of Social and Behavioral Sciences*. Oxford: Elsevier.
- Huang, Yi-Ting; y Su, Sheng-Fang. 2018. «Motives for Instagram use and topics of interest among young adults». *Future Internet*. 10 (8): 12 págs.
- Jones, E. E., & Davis, K. E. 1965. «From acts to dispositions: The Attribution Process in Person Perception». *Advances in experimental social psychology*. Nueva York: Academic Press.
- Jones, E., & Harris, V. 1967. «The Attribution of Attitudes». *Journal of Experimental Social Psychology*. 3: 1–24.
- Kaplan, Andreas; y Haenlein, Michael. 2010. «Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media». *Business Horizons*. 53 (1): 59–68.
- Kilford, E., Garrett, E. & Blakemore, S. 2016. «The Development of Social Cognition in Adolescence: An Integrated Perspective». *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*. (16): 50 págs.
- Lee, Eunji, et al. 2015. «Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram». *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 18 (9): 552–556.
- Lup, Katerina; Trub, Leora y Rosenthal, Lisa. 2015. «Instagram #Instasad?: Exploring Associations Among Instagram Use, Depressive Symptoms, Negative Social Comparison, and Strangers Followed». *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 18 (5): 247–252.
- Marañón, C. 2012. Redes sociales y jóvenes: una intimidad cuestionada en Internet. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*. (54): 1–16.
- Martínez-Otero, Valentín. 2014. «Ansiedad en estudiantes universitarios: estudio de una muestra de alumnos de la Facultad de Educación». *Revista de La Facultad de Educación de Albacete*. (29–2): 63–78.
- Mazman, S. Güzin; y Usluel, Yasemin. 2011. «Gender differences in using social networks». *Turkish Online Journal of Educational Technology*. 10 (2): 133–139.
- Meikle, Graham. 2016. *Social Media: Communication, Sharing, and Visibility*. 1a ed. Nueva York: Routledge. 59 págs.
- Micu, C. C., Sciandra, M. R., & Micu, A. (2019). «Understanding Social Media: The Effect of Belief Type and Product Type on Consumers' Social Media Use». *Journal of Marketing Theory and Practice*. 27 (1): 55–66.
- Molla, Rani; Wagner, Kurt. 2018. *People spend almost as much time on Instagram as they do on Facebook*. Recode.

- <https://www.vox.com/2018/6/25/17501224/instagram-facebook-snapchat-time-spent-growth-data> [12 de abril de 2020]
- Muñoz-Rivas, M., Fernández, L., & Gámez-Guadix, M. 2010. «Analysis of the indicators of pathological internet use in spanish university students». *The Spanish Journal of Psychology*. 13 (2): 697–707.
- Newberry, Christina. 2019. *37 Instagram Stats That Matter to Marketers in 2020*. Hootsuite. <https://blog.hootsuite.com/instagram-statistics/> [12 de abril de 2020]
- Ngai, Eric; Spencer, Tao y Moon, Karen. 2015. «Social media research: Theories, constructs, and conceptual frameworks». *International Journal of Information Management*. 35 (1): 33–44.
- Orosio, MJ., Molero, M., Pérez M. y Mercader, I. 2014. «Redes sociales en internet y consecuencias de su uso en estudiantes universitarios». *INFAD Revista de Psicología*, 3 (1): 585-592.
- Perrin, Andrew. 2015. *Social Media Usage: 2005-2015*. www.pewinternet.org/2015/10/08/social-networking-usage-2005-2015/ [29 de marzo de 2020]
- Pértegas, S. y Pita, S. 2003. *Investigación: Cálculo del poder estadístico de un estudio*. Atención Primaria en la Red. Unidad de Epidemiología Clínica y Bioestadística: España. 7 páginas.
- Prades, Mariona; y Carbonell, Xavier. 2016. «Motivaciones sociales y psicológicas para usar Instagram». *Communication Papers - Media Literacy & Gender Studies*. 5 (9): 27–36.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. *Objetivos de desarrollo sostenible*. <https://www.gt.undp.org/content/guatemala/es/home/sustainable-development-goals/goal-5-gender-equality.html> [29 de marzo de 2020]
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. 2013. «Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out». *Computers in Human Behavior*. 29 (4): 1841–1848.
- Renau, V., Carbonell, X., & Oberst, U. (2012). «Redes sociales on-line, género y construcción del self». *Aloma*. 30 (2): 97–107.
- Rodríguez, A., & Fernández, A. 2014. «Relación entre el tiempo de uso de las redes sociales en internet y la salud mental en adolescentes Colombianos». *Acta Colombiana de Psicología*. 17 (1): 131–140.
- Rojano, L., Bazán, A., Alcazár, R. J., Reynoso, L., & Mercado, D. 2001. «Aspectos psicosociales, ansiedad y depresión en pacientes candidatos a trasplante renal». *Soc de Cirugía Rev Hosp Juan Mex*. 68 (2): 72–76.
- Royal Society for Public Health. 2017. *Social media and young people's mental health and wellbeing*. Londres. Royal Society for Public Health Publishing. 32 págs.
- Ruiz, M. 2016. *Trastornos mentales y del comportamiento*. Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. Departamento de Epidemiología: Guatemala. 14 páginas.
- Salazar, Beatriz. 2014. *Estudio exploratorio sobre la prevalencia de la dependencia al internet en jóvenes estudiantes de la Universidad del Valle de Guatemala (Campus Sur y Campus Altiplano)*. Tesis Universidad del Valle de Guatemala. Guatemala: Universidad del Valle de Guatemala. 100 págs.
- Salinas, A., Manrique, B., & Téllez, M. 2012. «Redes de apoyo social en la vejez: adultos mayores beneficiarios del componente para adultos mayores del programa

- oportunidades». *Redes de Apoyo Social En La Vejez*. 161–179.
- Sánchez-Rodríguez, José; Ruiz-Palmero, Julio y Sánchez-Rivas, Enrique. 2015. «Uso problemático de las redes sociales en estudiantes universitarios». *Revista Complutense de Educacion*. 26 (2015): 159–174.
- Schneider, Simone; y Schupp, Jürgen. 2011. «The Social Comparison Scale: Testing the Validity, Reliability, and Applicability of the Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM) on the German Population». *SOEPpapers on Multidisciplinary Panel Data Research*. (360). 37 págs.
- Seabrook, Elizabeth; Kern, Margaret y Rickard, Nikki. 2016. «Social Networking Sites, Depression, and Anxiety: A Systematic Review». *Journal of Medical Internet Research Mental Health*. 3 (4). 19 págs.
- Sforzin, Verónica. (2016). *Redes sociales en Latinoamérica: De los usos a las estrategias colectivas*. Argentina. Memoria Académica. 19 págs.
- Sherlock, Mary; y Wagstaff, Danielle. 2018. «Exploring the Relationship Between Frequency of Instagram Use, Exposure to Idealized Images, and Psychological Well-being in Women». *Psychology of Popular Media Culture*. 30 págs.
- Sierra, Juan Carlos; Ortega, Virgilio; y Zubeidat, Ibad. 2003. «Ansiedad, angustia y estrés: tres conceptos a diferenciar». *Revista malestar y subjetividad*. 3 (1): 10-59.
- Spielberger, Charles; Gorsuch, Richard y Lushene, Robert. 1997. *Manual del Cuestionario de AE Rasgo (STAI)*. 4a ed. Madrid: TEA Ediciones. 32 págs.
- Spielberger, Charles. 1966. *Theory and research on anxiety. Anxiety and behavior*. New York: Academic press. 414 págs.
- Suls, Jerry; Martin, René y Wheeler, Ladd. 2002. «Social comparison: Why, with whom, and with what effect? ». *Current Directions in Psychological Science*. 11 (5): 159–163.
- Torre, Lidia de la; y Vaillard, Laura. 2012. «¿Cómo usan las redes sociales los jóvenes de Latinoamérica?». *Ecos de La Comunicación*. 5 (5): 37–65.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. *Relevamiento de la Investigación y la Innovación en la República de Guatemala. 2017*. París: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. 6 vols.
- Urzúa, Alfonso; Zúñiga, Patricia y Buunk, Abrahaam. 2012. «La edad y el sexo en la orientación a la comparación social». *Terapia Psicológica*. 30 (3): 79–88.
- Villalobos, Christian, et al. 2013. «Clima Educativo y su Relación con la Salud Mental de Alumnos Universitarios Chilenos». *Revista Argentina de Clínica Psicológica*. 22 (3): 257–268.
- Vogel, Erin, et al. 2014. «Social comparison, social media, and self-esteem». *Psychology of Popular Media Culture*. 3 (4): 206–222.

VIII. ANEXOS

A. Consentimiento informado

Documento de consentimiento informado

Este documento de consentimiento informado es para estudiantes del curso de métodos cuantitativos, candidatos a participar en el estudio *Uso de Instagram, comparación social y manifestaciones de ansiedad en estudiantes universitarios*.

1. **Datos generales del investigador principal.** La propuesta de investigación está a cargo del Dr. Walter O. Paniagua, psicólogo social, quien es profesor asociado al departamento de psicología de la Universidad del Valle de Guatemala y Marines Mejía, estudiante de psicología. El estudio no posee financiamiento de ninguna entidad. Cualquier duda o comentario con respecto a su participación, puede hacerla llegar a través del correo electrónico wopaniagua@uvg.edu.gt o mej15198@uvg.edu.gt
2. **Propósito del estudio.** Con la investigación se busca utilizar datos reales para el análisis estadístico. Para ello, se les aplicará un cuestionario de datos sociodemográficos y dos pruebas estandarizadas. El estudio se hará dentro de las instalaciones de la universidad, en el horario de clase. Se solicitará su participación únicamente en esta ocasión y la forma de recolectar información será a través de tres cuestionarios que le tomará llenar más o menos 15 a 20 minutos. La información recolectada será utilizada para realizar varios análisis estadísticos sobre la influencia de las redes sociales en la salud mental de los jóvenes, que podrán ser publicados por diversos medios en el futuro.
3. **Participación durante el estudio.** Su contribución es voluntaria y puede decidir libremente no participar o, en cualquier momento, puede retirarse del estudio sin sanción, reprimenda, represalias o consecuencias negativas para su persona. También tiene la posibilidad de hacer preguntas sobre cualquier aspecto de la investigación en cualquier momento durante o después de su participación. Si decide participar no recibirá ningún pago o algún tipo de remuneración económica ni en especie.
4. **Confidencialidad de los datos.** Toda la información que brinde será confidencial. En el cuestionario no se solicitará su identidad, pero se asignará un código para el manejo de los datos.
5. **Riesgos de participación.** Dado que las pruebas presentan cuestionamientos que en algunos casos las personas no han reflexionado con anterioridad, es posible que los participantes experimenten algún grado de incomodidad psicológica al responder las pruebas. A nivel general el grado de riesgo es mínimo tanto a nivel físico como mental y puede producir cansancio y, en algunos casos, transformaciones en las relaciones personales. En caso de que la incomodidad se prolongue por más de una semana, tendrá la posibilidad de ser atendido en el CIPA.

6. **Publicación de resultados.** Los resultados de la investigación serán reportados cumpliendo los criterios de confidencialidad y anonimato descritos por la Asociación Americana de Psicología (APA). En ningún momento se colocará la identidad de los participantes ni el nombre de la institución. Se publicarán artículos en revistas científicas revisadas por otros profesionales.

Declaración de consentimiento:

Yo, he leído el documento de consentimiento informado que me ha sido entregado, he comprendido las explicaciones en él facilitadas y las implicaciones que tiene para mí.

Tomando todo ello en consideración y en tales condiciones, autorizo y firmo participar voluntariamente en la investigación *Uso de Instagram, comparación social y manifestaciones de ansiedad en estudiantes universitarios*.

(Firma)

B. Instrumento para datos sociodemográficos y uso de Instagram

Instrucciones: Por favor responde las siguientes preguntas con el fin que podamos conocerte mejor.

1. **¿Cuál es tu sexo??** *(Por favor coloca una X en el cuadro que corresponde a tu respuesta.)*

Mujer

Hombre

2. **¿Cuántos años tienes?** *(Por favor coloca una X en el cuadro que corresponde a tu respuesta.)*

3. **¿Trabajas actualmente?** *(Por favor coloca una X en el cuadro que corresponde a tu respuesta.)*

Sí

No

Si respondiste “sí”, indica cuál es tu trabajo: _____

4. **¿Qué carrera estudias?**

5. **¿Qué año de tu carrera estás cursando?** *(Por favor coloca una X en el cuadro que corresponde a tu respuesta.)*

Primero

Segundo

Tercero

Cuarto

Quinto

6. **¿Actualmente tienes una relación de pareja?** *(Por favor coloca una X en el cuadro que corresponde a tu respuesta.)*

Sí

No

7. **¿Realizas actividad física?** *(Por favor coloca una X en el cuadro que corresponde a tu respuesta.)*

Sí

No

Si respondiste “sí”, indica qué tipo de actividad física y cada cuánto la realizas:

8. **¿Tienes hijos?** *(Por favor coloca una X en el cuadro que corresponde a tu respuesta.)*

Sí

No

9. **¿Cuáles son los ingresos mensuales totales de tu familia (aproximadamente)?**

10. **¿Cuántas horas al día utilizas Instagram aproximadamente?**

11. **¿Qué otras redes sociales utilizas frecuentemente?**

Facebook

Snapchat

Twitter

YouTube

Tumblr

C. Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale (INCOM) versión en español

Instrucciones: La mayoría de la gente se compara de vez en cuando con otros. Por ejemplo, pueden comparar sus sentimientos, opiniones, capacidades y/o su situación con los de otras personas. No hay nada particularmente bueno o malo en este tipo de comparación y algunas personas lo hacen con mayor frecuencia que otras.

Nos gustaría conocer la frecuencia con que usted se compara con otros. Por ello, indíquenos, por favor, en qué medida está de acuerdo con cada una de las frases que le presentamos a continuación y conteste sobre la base de la escala de respuestas.

- 1. = Totalmente en desacuerdo
- 2. = Parcialmente en desacuerdo
- 3. = Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 4. = Parcialmente de acuerdo
- 5. = Muy de acuerdo

o.	Pregunta	Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Muy de acuerdo
	A menudo, me comparo con otros respecto a lo que he conseguido en la vida	①	②	③	④	⑤
	Si quiero aprender más sobre algo, trato de averiguar lo que los otros piensan sobre ello	①	②	③	④	⑤
	Siempre pongo mucha atención a la forma en que hago las cosas comparándola con la forma en que las hacen los demás	①	②	③	④	⑤
	A menudo comparo cómo actúan mis seres queridos (novio/a, familia, etc.) en relación con cómo lo hacen otras personas	①	②	③	④	⑤
	Siempre me gusta saber lo que harían otras personas en mi lugar	①	②	③	④	⑤
	No soy una persona que se compara a menudo con otras	①	②	③	④	⑤

o.	Pregunta	Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Muy de acuerdo
	Si quiero averiguar lo bien que estoy haciendo algo, comparo lo que he hecho con lo que han hecho los otros	①	②	③	④	⑤
	A menudo, trato de averiguar lo que otros piensan cuando afrontan problemas similares a los míos	①	②	③	④	⑤
	A menudo, me gusta hablar con otros sobre opiniones y experiencias mutuas	①	②	③	④	⑤
0	Nunca considero mi situación en la vida comparándola con la de otras personas	①	②	③	④	⑤
1	A menudo comparo cómo me estoy desarrollando socialmente (p.e.: habilidades sociales, popularidad) en relación con otras personas	①	②	③	④	⑤

D. Cuestionario de Ansiedad Estado-Rasgo (STAI)

Instrucciones:

Abajo aparecen algunas expresiones que la gente usa para describirse a sí misma. Lea cada frase y coloque una cruz en el casillero que indique cómo se siente **EN ESTE MOMENTO**. No hay respuestas buenas o malas. No utilice mucho tiempo para responder cada frase, pero trate de elegir la respuesta que mejor describa **SUS SENTIMIENTOS AHORA**.

	Nada	Un poco	Bastante	Mucho
1. Me siento calmado				
2. Me siento seguro				
3. Estoy tenso				
4. Me siento disgustado (contrariado)				
5. Me siento cómodo (me siento a gusto)				
6. Me siento alterado				
7. Estoy preocupado ahora por posibles desgracias futuras				
8. Me siento descansado				
9. Me siento angustiado				
10. Me siento cómodo				
11. Tengo confianza en mí mismo				
12. Me siento nervioso				
13. Me siento agitado				
14. Me siento atado (como oprimido)				
15. Estoy relajado				
16. Me siento satisfecho				
17. Estoy preocupado				
18. Me siento aturdido				
19. Me siento alegre				
20. En este momento me siento bien				

Abajo aparecen algunas expresiones que la gente usa para describirse a sí misma. Lea cada frase y coloque una cruz en el casillero que indique cómo se siente **GENERALMENTE**. No hay respuestas buenas ni malas. No utilice mucho tiempo para responder cada frase, pero trate de elegir la respuesta que describa cómo se siente **GENERALMENTE**.

	Casi nunca	Algunas veces	Frecuentemente	Casi siempre
1. Me siento bien				
2. Me canso rápidamente				
3. Siento ganas de llorar				
4. Me gustaría ser tan feliz como otros				
5. Pierdo oportunidades por no decidirme pronto				
6. Me siento descansado				
7. Soy una persona tranquila, serena y calmada				
8. Siento que las dificultades se me amontonan y no las puedo superar				
9. Me preocupo demasiado por cosas sin importancias				
10. Soy feliz				
11. Suelo tomar las cosas muy seriamente				
12. Me falta confianza en mí mismo				
13. Me siento seguro				
14. No suelo afrontar las crisis o dificultades				
15. Me siento triste (melancólico)				
16. Estoy satisfecho				
17. Algunas ideas poco importantes ocupan mi cabeza y me molestan				
18. Me afectan tanto los desengaños, que no los puedo olvidar				
19. Soy una persona estable				
20. Cuando pienso sobre asuntos y preocupaciones actuales, me pongo tenso y agitado				