

El problema del “yo” digital

(The problem of the digital "Self")

Oscar Picardo Joao, PhD

Licenciatura en Filosofía, Universidad de Valencia, Venezuela
Maestría en Educación, University of Louisville, Estados Unidos de Norteamérica
Maestría en Sociedad del Conocimiento, Universitat Oberta de Catalunya, España
Postgrado en Educación a Distancia, Universidad de Murcia, España
Postgrado en Finanzas Educativas, Harvard University, Estados Unidos de Norteamérica
DEA-Doctorado en Didáctica y Organización Escolar, Universitat Oberta de Catalunya, España
<https://orcid.org/0000-0003-1521-9681>
opicardo@uoc.edu
IRB: 19110276 /CONACYT El Salvador, nivel III

San Salvador, El Salvador, Centroamérica

Fecha de Recepción: 15/02/2024

Fecha de aceptación: 22/02/2024

Resumen

El presente estudio sobre el “yo digital” parte de las bases teóricas psicológicas sobre la evolución de las redes sociales y sus efectos en la identidad y personalidad de los sujetos, más el levantamiento de una encuesta sobre “Humor Social y Político” realizada en El Salvador, a nivel nacional. Se profundizó sobre la hipótesis si existe o no un “yo digital” como disociación y la evidencia recolectada permite comprobar que efectivamente un porcentaje de la población posee dos identidades, una real y otra digital; y la disociación se puede deber a motivos personales, morales o políticos. Asimismo, el estudio permitió caracterizar a profundidad a los sujetos que poseen una identidad disociada de la real en los escenarios digitales.

Palabras clave: Psicología; trastornos disociativos; yo-digital; El Salvador.

Abstract

The present study on the “digital self” is based on the psychological theoretical bases on the evolution of social networks and their effects on the identity and personality of the subjects, plus the survey on “Social and Political Humor” carried out in El Salvador, at the national level. The hypothesis was delved into whether or not there is a “digital self” as a dissociation and the evidence collected allows us to verify that a percentage of the population actually has two identities, one real and the other digital; and dissociation may be due to personal, moral or political reasons. Likewise, the study allowed us to characterize in depth the subjects who have an identity dissociated from their real one in digital scenarios.

Keywords: *Psychology; dissociative disorders; i-digital; El Salvador.*

1. Introducción

“Hay momentos en que soy tan diferente a mí mismo que podría ser tomado por otra persona, de una personalidad totalmente opuesta”
(Jean-Jacques Rousseau)

A estas alturas de “transformación digital” seguramente psiquiatras, psicoanalistas y psicólogos ya estén investigando para incorporar en el Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales (DSM-5) o en el CIE-11 -6B64 y 65- el problema del “yo digital”, un síndrome o trastorno en donde las personas proyectan en las redes sociales una personalidad probablemente dissociada o distinta a la real. En este contexto, esta investigación pretende aportar insumos para el debate académico.

Consideremos que “síndrome” es un conjunto de síntomas que cuentan con un estudio previo y se dan de manera simultánea; mientras que los “trastornos” hacen referencia a estados anómalos de la salud mental, es decir a cambios desadaptativos de los procesos mentales.

En la literatura existen los “trastornos dissociativos” (parciales): afecciones mentales que implican una pérdida de conexión entre pensamientos, recuerdos, sentimientos, entorno, comportamiento e identidad. Estas condiciones incluyen escapar de la realidad de formas que no son deseadas ni saludables. La Asociación Americana de Psiquiatría define tres trastornos dissociativos principales: trastorno de despersonalización-desrealización, amnesia dissociativa y trastorno dissociativo de la identidad; el CIE-11 establece al menos 10 categorías¹.

Los síntomas de la disociación de la personalidad incluyen: Una sensación de separación entre el sujeto y sus emociones; tener ideas distorsionadas de la realidad; un sentido borroso de su propia identidad; estrés o problemas en las relaciones; depresión, ansiedad, entre otros.

No obstante, desde la mirada social y psicológica, vale la pena advertir que el fenómeno se puede analizar desde dos puntos de vista: a) como una exposición voluntaria, consciente y pública de una forma virtual del “yo”; y b) por otro lado, podría aparecer como una proyección involuntaria, inconsciente, dissociada y privada del “yo” que es guiada por ciertos actores digitales (plataformas o

¹ Ver en CIE-11 (2018): 6B60 Trastorno de síntoma dissociativo con síntomas neurológicos; 6B61 Amnesia Disociativa; 6B61.0 Amnesia dissociativa con fuga dissociativa; 6B61.1 Amnesia dissociativa sin fuga dissociativa; 6B61.Z Amnesia dissociativa, sin especificación; 6B62 Trastorno de trance; 6B63 Trastorno de trance y posesión; 6B64 Trastorno de Identidad Disociativa; 6B65 Trastorno de Identidad Disociativa Parcial; 6B66 Trastorno de despersonalización y desrealización; 6E65 Síndrome dissociativo secundario; 6B6Y Otros trastornos dissociativos especificados; 6B6Z Trastornos dissociativos no especificados.

compañías). Esto representa una limitación del estudio ya que es un fenómeno nuevo en la investigación asociado a la transformación digital que vivimos.

Resulta que las redes sociales han abierto una gran oportunidad de comunicación y expresión, y en este escenario nos encontramos con sujetos normales, con perfiles anónimos -pasivos o activos- o con odiadores profesionales, entre otras categorías. Dentro de los perfiles “normales” podemos identificar esporádicamente una tendencia de ideas proyectivas, es decir, cuando la gente intenta presentarse como algo mejor a lo que realmente es; por ejemplo, uso de una foto de perfil cuando era más joven, post de lecturas sofisticadas, fotos de viajes o de platillos exóticos, entre muchas otras expresiones. Pero hay identidades falsas o patológicas, personas que tienen una máscara, que se ocultan detrás de un avatar o una imagen, para actuar, incidir, insultar, odiar, ofender, manipular; tradicionalmente en las redes sociales los definen como “Troll”.

Almirall y Cortés en “Mi yo digital: lo bueno, lo malo y lo imprevisible” (2021) definen: “A medida que se amplía nuestra huella digital, también lo hace nuestro ‘yo’ digital. Una parte de este es pública, pero solo representa la punta del iceberg (...) Oculta queda esa proporción que se nos ha robado sin darnos cuenta, la que pertenece a las redes sociales, plataformas de compras y aquellas compañías que pagan por esta información (...) Este conocimiento casi íntimo produce una mutación en la forma en la que percibimos la realidad, con

algoritmos que guían nuestra navegación en el mundo digital, produciéndose así un cierto mecanismo de control social.”

El “yo digital” es una construcción personal, una especie de espejo psicológico en dónde reflejo cómo me gustaría ser... Ahora bien, desde el punto de vista psicoanalista, el yo forma parte de la teoría estructural de la mente; comienza a surgir en el recién nacido del contacto del ello con el mundo. Se rige por el principio de la realidad y su función es la de demorar o posponer la descarga instintiva o pulsional. Una parte del yo es inconsciente, otra parte consciente y otra preconsciente, esta última puede hacerse consciente rápidamente en caso de necesidad. Podemos considerar que si el ello es animal y el superyó cultural, el yo es humano. El yo desempeña la función de conciliar al ello (pulsiones), al superyó (restricciones morales) y al mundo exterior. El “yo” crea mecanismos que permitan la obtención del mayor placer posible, pero dentro de los límites que la realidad imponga.

Palacios, Parra y Baldivia en “Psicología digital: reflexiones sobre estudio el comportamiento humano en la era de las tecnologías de la información” (2022) señalan que la presencia de las tecnologías digitales evidencian los efectos de su presencia en los seres humanos sobre todo en la modificación del comportamiento por las interacciones algorítmicas.

El “yo digital”, desde la perspectiva patológica, depende de una estructura ideológica vulnerable o afectada; entendiendo

estructura ideológica como un sistema de representaciones o realidad operante que no tienen nada que ver con la “conciencia”; son la mayor parte del tiempo imágenes, a veces conceptos, pero, sobre todo, se imponen como estructuras a la inmensa mayoría de las personas (Martín Baró).

Un sujeto amenazado, humillado, con baja autoestima, defraudado, con limitaciones culturales o educativas, etcétera, crea su “yo digital”, y a través de él, se expresa y se comunica, proyectado una personalidad alterna, probablemente opuesta a su realidad ideológica.

Estaríamos frente a un caso de “disociación” con mediación digital, ya que se altera o se crea otra identidad. Según la Sociedad Internacional para el Estudio del Trauma y la Disociación (*International Society for the Study of Trauma and Dissociation* – ISSTD), el término disociación hace referencia a desconexión o falta de conexión entre elementos que habitualmente están asociados entre sí. La disociación puede afectar a la conciencia, a la memoria, a la identidad o a la percepción, que habitualmente suelen estar integradas.

Tal como afirma la reconocida psicóloga Suzette Boon: “Las partes disociadas de la personalidad no están separadas de la identidad o la personalidad de un solo cuerpo, sino más bien son partes de un solo individuo que todavía no están funcionando juntos de una manera suave, coordinada y flexible”; hay relatos y hechos que reflejan lo que realmente somos desde la perspectiva ética. Si alguien

necesita un yo digital diferente a quién es en verdad por algo será; no es normal, no es lógico, no es honesto.

El problema y las preguntas fundamentales de esta investigación se centran en: ¿El yo-digital es un hecho fáctico?, y de serlo: ¿puede calificarse como un trastorno mental disociativo?; además, ¿existe una taxonomía sobre este trastorno?

1.1 Antecedentes sobre identidad y personalidad

“La mayoría de las personas son otras: sus pensamientos, las opiniones de otros; su vida, una imitación; sus pasiones, una cita.”
(Oscar Wilde)

Llevamos muchos siglos preguntándonos ¿quién soy? (o ¿quiénes somos?); desde Sócrates y sus preocupaciones políticas, hasta Ortega y Gasset y sus circunstancias, los pensadores han intentado descifrar la existencia humana, siendo un tema recurrente de la filosofía, de la antropología y de la psicología.

La identidad humana es un concepto dinámico y volátil, no hay una respuesta única o exacta, todo depende desde dónde hacemos la pregunta. En términos prácticos, identidad es lo que define a la persona. Según David Buckingham hay dos dimensiones: Lo que nos distingue de los demás; y a la vez la identidad también implica “una relación con un colectivo o grupo social de mayor amplitud”. En este contexto, la identidad está asociada a aspectos biológicos, sociológicos y psicológicos.

Somos una entidad biológica, pero también un complejo entramado de lo que creemos que somos, de lo que nos gustaría ser y de lo que los demás creen que somos (*self-image, self-esteem e ideal-self*); además, representamos un dilema entre la singularidad de uno mismo y de la similitud con nuestros congéneres. Somos algo único y a la vez parte de algo, una disonancia entre ser diferente y a la vez parte de o encajar con el grupo. Lévinas lo explicaba con su teoría de descubrirnos en la alteridad: nos definimos desde los otros...

La teoría de la identidad social de Henri Tajfel y John Turner (1979) expone los elementos que emplea la sociedad para discriminar entre grupos: categorización, identificación, comparación y distinción psicosocial. Tajfel propuso que parte del autoconcepto de un individuo estaría conformado por su identidad social, esto es, "el conocimiento que posee un individuo de que pertenece a determinados grupos sociales junto a la significación emocional y de valor que tiene para él/ella dicha pertenencia".

En la definición de identidad aparece una contradicción en la configuración del yo -como experiencia individual- y la pertenencia al colectivo o los otros; este fenómeno aparece en nuestras mentes y forma parte de nuestra consciencia. Carl Rogers (1979) explicó que durante el desarrollo del "yo" se descubre esta diferenciación. Como consecuencia, esto se refleja en la conciencia del ser y el actuar de la persona y se crea la experiencia del yo que termina organizándose para formar el concepto del yo. Para Jung (1970)

lo determinante en la construcción del yo es un arquetipo, una imagen simbólica con un significado universal en las diferentes culturas que moldea y transforma el inconsciente personal.

En síntesis, como plantean López y Egea (2018) la identidad no es un concepto estático. El ser humano es un ser en construcción, dinámico y en permanente cambio. La persona vive en un proceso constante de identificación (...) la identidad se transforma y se fragmenta; en la posmodernidad "el yo tiene diversas caras" (Dans, 2015) y en todas ellas la persona desea narrar un relato que cuente quién es.

Identidad y personalidad son dos conceptos que se comprenden desde una perspectiva complementaria; identidad responde a la pregunta ¿cómo somos?, mientras que personalidad responde a ¿cómo nos comportamos o proyectamos nuestra identidad?

Personalidad proviene etimológicamente de "persona" (máscara del actor) o imagen pública de alguien. Erving Goffman en *identity performance* (1959) establece que la identidad es una proyección consciente y deliberada de transmitir lo que somos; una forma de actuar frente a las audiencias... en dónde acentuamos o suprimimos rasgos de nuestra personalidad.

Entre el "yo interno" (nuestras actitudes, ideas, sentimientos) y el "yo externo", siempre va a haber un cierto grado de incongruencia en determinados contextos o circunstancias, por conveniencia, temor, confianza o prudencia.

En efecto, las necesidades de afiliación, pertenencia y reconocimiento de Maslow establecen esta tensión entre el “quien soy” y el “quién debería ser” para ser aceptado o respetado, por conveniencia o por convicción.

En este punto nos encontramos con el “Mito de Narciso”; el personaje mitológico no pudo dejar de mirar a sí mismo y se enamoró de su propio reflejo. Sin poder resistir a su propia belleza, finalmente se tiró al agua y murió. En efecto, a veces hay espejos que nos confunden y condicionan formas de ser y actuar para encajar, y aparece el narcisismo. La necesidad de validación positiva es un rasgo de las personas narcisistas, personalidades tan frágiles que necesitan un refuerzo externo.

En la actualidad, en un escenario de transformación digital y redes sociales se han potenciado nuevas “máscaras digitales”; identidades y personalidades anónimas, secretas o falsas, para odiar, opinar o disentir.

Estas máscaras digitales también están vinculadas a una redefinición de lo público y lo privado -lo visible y lo invisible-, de la libertad, de la exhibición, etcétera. Estamos frente a identidades prefabricadas, personalidad narcisistas, odiadores profesionales y a nuevas necesidades de validación positiva para resolver los problemas de inseguridad.

Entre una considerable cantidad de “amigos” o seguidores imaginarios y *likes* de pseudo placer, se construyen nuevas identidades que discrepan con las reales; en el mundo digital, virtual u online somos un relato ideal, incluso

pueden aparecer individuos con multiplicidad de identidades -asociadas o disociativas-. En dónde es más fácil caer en las trampas de los sesgos cognitivos, para emitir valoraciones, interpretar la realidad y tomar decisiones conforme a mis intereses.

Finalmente, López y Egea (2018) señalan que los usuarios que frecuentan las redes sociales, e Internet en general, saben cuándo se exhiben que se exponen a la creación de estos sesgos. La solución que se plantean, de forma cada vez más pronunciada, es la creación de diferentes perfiles en función de la imagen que quieren transmitir de sí mismos en los distintos entornos.

“Tu tiempo es limitado, de modo que no lo malgastes viviendo la vida de alguien distinto...” Importante consejo de Steve Jobs en tiempos de transformación digital y de máscaras digitales.

2. Metodología

El tipo de estudio es cuantitativo; la técnica de registro es cuestionario individual Estructurado con un tipo de entrevista visita casa por casa, una persona elegible por vivienda; los informantes son personas mayores e iguales a 18 años.

El trabajo de campo se realizó del 17 al 21 de abril 2024. Las entrevistas efectivas fueron: 1,233 a nivel nacional. Los parámetros de Muestreo son: Nivel de confianza 95%, error muestral $\pm 2.8\%$, proporcional al tamaño de la población por departamento;

datos levantados por el Centro de Estudios Ciudadanos (CEC).

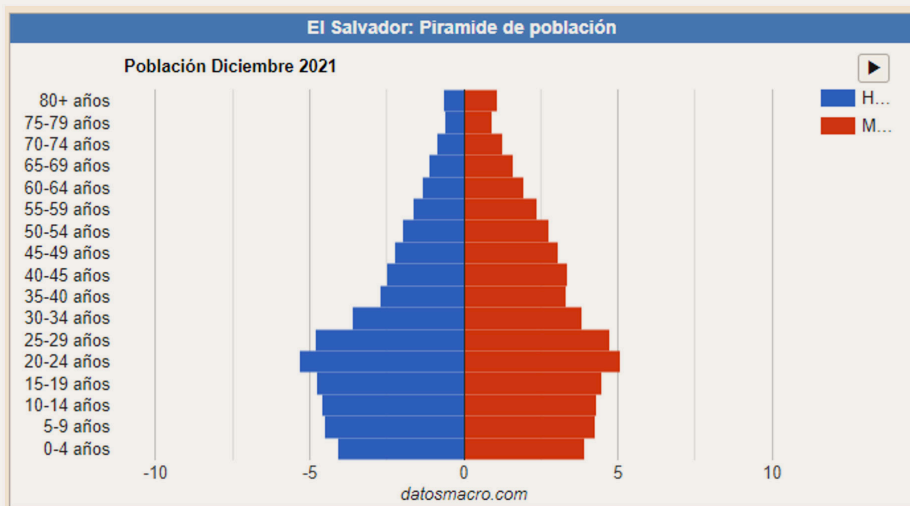
En el marco del VII estudio de Humor Social y político, se incluyó una sección de 8 preguntas específicas en el instrumento, tal como se presenta en el anexo 1.

Según el censo de 2007², la población de El Salvador es de 6.314.000 personas; las personas mayores de 18 años -universo de este estudio- son 4,103,000; para efectos de inferir porcentajes se asume el 1% 41,000 personas, el 5% 205,000 personas, el 10% 410,000; etcétera (Figura 1).

3. Resultados

En el segmento poblacional del estudio, mayores de 18 años, la red social con mayores perfiles es Facebook con 42.6%; luego TikTok 18.3%; Instagram 14.4%; Youtube 13.2%; Twitter o X 7.2% Gráfico No 1); WhatsApp es la aplicación principal en “otras opciones” con un bajo registro; y 4.4% nos respondieron o no tienen redes sociales. El 64.8% son consumidores de redes sociales; el 13.6% le gusta interactuar; y el 1.9% produce algún contenido digital.

Figura 1: Pirámide demográfica de El Salvador (2021)



Fuente: Datos Macro

² Cfr. <https://datosmacro.expansion.com/demografia/estructura-poblacion/el-salvador#:~:text=El%20Salvador%20tiene%20una%20poblaci%C3%B3n,es%20del%2047%2C62%25.>

Figura 2: Taxonomía de perfiles en redes sociales

¿Tiene perfil activo en alguna de las siguientes redes sociales? (múltiple)

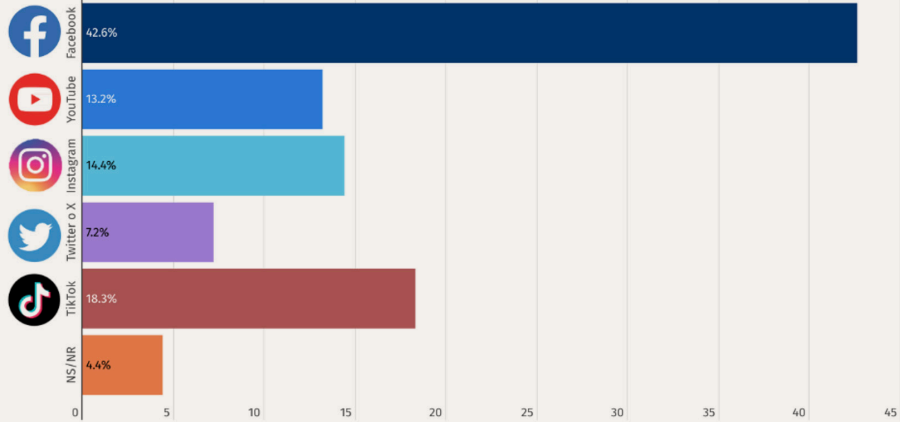
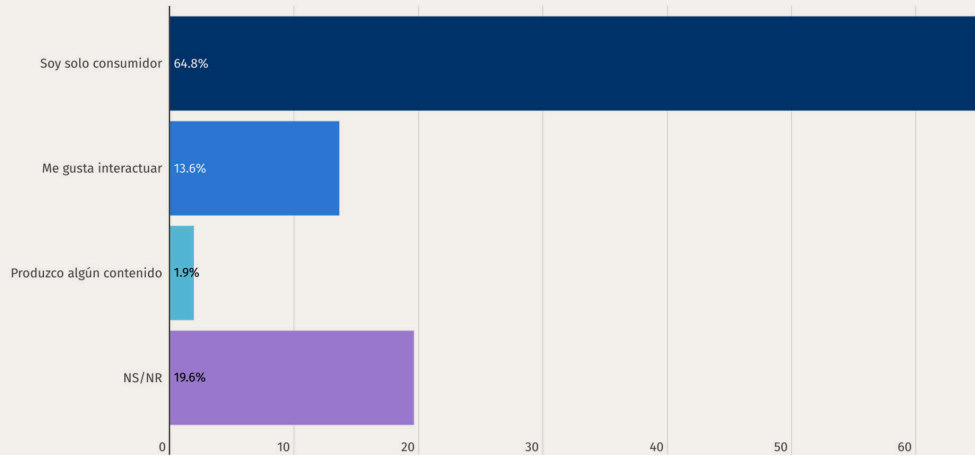
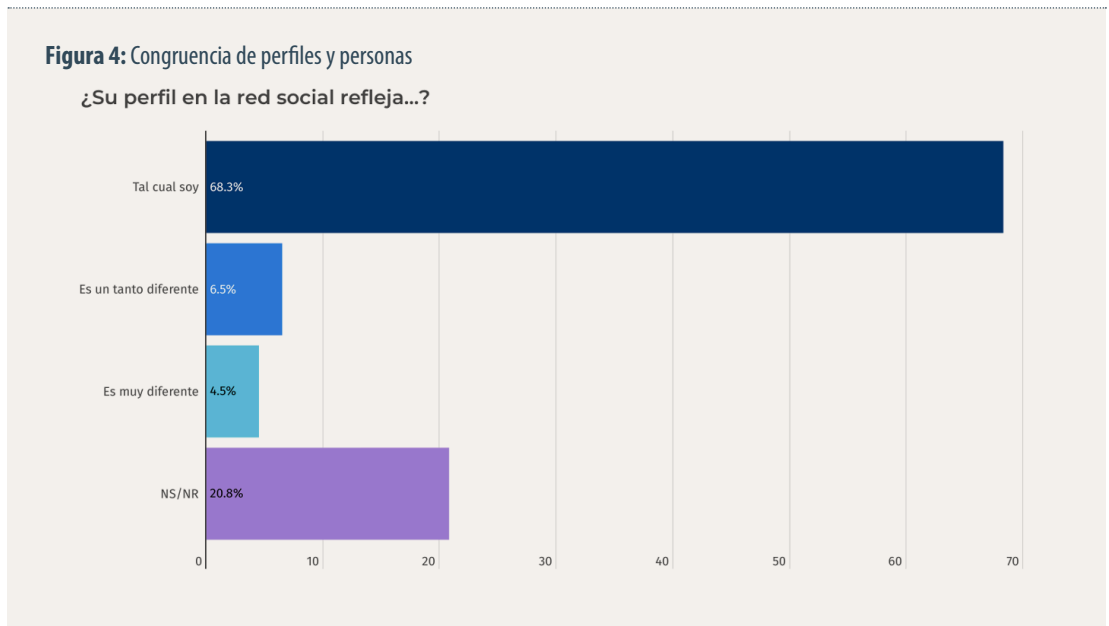


Figura 3: Tipo de interacción

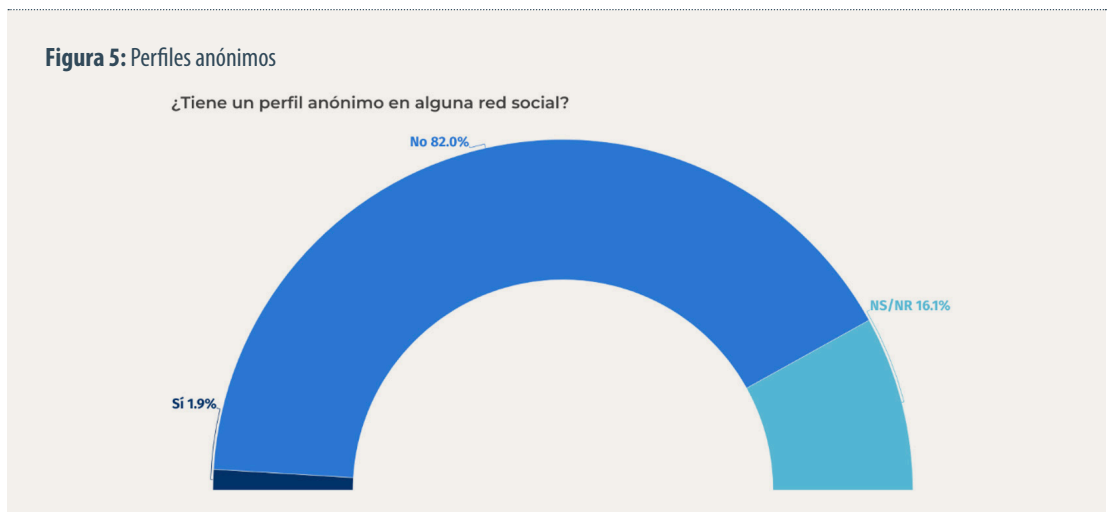
Respecto a las redes sociales



El 68.3% manifestó que su perfil refleja la realidad o lo que es el propio usuario; 6.5% dice que es algo diferente; 4.5% muy diferente; 20.8% no responde (Figura 4).



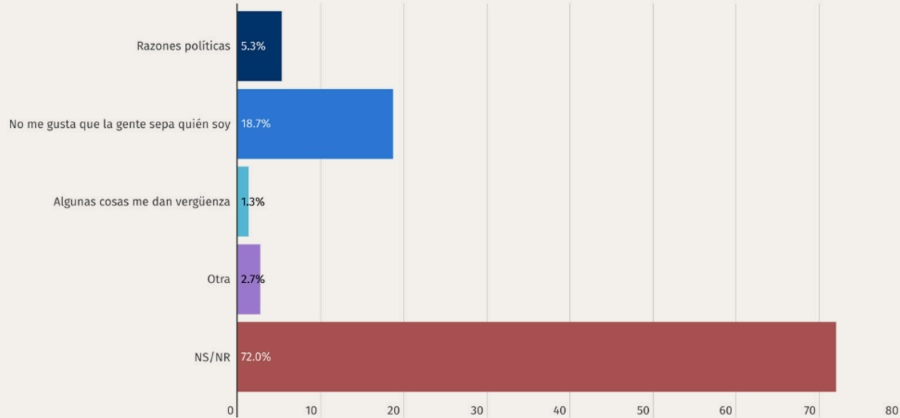
Tal como lo señala la Figura 5, al consultar directamente si posee un perfil anónimo en una red social 82.0% dicen que no; 16.1% no responde; y 1.9% dicen que sí poseen, es decir en la inferencia y proyección 82,000 personas podrían tener un perfil anónimo.



Del 1.9% que manifestó tener un perfil anónimo, las razones son: 18.7% No me gusta que la gente sepa quien soy; 5.3% razones políticas; 2.7% otras razones; 1.3% algunas cosas que publico me avergüenzan. El 72% no respondió (Figura 6)

Figura 6: Razones del anonimato

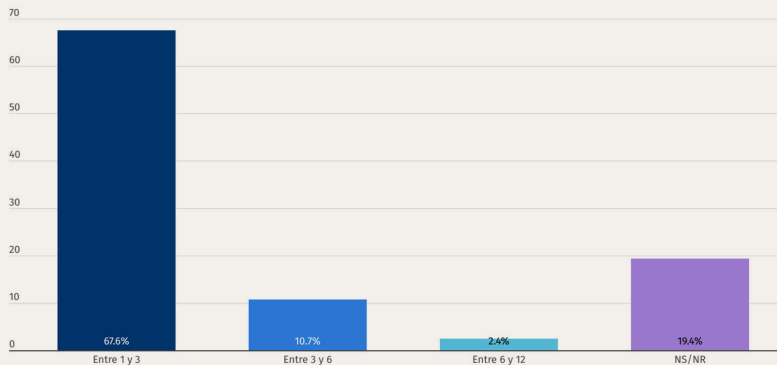
Si su respuesta anterior fue sí, ¿cuál es el motivo?



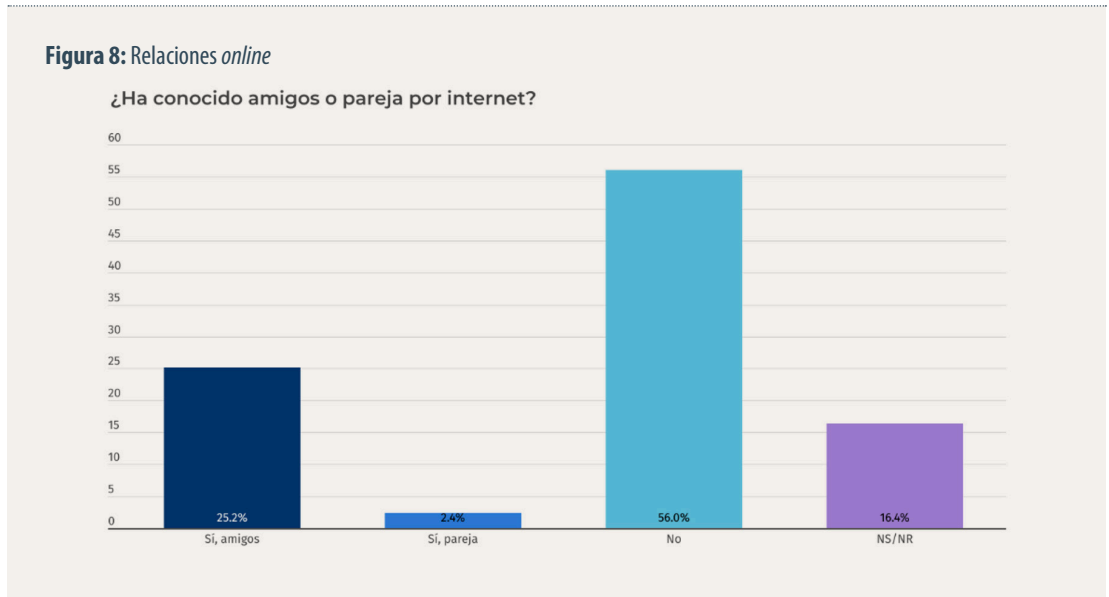
Se profundizó sobre el tiempo invertido al día en redes sociales: entre 1 y 3 horas el 67.6% de la población; entre 3 y 6 horas el 10.7%; entre 6 y 12 horas el 2.4%; 19.4% no contestó la pregunta (Figura 7).

Figura 7: Tiempo dedicado a redes sociales

Aproximadamente, ¿cuántas horas al día invierte en redes sociales?



Un 2.4% de los entrevistados ha conocido su pareja por internet y un 25.2% ha logrado nuevas amistades; el 13.4% tiene muchos más amigos en las redes sociales que en la vida real (Figura 8).



Cruces de variables para saber: ¿Quiénes son los sujetos que poseen un yo digital distinto al real? (a partir del 1.9% de la población):

- Respecto a la congruencia entre lo real y lo que proyectan en su perfil: 5% son hombres, y 3.9% son mujeres; edad entre los 18 y 39 años; principalmente con un nivel educativo de tercer ciclo (7°, 8° y 9° grados).
- Respecto a los que poseen un perfil anónimo: 2.2% son mujeres y 1.5% son hombres; edad entre los 18 y 29 años; nivel educativo educación media.
- Respecto al tiempo dedicado en redes sociales: entre 66 y 68% entre 1 y 3 horas diarias, sexo indistinto; 30 a 39 años de edad el rango más alto de tiempo invertido en redes sociales, más que de 18 a 29 años (67.6%); los niveles educativos con más dedicación de tiempo en redes son estudiantes de educación media y universitarios.
- Respecto a los que han conocido su pareja por internet: 3.4% hombres, 1.6% mujeres. En el rango de 18 a 29 años de edad; con un nivel educativo de tercer ciclo, bachillerato o técnico.
- Respecto a los que tienen más amigos virtuales que reales: 14.6% hombres, 12.3% mujeres; rango de edad mayor entre 18 y 29 años; nivel educativo tercer ciclo y bachillerato.

4. Discusión

La evidencia obtenida en este estudio refleja que el escenario de las redes sociales tiene un alcance total en la actividad humana, con diversos roles, siendo el más preponderante el de consumidor de contenidos. Es decir, se está configurando una nueva sociología digital o informacional. La gente invierte tiempo y establece nuevas relaciones sociales a través de las plataformas. Y efectivamente existe una evidencia significativa sobre la doble identidad o el uso del “yo digital”, por diversas razones personales y políticas.

Parra López, M., & Angulo Egea, M., en “La construcción y la gestión de la identidad en las redes sociales: la creación del “yo” digital” plantean lo siguiente:

“Se ha reflexionado mucho sobre si se debe definir la identidad digital como algo totalmente aislado de la identidad o como un concepto complementario. La principal diferencia radica en que la identidad digital no depende necesariamente de una corporeidad física, pero se ha demostrado que las vidas online de las personas están cada vez más entrelazadas con sus vidas *offline* (Gardner, 2014)”.

Los avances tecnológicos y la transformación digital han posibilitado “verdaderos saltos cualitativos” que producen cambios dramáticos en nuestra experiencia social y comunicativa (Reig y Vílchez, 2013). Los teléfonos móviles inteligentes, tablets y sus pantallas actúan de intermediarias en las

relaciones entre el mundo y los demás, y las interacciones que tienen lugar dentro de ellas -en la red- son tan reales como las que se llevan a cabo en el mundo presencial (Serrano Puche, 2013).

Desde esta perspectiva, se puede afirmar que la transformación digital ha logrado incrementar los espacios en los que es viable el desarrollo de relaciones sociales y el desarrollo de identidades. En Internet se lleva a cabo una constante mediación cultural (Gómez Cabranes, 2013) y los dispositivos móviles se han convertido en el principal centro de acceso al diálogo, la participación y la sociabilidad.

Pero además, las redes sociales -según grupos etarios segmentados- se enmarcan dentro de la sociedad en un lugar preponderante en el marco de la transformación digital; y por definición la sociedad no es la simple suma de individuos, sino la suma de las relaciones que conectan a un conjunto de individuos tanto a nivel físico como digital; en este contexto, las dinámicas de evolución y la estructura de las redes sociales conforman una “red egocéntrica”. Como sea, el empleo cada vez más acusado de las redes sociales digitales ha provocado que emerjan nuevas prácticas comunicativas y nuevas formas de expresión identitaria.

En las redes sociales -según Parra y Angulo- los usuarios tienen la sensación de que pueden controlar su creación, la proyección de sí mismos que se refleja en sus extensiones, actuando como una *identity performance*.

Sin embargo, el escenario es determinante a la hora de construir la identidad, y el lenguaje constituye la herramienta principal de conexión. Las posibilidades expresivas de cada red social determinan el tipo y el alcance de las interacciones (Serrano Puche, 2014).

Aunque prácticamente todas las redes sociales, o al menos las más populares, son híbridas y mezclan imagen, video y texto, cada una tiene sus herramientas y sus particularidades a través de las cuales el individuo adapta su discurso y encuentra la forma de expresarse.

Referencias

- Almirall, E. y Cortés, U.; (2021); "Mi yo digital: lo bueno, lo malo y lo imprevisible"; Revista Ethic, disponible [on line]: <https://ethic.es/2021/08/mi-yo-digital-lo-bueno-lo-malo-y-lo-imprevisible-internet/>
- Buckingham, D. (2008). Youth, identity, and digital media. MIT Press.
- Bru, M. T., Santamaría, M., Tomás, E. P., Puig, S., López, J. M. S., Coronas, R., & Gómez, J. V. C. (2008). La personalidad en el trastorno disociativo. Archivos de psiquiatría, 71(1), 15-31.
- Dans, Isabel; (2015); Digital identity in adolescents: the narrative of the self; Vol. Extr., núm. 13 XIII CIG-PP, XIII Congreso Internacional G-P de Psicopedagogía. Área 13: TECNOLOGÍAS Y COMUNICACIÓN EDUCATIVA, pages 001-004
- Diagnostic and statistical manual of mental disorders _ DSM-5; 5th Edition (2013); American Psychiatric Association; Londres.
- Gómez Cabranes, L. (2013). "Las emociones del internauta". En Flamarique, L.; D'Oliveira-Martins, M. (2013) (eds.). Emociones y estilos de vida: radiografía de nuestro tiempo. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Goffman, E. (1959). The presentation of self in everyday life. New York: Doubleday Anchor Books.
- González, F. L. (2020). Tu yo digital: ¿quién eres en Internet?. ESIC Editorial.
- Jung, Karl; (1970); Arquetipos e inconsciente colectivo; Editorial · Barcelona, España : Paidós; 182 p. ; ISBN · 84-7509-121-0.
- López y Egea (2018); La construcción y la gestión de la identidad en las redes sociales: la creación del "yo" digital (Tesis de Grado, Universidad de Zaragoza, España)
- Mosquera, D., González, A., & van der Hart, O. (2010). Trastorno límite de la personalidad. Una aproximación conceptual a los criterios del DSM-IV-TR Revista Persona, 10(2), 7-22.
- Palacios Pérez, H.; Abarca, J.; Baldivia Noyola, P.; (2022); Psicología digital: reflexiones sobre estudio el comportamiento humano en la era de las tecnologías de la información; Revista Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, disponible [on line]: <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/4068/6188>
- Reig, D. y Vilchez L. F. (2013). Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas. Madrid: Fundación Telefónica y Fundación Encuentro.
- Rogers, Carl R. "The Foundations of the Person-Centered Approach." Education. 100, no. 2 (1979): 98-107.
- Serrano-Puche, J. (2014). Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad. Historia Y Comunicación Social. disponible [on line]: <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/44249/41810>
- Tajfel, H. ,y Turner, J.C. (1979). Anintegrative theory of intergroup conflict. En W.G. Austiny S.Worchel (Eds.): The Social Psychology of intergroup relations. Monterey, CA: Brooks- Cole.

Anexo 1

Preguntas en el instrumento del “VII Estudio de Humor Social y Político”

DIMENSIÓN PSICOLÓGICA: Proyecto “yo digital”	
28.- ¿Tiene perfil activo en alguna de las siguientes Redes sociales? (Varias opciones)	29.- Respecto a las redes sociales:
<input type="radio"/> Facebook <input type="radio"/> YouTube <input type="radio"/> Instagram <input type="radio"/> Twitter o X <input type="radio"/> TikTok <input type="radio"/> Otra ¿cuál?: _____ <input type="radio"/> NS/NR	<input type="radio"/> Soy solo consumidor <input type="radio"/> Me gusta interactuar <input type="radio"/> Produzco algún contenido <input type="radio"/> NS/NR
30.- ¿Su perfil en la red social refleja...?	31.- ¿Tiene un perfil anónimo en alguna red social?
<input type="radio"/> Tal cual soy <input type="radio"/> Es un tanto diferente <input type="radio"/> Es muy diferente <input type="radio"/> NS/NR	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No <input type="radio"/> ¿En cuál red?: _____ <input type="radio"/> NS/NR
32.- Si su respuesta anterior fue sí ¿cuál es el motivo?	33.- Aproximadamente ¿cuántas horas al día invierte en redes sociales?
<input type="radio"/> Razones políticas <input type="radio"/> No me gusta que la gente sepa quién soy <input type="radio"/> Algunas cosas me dan vergüenza <input type="radio"/> Otra ¿cuáles?: _____ <input type="radio"/> NS/NR	<input type="radio"/> Entre 1 y 3 <input type="radio"/> Entre 3 y 6 <input type="radio"/> Entre 6 y 12 <input type="radio"/> NS/NR
34.- ¿Ha conocido amigos o pareja por internet?	35.- ¿Tiene más amigos en las redes sociales que en el mundo real?
<input type="radio"/> Sí, amigos <input type="radio"/> Sí, pareja <input type="radio"/> No <input type="radio"/> NS/NR	<input type="radio"/> Sí, muchos más <input type="radio"/> No, son los mismos <input type="radio"/> NS/NR