

Gloria ARCUSA LES

---

NARCISISMO: ¿UNA NUEVA PATOLOGÍA EN  
NUESTRA SOCIEDAD ACTUAL?

La búsqueda incansable de la propia identidad a través de las  
Redes Sociales

Trabajo Fin de Grado  
dirigido por  
Javier BARRAYCOA MARTÍNEZ

Universitat Abat Oliba CEU  
Facultad de Ciencias Sociales  
Grado en Psicología

---

2015



*“La condición del ser humano moderno está marcada por esta falta de contacto con lo sublime, con la comunidad, con todo aquello que permita trascender lo individual, lo efímero, lo pasajero. [...] La reducción a una sola dimensión pragmática, objetiva, literal, material, condena al ser humano a sufrir diferentes patologías del alma que no son más que la expresión de ese deseo humano de ser algo más que uno mismo, algo más que un cuerpo inerte: de ser con el otro, bastión de su propia condición humana”.*

I. JAUREGUI

*“El individuo se reconoce a sí mismo sólo reconociéndose en el otro”.*

L. SCIOLLA



## **Resumen**

En el presente trabajo pretendemos demostrar que existe una relación entre el narcisismo y el uso de las redes sociales. A través de las redes sociales Facebook e Instagram, concretamente, vemos la influencia que éstas ejercen en la propia identidad y en la sociabilidad. Asimismo, evidenciamos que los usuarios tienen la necesidad permanente de que los demás les afirmen y reconozcan, y que ello se ve favorecido por los componentes principales de dichas redes sociales. Afirmamos, entonces, que el narcisismo al que hacemos referencia se trata de una patología social, causada principalmente por la carencia de una verdadera educación en nuestra sociedad, ya que las personas no se conocen ni se quieren bien a sí mismas ni tampoco a la alteridad.

## **Resum**

En el present treball pretenem demostrar que existeix una relació entre el narcisisme i l'ús de les xarxes socials. A través de les xarxes socials Facebook i Instagram, concretament, veiem la influència que aquestes exerceixen en la pròpia identitat i en la sociabilitat. Així mateix, evidenciem que els usuaris tenen la necessitat permanent que els altres els afirmen i reconeguin, i que això es veu afavorit pels components principals d'aquestes xarxes socials. Afirmem, llavors, que el narcisisme al que fem referència es tracta d'una patologia social, causada principalment per la manca d'una veritable educació en la nostra societat, ja que les persones no es coneixen ni s'estimen bé a sí mateixes ni tampoc a l'alteritat.

## **Abstract**

*In the present work we pretend to demonstrate that a relation exists between narcissism and the use of social networks. Through the social networks Facebook and Instagram, specifically, we see the influence that these exert in the own identity and in the sociability. In addition, we make evident that the users have the permanent need that the others affirm and recognize themselves, and that this is favored by the main components of these social networks. We affirm, then, that the narcissism which we explain refers to a social pathology, caused mainly for the lack of a proper education in our society, because people don't know nor love neither themselves nor the otherness.*

## **Palabras claves / Keywords**

Narcisismo – Redes Sociales – Sociabilidad – Identidad – Fenómeno del *Selfie* – Adicción – Educación

*Narcissism – Social Networks – Sociability – Identity – Phenomenon of Selfie – Addiction – Education*



## Sumario

Introducción .....	10
1. Marco teórico: Evolución del concepto de Narcisismo .....	11
1.1. Origen del concepto de Narcisismo y polémicas.....	12
1.2. La personalidad narcisista .....	14
1.3. El narcisismo en la posmodernidad .....	19
2. Redes Sociales.....	23
2.1. Influencia general .....	23
2.2. Influencia en la sociabilidad .....	28
2.3. Influencia en la identidad .....	33
3. Narcisismo y Redes Sociales.....	38
3.1. Fenomenología del narcisismo en las redes sociales .....	39
3.2. Adicción al narcisismo y a las redes sociales.....	44
3.3. Propuestas de solución: una perspectiva desde la educación.....	46
4. Conclusiones .....	49
Bibliografía.....	50
Anexos.....	53





## Introducción

A lo largo de los últimos años, las redes sociales han cobrado gran protagonismo en nuestra sociedad. Al principio, los que más hacían uso de ellas eran los jóvenes, sin embargo, actualmente, se ha extendido a la mayoría de la población.

Partiendo de la observación de nuestro entorno cultural y social, nos preguntamos: ¿por qué la gente está tan enganchada a las nuevas tecnologías, sobre todo a las redes sociales? ¿Por qué se prefiere la relación a través de la pantalla más que la que se da en el “cara a cara”? ¿Por qué vemos constantemente a personas fotografiándose a sí mismas o preocupadas por subir una foto a las redes sobre lo que están viendo o haciendo? ¿Por qué es tan importante, a nivel social, tener muchos amigos en Facebook, muchos “me gusta” en las publicaciones, muchos seguidores en Instagram, estar al día de lo que se comparte en la red,...?

Nuestra preocupación principal nace de constatar la confusión que se da en nuestra sociedad, en la que se promueve la apariencia y la superficialidad, en la que se busca por todos los medios que los demás nos acepten, y en la que parece más interesante lo que se ve a través de las pantallas que lo que existe en la misma realidad. Por ello, lo que nos ha motivado a realizar este trabajo ha sido, por un lado, la necesidad de entender la causa de lo que acabamos de describir y, por otro, el deseo de buscar una propuesta de solución.

Desde el inicio, nos planteamos la hipótesis de que detrás de esta forma excesiva, –y en ocasiones adictiva–, de utilizar las redes sociales, se hallara encubierto un narcisismo individual y también social. Para verificar o refutar dicha hipótesis, explicaremos qué significa el concepto de narcisismo, qué es la personalidad narcisista y de qué modo la posmodernidad ha aumentado esta patología a nivel social. Seguidamente, expondremos la influencia que ejercen las redes sociales a nivel general, en la sociabilidad y, finalmente, en la identidad. A continuación, aunaremos ambos conceptos –narcisismo y redes sociales– con tal de explicar la relación que se da entre ellos. Tras dicho análisis, realizaremos una propuesta a nivel social, desde una perspectiva educativa.

Finalmente, queremos descubrir si la cuestión que nos planteamos se explica únicamente con el narcisismo o bien si es mucho más profunda y compleja, pues consideramos que en todas estas formas de actuar y de relacionarse con los demás, específicamente a través de las redes sociales, se esconde un reclamo en el interior de la persona que grita y pide ser amada.

## 1. Marco teórico: Evolución del concepto de Narcisismo

Existen muchos mitos que hacen referencia a la figura de Narciso en la historia de Occidente. No obstante, como bien afirma Jorge Martínez en el prólogo del libro *Narciso en el espejo*, “nunca antes de la posmodernidad se había especulado con la posibilidad de que el narcisismo pudiese ser una categoría de análisis cultural, es decir, una característica en el hombre contemporáneo” (2010, p. 13).

Con tal de que podamos profundizar en dicho análisis cultural, empezaremos recuperando Eco y Narciso, el mito según Ovidio (*Metamorfosis*, libro III v.339-510), de forma breve, para abstraer la esencia del relato, lo cual nos ayudará a situarnos a la hora de ver qué parecidos existen en el hombre posmoderno.

El mito narra que Narciso nace fruto de una violación por parte del río Cefiso a la linfa Liriope. Existía un adivino llamado Tiresias que daba profecías veraces a quien se las pedía, por lo que Liriope le preguntó si su hijo Narciso viviría muchos años, hasta llegar a ser viejo. A esto él le contestó: “Si a sí no se conociera”. Y más tarde, eso sería verdad.

Cuando Narciso cumplió los dieciséis, le pretendían muchos jóvenes y muchachas, pero a todos les rechazó, ya que no había ninguno que consiguiera atraerle. Un día en el que Narciso cazaba, Eco lo vio. Eco era una ninfa que no podía hablar hasta que otros hablaran y no podía callar después de que otros lo hicieran, por un castigo que la diosa Juno había hecho que le ocurriera por haberla distraído hablando mientras Júpiter la engañaba yaciendo con las ninfas. Desde entonces, ella era el eco de lo que los demás decían. Cuando vio a Narciso se enamoró de él y empezó a seguirle hasta donde fuese, pero nunca podía hablarle primero, y tuvo que esperar a que él tomara la iniciativa. Ese día llegó, porque Narciso percibió su presencia y preguntó en voz alta quién estaba presente, luego le dijo “ven”, y más tarde “juntémonos”. Todas estas palabras Eco las repetía y finalmente salió de la selva dispuesta a abrazarlo. Sin embargo, Narciso, al verla, alejó sus manos de tal abrazo, huyó y le dijo: “Moriré antes de que te adueñes de mí”. Ella repitió las palabras y, seguidamente, por la tristeza de amarlo y no ser correspondida, se ocultó en las selvas, cubriendo su rostro. Y desde entonces su ser se ha reducido a un simple eco, un sonido que todos pueden oír es lo único que de ella permanece.

Narciso había despreciado, así, no solo a Eco, sino a otras ninfas y jóvenes también. Alguno de los despreciados rogó al cielo que, por justicia, él llegara a amar sin poder poseer a quien amara. Y Temis respondió a tal ruego haciendo que Narciso se enamorara de su propia imagen y reflejo en el agua. Fue entonces cuando

experimentó la imposibilidad de adueñarse del objeto amado, que era en este caso él mismo, además del dolor que sintió porque parecía que éste le correspondía. Deseó entonces alejarse de sí mismo, para dejar de amar, y comprendió que eso no le era posible, y entonces anheló morir, aunque era consciente de que al suprimirse también desaparecería aquél a quien amaba. Lloró, y con su llanto se desvaneció su imagen, se llenó de angustia y suplicó que al menos pudiera contemplarla, mientras se golpeaba el pecho. Cuando el agua se calmó y Narciso pudo verse reflejado en ella de nuevo, no pudo soportarlo más y comenzó a derretirse, a desgastarse de amor, y perdió las fuerzas y el cuerpo que había amado tanto Eco. Ésta sufrió al verlo, aunque estuviera dolida, y repitió sus quejas y el sonido de sus golpes contra el pecho. Las últimas palabras de Narciso lamentaron la inutilidad de su amor, y Eco las iba recreando, así como el adiós último que aquél se dijo a sí mismo. Murió Narciso ahogado en la fuente. Y después de que “ese enamoramiento le hiciera insensible al resto del mundo, se dejó morir así volcado sobre su imagen, brotando después en el lugar de su muerte una flor que recibe su nombre” (Gutiérrez, 2010, p. 1).

A partir de este tan conocido mito, se extrae el término de narcisismo, en cuyo significado vamos a tratar de ahondar a lo largo del presente trabajo. No obstante, podemos ya captar algunos ejes que aparecen y que resultarán centrales:

El del enamoramiento de uno mismo, el de la fascinación por la imagen –que subraya la importancia de la mirada y la captación por un objeto de amor ilusorio– y el de la muerte como corolario de las dos características anteriores, si bien con su transformación en un nuevo ser (Gutiérrez, 2010, p.1).

A continuación, veremos quiénes son los pioneros en hacer uso de este término y qué significado tiene para ellos, así como para otros autores que se han servido de él para explicar la psicología del hombre. Además, describiremos en qué consiste la personalidad narcisista y la repercusión que ha tenido en ésta la posmodernidad.

### **1.1. Origen del concepto de Narcisismo y polémicas**

El uso del término “narcisismo” fue difundido sobre todo por Sigmund Freud. “Éste dice haberlo tomado de Paul Näcke, célebre criminólogo, quien a su vez se inspiró en el sexólogo liberal Havelock Ellis” (Echavarría, 2010, p. 45).

Ellis es, pues, quien en primer lugar recoge el término y “quien comienza a establecer algunas precisiones al respecto por medio de las expresiones *auto-*

*erotism* y *Narcissus-like tendency*, que son introducidas en su obra a partir de 1898” (Gutiérrez, 2010, p. 2).

A través de ellas Ellis trataba de describir una tendencia a la autoadmiraación que él encontraba frecuentemente sobre todo en las mujeres “históricas”, siendo quizá el primer autor en plantear de modo explícito la fascinación ejercida por la imagen especular, que ya emergía en la leyenda griega. Esa tendencia “a lo Narciso” será asimilada con el autoerotismo, que es descrito como una defensa frente a la atracción hacia otras personas y cuyo fundamento es situado por Ellis en la sexualidad (Gutiérrez, 2010, p.2).

Ellis entendía por autoerotismo, según Martín Echavarría (2010, p. 45), “no tanto tomar al propio cuerpo o yo como objeto erótico, sino una reacción sexual suscitada por el sujeto mismo y no por un objeto externo”. Continúa describiendo que Ellis diferencia cuatro formas de autoerotismo: las ensoñaciones diurnas de tipo erótico, los sueños eróticos, el narcisismo y la masturbación. “Todas estas actividades tienen en común la ausencia de otro real. De entre ellas, siempre según Ellis, la forma más extrema sería el narcisismo” (2010, p.45).

Así pues, el narcisismo consistiría, desde la perspectiva de Ellis, en una forma de excitación sexual que nace de la autocontemplación del propio cuerpo, de la propia belleza. Por ello, y haciendo analogía constante al mito de Narciso, el espejo es el símbolo más descriptivo de este fenómeno, pues es el medio a través del cual podemos admirar nuestra imagen y re-enamorarnos de nosotros mismos. Para Ellis, nos explica Echavarría (2010, p. 47), “esta conducta pertenecería, de ordinario, a la vida sexual normal” y si dicho comportamiento se volviera exclusivo, en el que la alteridad quedara totalmente excluida, hablaríamos de patología. Sin embargo, este autor critica el postulado de Ellis: en primer lugar por no diferenciar con claridad si el enamoramiento del narcisista es platónico o estrictamente sexual; y en segundo lugar, porque trata con normalidad un concepto que en realidad indica por sí mismo un desorden.

José Gutiérrez (2010, p.2) explica que pasado poco tiempo, en 1899, el psiquiatra Paul Näcke, en un trabajo sobre las perversiones sexuales, presentó algunos casos en los que “el sujeto trataba a su propio cuerpo como si fuera el del propio sexo, llamando *Narcismus* al estado de amor hacia sí, que aparecía principalmente en casos masculinos de psicosis (en especial en casos de paranoia)”, y a los que les dio un rango de categoría nosográfica, es decir, que fue considerada como un nuevo tipo de perversión.

La divergencia sobre el tema –como puede constatarse– es clara entre los dos autores, al plantearlo H. Ellis del lado de la histeria y en mujeres, mientras que P. Näcke lo coloca del lado de la psicosis y en varones. Sin embargo, como P. Näcke no encuentra explicación a ese estado, va a superponer *Narcismus* al *auto-erotism* sin desbancar al término de H. Ellis y sin establecer una diferencia clara que los separe. Ante cuyo hecho no resulta extraño que Näcke (gran admirador de Freud y de su texto “Tres ensayos de teoría sexual”) esté dispuesto, en 1906 y bajo la sugerencia de Freud, a abandonar su término de *Narcismus* a favor del término *auto-erotism* procedente de Ellis. Tanto más cuanto que Freud no parece decidido en ese momento a introducir el término “narcisismo”, por más que ya desde 1898 había integrado el de “autoerotismo”, si bien –al igual que Näcke– del lado de la psicosis (Gutiérrez, 2010, p.2).

Jean Laplanche y Jean-Bertrand Portalis afirman que “la noción de narcisismo aparece por vez primera en Freud, en 1910, para explicar la elección de objeto en los homosexuales” (1996, p. 228), ya que Freud decía literalmente que “se toman a sí mismos como objeto sexual, parten del narcisismo y buscan jóvenes que se les parezcan para poder amarlos como su madre los amó a ellos” (citado en Laplanche y Portalis, 1996, p. 228). Además, dicho concepto ya se utilizaba, según describe Freud, para designar aquel comportamiento por el cual el sujeto “da a su cuerpo propio un trato parecido al que daría al cuerpo de un objeto sexual; vale decir, lo mira con complacencia sexual, lo acaricia, lo mima, hasta que gracias a estos manejos alcanza la satisfacción plena” (1914, pp. 19-20).

No obstante, pese a que Freud ya utilizara este término antes, no fue hasta 1914, en su famosa Introducción al Narcisismo, que introdujo el término de narcisismo en el conjunto de la teoría psicoanalítica. En este sentido, Echavarría (2010, p. 48) resalta que, con Freud, “el concepto de narcisismo deja de ser un fenómeno restringido al ámbito de la excitación sexual, y pasa a ser un fenómeno fundamental en la vida psíquica humana”. A lo largo del tiempo, Freud fue modificando la concepción de lo que llamaría narcisismo primario y secundario, que podría dividirse básicamente en dos períodos principales, que explicamos a continuación brevemente, pero en los que no vamos a profundizar ya que vamos a seguir otra línea:

Un primer momento en el que el narcisismo es visto como una fase de la evolución libidinal, intermedia entre el autoerotismo y la elección de objeto; y un segundo momento en que se habla de una fase narcisista primaria, que se retrotrae a la vida intrauterina, en la que no hay diferencia entre el yo y el no-yo (2010, p. 48).

Así pues, si bien es cierto que el origen del concepto de narcisismo proviene del psicoanálisis, y que es utilizado para explicar múltiples patologías, nosotros vamos a

servirnos de dicho término sobre todo para referirnos a cuando el objeto de amor del sujeto es él mismo, o al menos así lo parece.

Por otro lado, nos interesa hacer mención de cómo santo Tomás desarrolla el concepto de egoísmo. Para él, este narcisismo o egocentrismo del que hablamos es en realidad un “amor desordenado de sí”, que constituye la base de los pecados humanos así como de los vicios (citado en Echavarría, 2004, p. 482):

La causa propia y *per se* del pecado se debe considerar por parte de la conversión al bien transitorio. Porque todo acto de pecado procede del amor desordenado de algún bien temporal. Pero que alguien desee desordenadamente algún bien temporal procede de que se ama desordenadamente a sí mismo, pues amar a alguien es querer para él un bien. Por lo tanto, es evidente que el amor desordenado de sí es la causa de todo pecado.

Por su parte, Richard Sennet afirma que “el narcisismo no es la idea vulgar de la admiración por uno mismo [...]. Se trata de una auténtica preocupación patológica por el yo que impide al individuo establecer límites válidos entre el yo y los mundos exteriores” (citado en Carreras, Forga, Perceval y Simelio, 2014, p.169).

Es esencial, por tanto, que no caigamos en reducciones o apariencias de lo que es el narcisismo, pues de este modo no lograremos comprender su verdadero significado.

## **1.2. La personalidad narcisista**

El profesional psicoanalista, Joan Coderch, afirma que los pacientes que sufren las clásicas neurosis descritas por Freud van desapareciendo de las consultas y en su lugar nos encontramos con pacientes que presentan síntomas vagos y poco definidos. El mismo autor indica algunos de ellos: “sensación de vacío, desorientación, falta de estímulo, insatisfacción generalizada, aburrimiento, dificultades en las relaciones con los otros, fantasías de suicidio, etc., los cuales acostumbran a ser catalogados con la denominación genérica de trastornos de la personalidad” (2003, p. 11).

Dentro de los trastornos de la personalidad recogidos en el DSM-5 por la Asociación Psiquiátrica Americana (APA), vamos a centrarnos en especial en el Trastorno Narcisista de la Personalidad (TNP), cuya prevalencia es una de las más predominantes dentro de los trastornos de la personalidad. Esto es así probablemente porque en muchas ocasiones existe una comorbilidad del TNP con

otros trastornos, ya que los rasgos narcisistas se hallan en la base de los mismos. Consideramos que todo ello se debe al tipo de sociedad en la que vivimos, no obstante, sobre este punto hablaremos con más profundidad en el próximo apartado.

A pesar de que en esta caracterización se considera al narcisismo como trastorno de personalidad, varios de los instrumentos de medición y la mayor parte de la investigación empírica realizada, se ha encaminado a medir esta dimensión como un rasgo y no necesariamente como trastorno de la personalidad. Se ha justificado el empleo de la nosología psiquiátrica para poblaciones normales puesto que se considera que la anormalidad es un continuo de la normalidad. Las conductas del trastorno narcisista de la personalidad son formas extremas que se manifiestan en menor medida en individuos normales (Raskin y Hall, citados en Cortés y García, 1998, p. 726).

Para empezar, vamos a servirnos de la definición y los criterios descritos por el DSM-5 sobre el TNP: “patrón dominante de grandeza (en la fantasía o en el comportamiento), necesidad de admiración y falta de empatía, que comienza en las primeras etapas de la vida adulta y se presenta en diversos contextos” (2014, pp. 365-366). Entre los criterios para que se cumpla el diagnóstico podemos encontrar sentimientos de grandeza y prepotencia; estar absorto en fantasías de éxito, poder, brillantez, belleza o amor ideal ilimitado; considerarse a sí mismo como una persona especial y única, la cual solo puede relacionarse y ser comprendida por otras personas igualmente especiales o de alto estatus; una necesidad excesiva de admiración; sentimientos de privilegio, pues se tienen expectativas no razonables de tratamiento especialmente favorable o de cumplimiento automático de sus expectativas; explotación de las relaciones interpersonales; carencia de empatía; frecuente envidia hacia los demás o creer que éstos sienten envidia de él; y, por último, comportamientos o actitudes arrogantes y de superioridad. Como podemos ver, dicha descripción se aleja notoriamente de lo que describían los autores psicoanalíticos a los que hemos hecho referencia con anterioridad. Además, creemos que es una descripción reduccionista y superficial, ya que se limita a puntualizar lo que se puede observar exteriormente, por la conducta del sujeto, pero prescinde de la causa de tal comportamiento.

Coderch distingue dos tipos de personalidades narcisistas: las perversas y las infantiles, siendo éstas últimas las que predominan en nuestra sociedad actual; “entre las primeras encontramos sujetos con una notable capacidad de seducción y manipulación, la cual emplean para dominar, controlar y explotar a los otros, a fin de escalar posiciones dentro del ámbito social y profesional en el que viven” (2003, p. 14). Se trataría de aquellos individuos con más maldad, los cuales pueden



llegar a ser peligrosos y a causar mucho daño si consiguen tener poder. La personalidad narcisista infantil, por el contrario, sería menos peligrosa, y suele pasar más desapercibida puesto que se trata de una característica propia del hombre de nuestro tiempo:

Presenta la caracterología de un niño mimado y consentido con la apariencia de un adolescente o de un adulto añorado. Exige ser reverenciado, enaltecido y colocado sobre un pedestal por el solo hecho de existir, sin más, o por su real o supuesto atractivo, o por cualquier cosa que hace o deshace y que, a sus ojos, se transforma en algo extraordinariamente meritorio (2003, p.14).

El mismo autor nos describe, por otro lado, los rasgos o comportamientos narcisistas que detecta en las personas y que son, a su vez, promovidos por la sociedad:

Con una gran intolerancia a la espera, que exigen una gratificación inmediata de sus necesidades y pseudo necesidades, con la boca siempre abierta para ingerir toda clase de bienes de consumo, drogas y todo aquello que les presuponga alguna clase de satisfacción, con un alto nivel de demanda hacia los otros y hacia la "sociedad", entendida esta última como una imagen omnipotente que ha de facilitarles todo lo que desean, pero con un sentido nulo o muy escaso de aquello que los otros tienen derecho a esperar de ellos. [...] Además, se sienten profundamente heridos cuando no son satisfechas sus demandas o cuando se les recuerda sus obligaciones, como si ello constituyera una tremenda injusticia (2003, pp. 19-20).

Son personas que se relacionan de forma superficial, buscando continuamente en el otro el propio beneficio. Por ello, el amor queda sustituido por el deseo de posesión. Asimismo, debemos señalar que aunque la persona narcisista aparente seguridad y control, en el fondo tienen una gran "incapacidad de depender de los demás" (Kernberg, 2005, p. 212), siente un vacío constante y predomina en él la incansable búsqueda de la afirmación por parte de los demás así como la autoafirmación.

Llegados a este punto, nos preguntamos, como Echavarría (2010, p. 52) "si los modos en que ha sido analizado este trastorno, especialmente desde el psicoanálisis, son los correctos, y cuál es su relación con conceptos clásicos de la moral como vanidad, orgullo, soberbia, presunción, etc.". En este sentido, consideramos que el narcisista, lejos de quedar reducido a un aspecto meramente sexual o que cumpla con las mismas características de Narciso, sería aquel egocéntrico del que habla Adler, que "se coloca en el centro y hace girar el mundo en torno a sí, más allá de que aparezcan manifestaciones de un enamoramiento de sí mismo o no" (citado en Echavarría, 2010, p. 53). Desde este punto de vista,

podríamos hallar esta descripción en múltiples desórdenes de la personalidad, no solo en el TNP, ya que todo desorden implica siempre una imagen desordenada –en mayor o menor medida– del sujeto sobre sí mismo y sobre su entorno. Allers, de hecho, afirma lo siguiente con respecto a cómo el neurótico percibe el mundo:

Por ser un mundo centrado en sí mismo, el mundo del neurótico es esencialmente desamorado, un mundo en el que las relaciones humanas no pueden manifestarse plenamente. El neurótico exige cosas de sus semejantes, pero es incapaz de acceder sinceramente a las demandas de la sociedad. Su ser no es un verdadero “ser-con” otros, porque éstos han sido degradados, por decirlo así, en virtud de una finalidad egocéntrica. Los seres humanos y las cosas están casi al mismo nivel; ambas son, aproximadamente, herramientas aprovechables. Sentimientos como la admiración, la dedicación, la devoción, referidos a una persona o a una causa, están prácticamente ausentes en el mundo del neurótico (citado en Echavarría, 2010, p.54).

Volviendo a los grandes pensadores de la época clásica, podemos ver que éstos ya eran conscientes de la existencia de dicha postura humana, por ejemplo en la filosofía, en donde vemos, como dice Echavarría (2010), el concepto de *filautía*, o amor propio, en el que se refleja cómo el hombre se concibe a sí mismo como origen y fin de su vida y, por ende, cómo entonces trata la realidad y las relaciones buscando solamente su propia satisfacción. También en la literatura, en la figura de Aquiles, el cual prefiere la vanagloria eterna a través de la muerte joven antes que tener una vida longeva, plácida y feliz, y en donde se destaca esta postura como una realidad humana que siempre conduce a un final dramático.

Es en la concepción judeo-cristiana, a través del Génesis, en donde se explica la causa de dicho comportamiento. Ésta tiene su origen en la caída del hombre al desobedecer desde su realidad de criatura ante Dios, pretendiendo ser como Él. Si lo pensamos, todo lo que hemos descrito hasta ahora no es más que el paradójico intento de darnos a nosotros mismos el autocumplimiento. Y esto es así porque se suprime la posibilidad de que la respuesta venga de fuera, mientras que uno en la experiencia ya se da cuenta de que no se puede otorgar la propia dicha.

Por otro lado, a pesar de que existe el amor desordenado de sí, como hemos descrito, también existe el amor ordenado hacia uno mismo, un amor equilibrado de quien sabe quién es verdaderamente y, como consecuencia de saberse amado, puede mirar a los demás y a su propio ser con los mismos ojos. Esto mismo defendieron Aristóteles y santo Tomás, quienes afirmaban, con palabras de Echavarría (2004, p. 482) que “uno ama a alguien porque en cierto modo forma una unidad con él, y en este sentido cuando amo al amigo me amo a mí mismo”. Es de

gran importancia entender la diferencia entre el narcisismo o egocentrismo y el amor ordenado de sí, pues solo en éste último se afirma que es un bien tanto la alteridad como el propio ser.

Por otro lado, es evidente que no podemos catalogar a todos los individuos de nuestra sociedad como sujetos con personalidades narcisistas patológicas propiamente, sin embargo, sí que podemos defender que muchos de los rasgos característicos del narcisista son comunes a la mayoría de la población.

El culto a la individualidad está dando lugar a lo que podemos llamar la *deificación* del individuo. Cada individuo se considera un dios, con derecho a todo y obligación a nada. Así, podemos observar, junto a la actitud incesante de reclamación y reivindicación, el desprecio y desconsideración hacia los otros (Coderch, 2003, p. 26).

Así pues, teniendo en cuenta lo que postula Coderch con respecto a que “una sociedad y cultura narcisistas tienden a favorecer el desarrollo de personalidades narcisistas” (2003, p. 19), en el próximo apartado vamos a tratar de describir qué características propias de la posmodernidad han influenciado y provocado el narcisismo que reina en nuestra sociedad actual.

### **1.3. El narcisismo en la posmodernidad**

Cortés y García consideran que “tal vez el interés creciente por el narcisismo tenga que ver con el hecho de que es una dimensión de la personalidad que es, relativamente, independiente de la raza y cultura a la que pertenece el individuo” (Fine y Muller), puesto que existe una cierta tendencia narcisista en todo hombre. Sin embargo, también piensan que la sociedad puede agravarla, teniendo en cuenta que “la sociedad occidental es cada vez más narcisista (Lasch, 1978)” (citados en Cortés y García, 1998, p. 726).

El ser humano está sujeto a las transformaciones sociales que se llevan a cabo en el tiempo en el que vive. Para profundizar en el porqué de la expansión del narcisismo en nuestra cultura es indispensable entender qué características la conforman, ya que serán éstas las que nos proporcionen algunas respuestas a por qué las personas están internamente tan desordenadas.

Algunos historiadores marcan el inicio de la posmodernidad en el periodo que siguió a la segunda Guerra Mundial. Tras la afirmación de Nietzsche de que “Dios ha muerto”, surge en el hombre una angustia existencial producida por la falta de sentido que esto le ocasiona. Es a partir de aquí donde “se va generando

paulatinamente una nueva cultura” (Marcuschamer, 2008, p. 248). No obstante, la misma autora continúa destacando que, para otros, la posmodernidad tuvo su inicio en la década de los 60, “con los movimientos estudiantiles, la revolución sexual y la cultura del hedonismo, de la libertad, el placer y el sexo como experiencia cotidiana, en la cual quedan abolidas las diferencias entre los sexos y entre las generaciones”. Aparece, además, “lo metrosexual; lo femenino y lo masculino se mezclan y se admiten todas las sexualidades; la cirugía plástica y los nuevos métodos de salud; la obsesión por el cuerpo y por mantenerlo joven, por unir las generaciones” (2008, p. 248).

A grandes rasgos, podríamos definir esta nueva cultura como una cultura en la que prima la búsqueda del placer y en la que impera la pérdida de aquellos valores que en tiempos atrás permanecían como fundamentales para el desarrollo propio de la vida del hombre. Nos hallamos en un momento en el que la educación no está a la altura de lo que necesita la persona para entender la vida; además, existe un miedo al compromiso con respecto a las relaciones y a las demandas del mundo exterior, que viene favorecido por una cultura del “ahora”, acostumbrada a la inmediatez. Asimismo, predomina el narcisismo, “una tendencia cultural según la cual la alteridad perdería relevancia ontológica con respecto a la existencia de la propia subjetividad” (Orellana y Martínez, 2010, p. 40), lo cual significa que el hombre está más pendiente de sí mismo que de lo que hay fuera de sí, que es la alteridad. Fruto de este “debilitamiento del nexo entre el yo y el otro, debido a que el sujeto se concibe a sí mismo como su propio ideal” (2010, p. 40), se generan personas individualistas y, por lo tanto, profundamente solas.

La posmodernidad se podría caracterizar por la “ahistoricidad, subjetivismo, individualismo, la eclosión de las tecnologías de alto nivel, [...] consumismo, multiculturalismo, victimismo e infantilismo” (Murcia, 2006, p.105). Por otro lado, Christopher Lasch nos advierte, según Maribel Núñez (2012, p. 61), “acerca de la presencia de una tendencia similar en el individualismo narcisista que se traduce en una *pérdida del sentido de la historicidad*”, debido a que promueve “vivir para uno mismo, no para nuestros predecesores o para la posteridad”.

Hoy en día vemos que cuando al hombre le faltan referentes a los que seguir –y una de las causas es la cantidad de rupturas familiares o la crisis de la paternidad–, no logra por lo tanto conformar su identidad y ésta permanece, en consecuencia, abandonada a la confusión. Asimismo, existe un rechazo hacia la autoridad y, con ello, un liberalismo reinante que promueve la autodestrucción y la permisividad, con tal de conseguir huir de los problemas vitales:

Y, junto con ello, la normalización de las relaciones líquidas y la convicción de que no necesito al otro para existir, lo que ha inundado las pantallas de historias donde el amor efímero y el sexo anónimo, sin consecuencias y sin significado son la tónica dominante. Para el hombre de hoy, el ideal de la vida sólo puede venir de él mismo. Cuando, simultáneamente, ve que es incapaz de cumplir sus deseos, dirigir su vida, alcanzar la felicidad o la admiración del resto, se genera en el sujeto actual una angustia y un resentimiento ante la vida que puede derivar en suicidio, sadismo o masoquismo (Martínez y Orellana, citados en Serra, 2011, p. 268).

Christopher Lasch, a su vez, se percató con mucha agudeza de otras de las consecuencias que se dan por esta pérdida de referentes:

Esta pérdida de referentes para el sujeto podría considerarse en un repliegue hacia el sí mismo, cuyo paradigma sería el Yo narcisista. [...] Apunta hacia una caracterización psicológica de dicho narcisismo según la cual las dimensiones de la personalidad narcisista serían el vacío interior, la hostilidad, el exceso autorreferencial, el temor al fracaso y a la vejez, las relaciones efímeras y deteriorantes, el temor a la dependencia de los demás, la insatisfacción generalizada, el odio a uno mismo y la idolatrización de famosos que sólo tienen en su haber una buena imagen (citado en Murcia, 2006, pp. 106-107).

Por otro lado, existe mucha dependencia –en el sentido connotativo del término– e incapacidad para amar, que se ejemplificarían en “los arreglos neuróticos de la queja por los autos (baja autoestima, autoconcepto y autoafirmación), en la propulsión a alardear de sí y de los objetos [...], en la manifestación de hostilidad hacia los demás y en el comportamiento sumiso” (Horney, citado en Murcia, 2006, p. 106). No obstante, “no parece que sea la búsqueda de conocimiento, sino la búsqueda de afecto el método de la cultura actual para asegurarse contra la angustia” (Horney, citado en Murcia, 2006, p. 106).

Otro aspecto a destacar es el excesivo consumismo que se da en la actualidad, que es fruto de la falta de identidad, y que tiene como consecuencia la búsqueda de conformar el propio “yo” a través de lo material. Esta forma de entenderse a sí mismo, trae consigo muchos desórdenes: “el yo vacío, el odio a sí mismo, la incapacidad para amar, la hostilidad, el temor al fracaso, la idolatrización de totems corporales y la excesiva necesidad de controlar” (Murcia, 2006, p.111), que propician la posibilidad de neurotizarse. Esta imagen propia estaría sustentada en la corporalidad –entendida en el sentido posmoderno–, que derivaría en un vano intento de control (dietas, deporte...), “para cambiarnos y ser otro, [...] buscar otro cuerpo para dejar de ser un yo inaceptable e inseguro para el propio sujeto y conseguir una identidad valiosa” (Murcia, 2006, p.111).

El fenómeno del narcisismo también puede ser explicado desde la perspectiva de Charles Taylor, al cual siguen otros autores como Orellana y Martínez. Este autor explica que en la modernidad aparece el ideal de autenticidad, que se define como ser fiel a uno mismo.

De la mano de Charles Taylor, Orellana y Martínez explican que el ideal de la autenticidad contiene un elemento *formal* —yo mismo debo encontrar el propósito de mi vida, y este no puede darse por supuesto o venir impuesto— y otro *material*, que sería “una referencia a los horizontes de significación en los cuales nuestra acción cobra sentido (tradicción) y a la autodefinición en el diálogo con otros que nos acompañan en la vida”. Es decir, que para ser auténtico no sólo debo reconocer por mí mismo el ideal de mi vida, sino también buscar mi autorrealización en un contexto de significado objetivo e intersubjetivo (historia y relaciones personales) (Martínez y Orellana, citados en Serra, 2011, pp. 268-269).

Sin embargo, si este ideal se entiende de forma reducida y el hombre pretende conseguir la realización de su propio yo prescindiendo de los horizontes de significado que conforman su identidad (familia, amigos, tradición, genética, cultura,...), o bien no descubre por sí mismo si lo que se le ha ofrecido es verdadero, fácilmente puede caer en el narcisismo. De hecho, Martínez y Orellana (2010, p. 14) señalan que el narcisismo “es el producto de una mala interpretación del ideal de la autenticidad que representa lo mejor de la Modernidad”, ya que la persona cree que por sí misma puede darse lo que no hay en sí misma, cuando en realidad requiere necesariamente de algo exterior, es decir, de la alteridad.

Es esto lo que resulta contraproducente en las formas de la cultura contemporánea que se concentran en la autorrealización por oposición a las exigencias de la sociedad, o de la naturaleza, que se cierran a la historia y a los lazos de la solidaridad. Estas formas «narcisistas» y egocéntricas son desde luego superficiales y trivializadas; son «angostas y chatas», como dice Bloom (Taylor, 2002, p. 75).

Antes de avanzar en nuestra investigación, quisiéramos resaltar que a través de las redes sociales veremos que, aunque aparentemente las personas parezcan amarse a sí mismas con desmedida mediante sus fotografías o uso de las tecnologías —como lo haría Narciso—, en realidad no es más que la postura falsa de uno que no se quiere y por eso pide la afirmación por parte de los otros —es decir, la forma de narcisismo cambia pero acaba volviendo al sujeto—. De esto mismo se percató Javier Barrycoa:

De hecho, el narcisista, equivocadamente a lo que se cree, no puede sentir amor –ni siquiera desordenado– hacia sí mismo. El precepto evangélico nos enseña a amar a dios y al prójimo como a uno mismo, esto es, hay que tener una experiencia del bien propio para poder transmitir ese bien y ese amor. Sin embargo, el narcisista nunca se enamora de sí mismo sino de una imagen que ha construido de sí mismo. Esta distinción es sumamente importante para capturar el fenómeno que estamos tratando y ella explicaría por qué una de las dimensiones de esta cultura reside en la afanosa búsqueda de modelos referenciales y esfuerzos desahogados por construir la imagen de uno mismo (Barraycoa, 2010, p. 33).

Seguidamente, nos adentraremos en el mundo de las redes sociales para tratar de descubrir qué es lo que hay en ellas como para que consigan ser uno de los fenómenos más atractivos y utilizados en nuestra sociedad actual.

## **2. Redes Sociales**

Las redes sociales aparecen en los últimos años y conquistan a los usuarios por su inmediatez y porque parecen facilitar las relaciones entre las personas. Si bien es cierto que no todos los autores están de acuerdo con que la calidad de las relaciones se ve favorecida por el medio virtual, la realidad es que su uso se ha extendido a nivel mundial.

En el apartado siguiente veremos explícitamente qué relación existe entre los fenómenos destacables de las redes sociales y el narcisismo, pero en primer lugar nos interesa describir la influencia general que éstas tienen en la sociedad, en la sociabilidad entre los individuos y en la propia identidad. Cabe decir que en ocasiones será inevitable asociar tales descripciones a las consecuencias propias del narcisismo (la superficialidad, la autorreferencialidad, la soledad, etc.), puesto que se hallan estrechamente unidas.

### **2.1. Influencia general**

A pesar de que Fotolog, MSN Messenger y otros chats de Internet tuvieron éxito en su momento hace varios años, es ahora cuando ha llegado el auge de las redes sociales, ya que la mayoría de personas de nuestra sociedad hacen uso cotidiano de ellas. De acuerdo con Boyd y Ellison, podríamos definir una red social de la siguiente manera:

Un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una

conexión, y ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema (citados en Stupía, 2014, p. 30).

A grandes rasgos podríamos decir que, aunque cada red social sirve para una finalidad concreta (compartir imágenes, escuchar música, buscar empleo, etc.), todas incluyen la interconexión entre sus miembros. Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn o YouTube serían algunos ejemplos dentro de la cantidad de redes sociales utilizadas hoy. Esto significa que hay variedad para todos, cuya elección también dependerá de la edad y de los intereses de cada uno.

Llegados a este punto, nos preguntamos qué es lo que consigue captar tanto la atención de la gente, es decir, qué características esenciales tienen las redes sociales para que su uso esté extendido a nivel mundial. En este sentido, podemos extrapolar a las redes sociales la clave que nos da Coderch hablando de los instrumentos técnicos en general:

Los actuales instrumentos técnicos –televisión, teléfonos móviles, internet, medios de comunicación, etc.– permiten tener siempre al alcance de la mano una realidad virtual que nunca se hace esperar. De aquí, por ejemplo, el fenómeno cada vez más extendido de la adicción por parte de adolescentes y adultos a consumir largas horas “chateando” en internet. A través de este medio, los límites desaparecen, las fronteras se borran, la realidad externa palidece y se hace innecesaria. Es posible instaurar relaciones con desconocidos de todas partes del mundo, sin necesidad de mantener buenas relaciones con los vecinos o con los compañeros de trabajo, los cuales exigirían algo en correspondencia. [...] De esta manera, la realidad queda escondida bajo una realidad virtual que puede transformarse y modificarse de manera inextinguible, a gusto del consumidor. Con ello, grandes masas de la población [...] viven más intensamente la realidad virtual que la realidad que les rodea (2003, pp. 20-21).

Aunque sea triste, a todos nos será familiar el hecho de hablar con alguien mientras está mirando el móvil –probablemente también lo habremos hecho nosotros–; ir a un restaurante y ver a dos personas comiendo, sin intercambiar apenas alguna palabra y mirando permanentemente el móvil; personas más preocupadas por capturar con el *Smartphone* una foto de un paisaje o de un momento con los amigos en vez de disfrutar del instante presente, y un largo etcétera que no hace más que poner en evidencia que la influencia de las redes sociales es elevadísima y que en muchas ocasiones nos aleja de lo real, de lo que tenemos ante nuestros ojos. Es decir, muchas veces vivimos más en lo virtual, que puede aparentar ser más real que la misma realidad.



Para hacernos una idea general de las redes sociales más destacables y de su respectiva incidencia, nos serviremos de dos tablas, que son fruto de un estudio por parte del *Interactive Advertising Bureau (IAB)* sobre el uso de las redes sociales en España, realizado en 2014 y publicado a principios del siguiente año (véase en tabla 1 y 2, anexos). Según este estudio, en España, las redes sociales son utilizadas por más de 14 millones de internautas, es decir, un 82% del total de usuarios de Internet. En la primera tabla se destaca que Facebook es la red social líder, con un 96% de usuarios y mayor tiempo de dedicación. En la segunda tabla vemos que los adolescentes de 14 a 17 años son los que más uso hacen de las redes sociales, hecho que no podemos ignorar puesto que es una etapa muy importante para la conformación de la personalidad, la identidad y el desarrollo de la madurez. De igual modo, sigue siendo elevado el uso que le da el resto de la población a dichos sitios de la web.

En el presente trabajo queremos centrarnos concretamente en las dos siguientes redes sociales: Facebook e Instagram. Básicamente porque son dos redes sociales en las que el narcisismo se refleja de un modo más evidente que en el resto, y que más adelante vamos a tratar de puntualizar.

Facebook es una red social gratuita que aparece en 2004, ideada por Mark Zuckerberg y respaldada por Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz. En un primer momento, se crea para los estudiantes de Harvard (Massachussets), se extiende rápidamente a la Ivy League (universidades del Este de élite), y posteriormente a todas las universidades del mundo en 2007, pudiendo acceder al sitio web simplemente a través del correo electrónico. A los diez años de su creación, en 2014, ya ha superado los mil millones de usuarios (Stupía, 2014).

En Facebook se han ido incorporando gradualmente distintas aplicaciones y se ha convertido en un lugar incluso para que las empresas promuevan sus productos, ya que se han percatado de que la comunicación se da de forma inmediata, con la posibilidad de expandirse en intervalos de tiempo muy reducidos. Sin embargo, destaca principalmente por ser una red social en la que el usuario, después de crear su propio perfil, puede agregar a personas –que más tarde deciden aceptar o no dicha solicitud de “amistad”–, chatear, compartir fotos, vídeos, documentos, enlaces o el estado de ánimo del propio usuario. También se pueden jugar a juegos online, crear eventos o disponer de un calendario que se encarga de recordar los cumpleaños de los “amigos” agregados. Asimismo, la constante actualización del propio perfil y el de los demás permite ver instantáneamente las diferentes

novedades que se van “colgando”, poner “me gusta”, comentar lo que nos parece o bien compartirlo si así se quiere.

Instagram, en cambio, llega más tarde, en 2010, creada por Kevin Systrom y Mike Krieger. Según diversos estudios, esta red social ha crecido muy rápidamente, llegando a los 300 millones de personas que la usaban a finales de 2014. Es una red social que consiste básicamente en compartir fotos y vídeos. Tiene incorporada una aplicación que permite retocar las fotos y añadir nuevos efectos como marcos, filtros y colores con distinta tonalidad y estilo. Dichas fotos pueden ser además compartidas en otras redes sociales, una de ellas Facebook. La dinámica, por otro lado, es parecida a la de Facebook, ya que puedes también dar al “me gusta” o a “compartir”, mientras que como diferencia está el hecho de que puedes seguir a personas aunque no las conozcas y ver sus publicaciones. Cabe resaltar que, a pesar de que se pueden hacer distintos tipos de fotos, se ha popularizado mucho el fenómeno del “selfie”, en el que ahondaremos posteriormente.

Lo que parece más interesante de las redes sociales, para el público, es la posibilidad de mostrar y ver todo lo que sucede en la vida de las personas ya sea mediante las fotos, los vídeos o las publicaciones que se realizan. Además, aunque parece que actualmente toda la intimidad se comparte, la realidad es que muchas veces se intenta que los demás creen que somos lo que publicamos, generando una imagen de lo que no se es:

La visibilidad individual se convierte en un asunto personal, y casi histérico, que se comprueba cada día. Esto no significa que los usuarios de las redes sociales entreguen su intimidad realmente. Se trata de un espacio nuevo – o renovado – de lo que Goffman (1959) señalaba como exposición o presentación pública (Carreras et al., 2014, p. 168).

Existen muchas controversias entre los autores con respecto al uso de las nuevas tecnologías y de las redes sociales. Por un lado, están quienes defienden que esto implica un retroceso social y que, como explica Dieguez (2007, p. 279), afirman que “la comunicación virtual inhibe y dificulta el encuentro real cara a cara y entorpece el intercambio social de las personas”. De hecho, autores como Balaguer (citado por Dieguez, 2008, p. 216), sostienen que “el Chat es un encuentro paradigmático de comunicaciones poco comprometidas con la interioridad de los sujetos”. En el lado opuesto, están quienes piensan que todo ello supone un avance con respecto a lo convencionalmente conocido, ya que, según su parecer, favorecen nuevas formas de ser y de relacionarse:

Muchos autores hablan de la construcción de la identidad online y postulan que las nuevas tecnologías lejos de debilitar el concepto de identidad personal y colectiva, contribuyen a incrementar los lazos de identidad. En el ciberespacio, los sujetos asumen personalidades creadas por ellos mismos. Se les anima a pensar sobre sí como fluidos, emergentes, descentralizados, múltiples, flexibles y constantemente en proceso. Se trata de un contexto que erosiona los límites entre lo real y lo virtual. Desparece la corporalidad de la comunicación cara a cara y se permite una comunicación pluridireccional y dialógica. La comunicación por computadora libera a los participantes de las restricciones de la co-presencia y facilita el contacto (Dieguez, 2008, p. 216).

Consideramos que ninguna de las dos posiciones extremas lleva toda la razón; por un lado, porque la primera postura conllevaría negar la posibilidad de que se haga un buen uso de los avances tecnológicos en lo que se refiere a las relaciones; y, con lo que respecta a la segunda, porque tampoco defendemos que las relaciones sean mejores a través de las redes sociales que cara a cara. Claramente, el peso del bien o del mal que pueden generar las redes sociales cae, sobre todo, en el uso individual que se hace de éstas. Si bien es cierto que para ello es necesaria una educación (en esto las familias cobran un papel fundamental), afirmar con rotundidad que son negativas para el hombre sería falso, pues traen consigo grandes avances (acotan la distancia, reducen el tiempo, facilitan la conexión, etc.), a pesar de que en muchas ocasiones puedan generar un daño o perjuicio.

Un estudio realizado por EU Kids Online (citado por Las Heras, 2012) muestra algunas de las ventajas e inconvenientes del uso de las redes sociales sobre todo para los niños y los adolescentes (véase en tabla 3, anexos). Consecuentemente, podemos afirmar que el uso equilibrado y controlado de las redes sociales marcará la diferencia. En este sentido, algunos autores, haciendo referencia a lo que defiende David Caldevilla, nos dan la clave para entender cuál es el punto de unión entre ambas posiciones:

Ayudan al avance de las tecnologías, modifican el periodismo clásico facilitando la información de forma inmediata, permiten aprender y mejorar idiomas, desarrollar nuevas aficiones, mejorar la interactividad, etc. Pero como también afirma el autor, al final el uso que se hace de las redes depende de las intenciones y los criterios éticos y morales de los usuarios. Podemos añadir que el problema no está en las redes sociales virtuales en sí mismas, sino en el uso que se hace de ellas, un axioma tan universal que serviría para multitud de cuestiones y situaciones (García del Castillo, López-Sánchez, Tur-Viñes, García del Castillo-López y Ramos, 2014, pp. 12-13).

Por otro lado, los postulados de Nicholas Carr (citado en García del Castillo et al., 2014, p. 13) acerca de los males que están promoviendo las nuevas tecnologías, no deberíamos dejar de tenerlos en cuenta: “se modifican esquemas básicos de la forma de pensar, del vocabulario, de la concentración entre otros muchos, pasando a ser mucho más superficiales”. Asimismo, el riesgo que existe para muchos usuarios de caer en la adicción de dichas tecnologías es notable, pues, como indica el mismo autor, se exceden en el tiempo de conexión, se protegen detrás de las pantallas para no tener que hacer frente a las relaciones carnales, mienten sobre sus vidas con datos falsos para recrear nuevas identidades en donde sentirse más seguros, se refugian detrás de las tecnologías para no tener que enfrentarse a relaciones reales, falsean sus vidas con datos ficticios para recrear nuevas identidades en las que sentirse menos inseguros, y desatienden sus quehaceres para responder “a las necesidades que les generan las redes sociales como subterfugio de sus propias carencias” (García del Castillo et al., 2014, p. 13).

La problemática que puede surgir del uso de las redes sociales requiere de nuestra responsabilidad ética de ayudar a que, sobre todo los adolescentes, hagan un uso adecuado de ellas. Así, los avances que llevan consigo las nuevas tecnologías serán un bien y no implicarán un retroceso en nuestra sociedad. Y esta responsabilidad no solo está referida al control de qué se hace o no con las redes sociales, sino a que en cada hogar, en la escuela y en la sociedad, se tienda a señalar cuál es su verdadera y útil función.

## **2.2. Influencia en la sociabilidad**

Anteriormente hemos mencionado cómo la sociabilidad se ve alterada o transformada con el uso de las redes sociales. Si bien es cierto que éstas han posibilitado un aumento de conexiones en las relaciones o que el modo de contactar con los otros es más fácil, queremos profundizar en el cambio característico que se ha dado, con su uso, en las relaciones sociales.

En primer lugar quisiéramos comentar que a pesar de que muchas personas se sirven de las redes sociales para conocer a otras, la realidad es que su uso va dirigido, mayormente, a mantener las relaciones ya establecidas en la vida real, como destaca Renzo Tarazona (2013, p. 14):

No obstante, Ellison, Steinfield y Lampe (2007 en Ross, Orr, Sisic, Arseneault, Simmerinf, Orr, 2009) encontraron en una muestra de estudiantes universitarios canadienses que la mayoría de los “amigos de Facebook” eran personas que se conocían en la vida real. En

otras palabras, Facebook no era utilizado como herramienta para conocer a nuevas personas, sino que es utilizado de tal manera que mantiene comunicadas a personas que ya se conocen, fortaleciendo, por tanto, los lazos ya creados con anterioridad.

Con la aparición de las redes sociales se sustituye, no en pocas ocasiones, el “cara a cara” por la relación virtual. Emerge un nuevo método de comunicación que, según autores como Tarazona (2013) o Faerman (citado en Tarazona, 2013), provoca un distanciamiento del contacto interpersonal y limita la comunicación en lugar de favorecerla. Kujath (citado en Tarazona, 2013), por su parte, menciona que mientras que es verdad que pueden sustituir la interacción social directa, también pueden complementarla.

Llegados a este punto, nos interesa comprender con más profundidad cuál es la razón del éxito de las redes sociales. Como es evidente, todo lo que tenga que ver con lo social es de interés para las personas, pues el hombre es estructuralmente un ser social. Sin embargo, nos preguntamos qué es lo que hace que tantas personas prefieran –porque lo prefieren– el contacto virtual al real. Según señalan Espinar y González (citados en García del Castillo et al., 2014, p. 7), “el mayor atractivo que encuentran los jóvenes con las redes sociales virtuales es que satisfacen plenamente sus necesidades de comunicación, sin esfuerzo, de una forma divertida y con la máxima inmediatez”. Sheeks y Birchmeier (citados en Tarazona, 2013, p. 14) añaden otras características como la del “anonimato, el cual permite ocultar la verdadera identidad; ausencia de comunicación no verbal; distanciamiento físico [...] y tiempo, es decir, permite una comunicación en tiempo real o “ficticio” retardando respuestas”. Cabe decir que el anonimato, por ejemplo en Facebook, no está casi presente, pues las personas de dicha red social tienden a usar su identidad de verdad. Además de lo mencionado, también descubrimos cuánto facilitan las redes sociales la socialización de las personas que son tímidas e inseguras, o dicho de otro modo, cuánto les ayuda a encubrir y a falsear su verdadera personalidad. En esta línea, Sheeks y Birchmeier (citados en Tarazona, 2013, p. 15), sirviéndose del ejemplo de Facebook, afirman que éste “funciona también como una herramienta de ayuda para personas que tienen deseos de ser sociables pero no pueden debido a que se inhiben”. O bien García del Castillo et al. (2014, pp. 5-6), los cuales se percatan del mismo modo de este fenómeno:

Una primera característica, que está desarrollándose con gran rapidez en las relaciones interpersonales de los más jóvenes, es el hecho de negarse la posibilidad de una relación cara a cara por considerarla imposible e intentar la relación por medio de las redes con la intención de darse a conocer a los demás y que éstos cambien su forma de pensar. De

conseguirlo puede convertirse en una ventaja sustancial para superar problemas de timidez o relación, siempre y cuando las relaciones se lleven a cabo dentro y fuera de la red.

Y es que vemos en las distintas investigaciones cómo el “cara a cara” se ha vuelto cada vez más incómodo, como si detrás de la pantalla uno fuera más valiente para decir lo que piensa, cree y siente. A esto se le llama “efecto desinhibición”, concepto que queda muy bien expresado en el capítulo de Berlanga, Merino y Rodríguez (2014, p. 156):

Según el psicólogo John Suler que ha estudiado ampliamente el “efecto desinhibición” de la red (Suler, 2004), una persona hace y dice cosas en el ciberespacio que no es capaz de decir y hacer en la vida *offline*, cara a cara. Esta desinhibición desemboca en muchas formas de actuación: se puede llegar a expresar sentimientos muy profundos e íntimos, verter comentarios agresivos y amenazantes o llevar a cabo acciones de afecto que no ocurren muy a menudo. Este experto postula que la expresión a través de la escritura lleva atado un efecto de desinhibición importante debido a que las personas que las difunden no son vistas, ni oídas por nadie en ese momento, lo que hace que se abran más y puedan decir cosas que no dirían en persona. Esta forma de expresión va incentivada por la velocidad con la que reflexionamos (escribiendo una respuesta directamente) al contestar, por el “falso” anonimato que nos infunde el estar detrás de un dispositivo sin tener enfrente a la persona con la que hablamos y la falta de consecuencias reales o tangibles que se traducen de un comentario en internet.

Dicha desinhibición que observamos en las redes sociales guarda una estrecha relación, como mencionan Berlanga et al. (2014, p. 154), con las tres últimas necesidades de la pirámide de Maslow: afiliación, reconocimiento y autorrealización. Se muestra necesidad de afiliación ya que “se usa principalmente para contactar y entablar relaciones sociales”; necesidad de reconocimiento “por ser una ventana de nosotros mismos que lanzamos al mundo y tras la cual esperamos reacciones (sobre todo positivas) de la gente que nos rodea”; y necesidad de autorrealización pues “nos permite desarrollar nuestra creatividad de distintas formas”. En definitiva, lo que vemos es que al final se busca a través de las redes sociales –como en todo– que los demás nos acepten y nos quieran, nos reconozcan y nos sintamos satisfechos con nosotros mismos. Sin embargo, este deseo que es bueno y natural en el ser humano, el deseo profundo e inextirpable de ser amado, puede desembocar, como pretendemos demostrar con el presente trabajo, en un exhibicionismo del propio yo, en narcisismo:

El aspecto narcisista del ser humano y la incidencia de las nuevas tecnologías hace que se

manifieste una situación descrita en el estudio “*Narcissism on Facebook*” (Carpenter, 2012) donde se afirma que el ser exhibicionista de forma ostentosa y la personalidad explosiva desembocan en el derecho a hacer y decir todo de manera agresiva. Otro de los aspectos clave a estudiar es la presencia de los recursos multimedia que subimos para compartir con todos nuestros contactos: fotografías que muestran nuestro entorno; imágenes en las que nos etiquetan, videos caseros de índole privada. Mostramos de forma más confiada parte de nuestra vida y en muchas ocasiones, lo que aparece es el aspecto más íntimo de la persona (Berlangua et al., 2014, p. 154).

Por otro lado, nos llama la atención cuán cotidiano se ha vuelto el uso de las redes sociales, pues, “además de cambiar la forma de comunicación convencional, como nos indica Carr, «hasta nuestra experiencia directa del mundo se empieza a ver mediatizada» en las redes sociales” (García del Castillo et al., 2014, p. 5). En la actualidad la forma de relacionarse se da tanto en el entorno *offline* como en el *online*: “la sociabilidad online forma parte cotidiana de la vida diaria de las personas; y (...) las relaciones sociales ya están hibridadas entre ambos contextos” (del Fresno, citado en Serrano-Puche, 2014, p. 21). Y continúa afirmando: “así pues, la vida social tradicional (más lenta y localizada) coexiste con la vida social digital (más rápida y desarraigada)”.

Sin embargo, la habituación a las nuevas tecnologías genera también la posibilidad de que las personas no puedan desconectarse y sufran ansiedad si por algún motivo no pueden estar pendientes de las nuevas tecnologías. En este sentido, estaríamos hablando de una adicción, concepto al cual haremos más referencia a lo largo del trabajo. No obstante, nos interesa ahora mencionar la adicción porque en este caso se halla íntimamente ligada a la sociabilidad, pues, “debido a que la conectividad constante es hoy en día una realidad extendida, estar siempre disponible en el móvil se ha convertido casi en una obligación social” (Serrano-Puche, 2014, p. 24). De hecho, apenas concebimos tener el móvil apagado pues nos autoexigimos y exigimos a los demás que estén permanentemente disponibles. Pese a ello, es curioso que, al mismo tiempo en el que existe un deseo de estar en conexión, las personas se sienten atrapadas por las nuevas tecnologías. Se sienten apesadas por varias razones, una de las más destacables es el síndrome FOMO (*Fear Of Missing Out*), descrito por Przybylsky et al., (citados en Serrano-Puche, 2014, p. 23), y que se da porque “el temor a estar perdiéndose algo lleva al usuario a la incapacidad de privarse de Internet”. Este temor también se hace patente en el hecho de actualizar diariamente los estados, colgar fotos, con tal de seguir siendo visible para los otros, ya que, como afirma Winocur, (citado en Serrano Puche, 2014,

p. 23), “en términos de impacto social, para los jóvenes lo que no puede ser visto en los medios o subido a la red no existe”, o lo que es lo mismo, porque estar es ser.

Lo que evidentemente hay que aclarar es que esta necesidad de visibilidad nada tiene que ver con la amistad, aunque esta sea la perversa palabra que ha utilizado este aplicativo a la hora de titular lo que es una relación, encuentro (virtual), visibilidad en definitiva para ‘otro’. El filósofo André Comte-Sponville ya manifestaba que un amigo verdadero no son los cien o mil amigos de Facebook. Esto no significa que no haya amigos en Facebook sino que todos los amigos de Facebook no son amigos. Se trata de un silogismo falso, una falacia. (Carreras et al., 2014, p. 166)

Ésta es una de las paradojas de las redes sociales, ya que se genera “una forma híbrida entre la soledad y la compañía que Turkle denomina *alone together*” (citado en Caro, 2012, p. 2). Es decir, mientras que se cree que se está conectado con todo el mundo, la realidad es que muchas se acusa la soledad aún estando conectado o rodeado de gente.

Otra de las hipótesis sobre qué es lo que impulsa a las personas a formar parte de las redes sociales, a conectarse y a participar, es la siguiente, según Berlanga et al. (2014, p. 153), en la que se subraya la necesidad de sociabilidad que subyace en el uso de éstas:

La gente quiere dejar su huella en el mundo; la gente quiere ser social y por lo tanto conectarse; se da más valor a hacer cosas si pueden compartirse, y se cree que la colaboración con otras personas contribuye a la felicidad y el bienestar.

Por otro lado, podemos ver que en las redes sociales lo público y lo privado se mezclan, pudiendo ver que mensajes íntimos se hacen visibles a todos los contactos de la red, ya que como hemos dicho, lo importante es que los demás vean que tenemos amigos más que enviar el mensaje en sí (que se podría hacer por privado). También observamos que en el uso de las redes sociales, en el contacto perpetuo, es inevitable que se den disonancias emocionales. Un ejemplo es la excitación al ver una publicación en nuestro muro, que surge sobre todo por saber que los demás lo van a ver. Pero también lo vemos en la ansiedad que podemos sentir cuando un contacto no responde al momento y tarda en contestar, hasta llegar a pensar incluso que somos ignorados. Es por este motivo –de entre otros– que algunos autores como Tarazona (2013, p. 15) defienden que “el uso de esta red social puede ser beneficioso o perjudicial para las personas, ya que puede reforzar conductas eventualmente relacionadas con la baja autoestima”.



Podríamos decir que en muchas de las formas de uso que se les da a las redes sociales existe un narcisismo encubierto. Arda (2014, pp. 232-233) lo describe, a nuestro parecer, de forma muy acertada, pues sintetiza una de las ideas más importantes que es que, mientras que parece que nos divertimos con la compañía de los demás, en el fondo ésta es utilizada con la finalidad de conseguir admiración, aprobación y aceptación; y coincide con que esto es promovido más fácilmente por el uso de las redes sociales:

*This is indeed how the reflection in the Web 2.0 mirror looks like. Though the narcissistic needs were always there, the new medium of reflection provided the facilities to attend to them much easier than ever before. Nonetheless, it is generally considered normal as long as the focus of the gaze is a symbolic or real other, for as the object of the gaze becomes one's own self, the symbolic is taken over by the narcissistic. It is through this narcissistic "introversion" as coined by Jung that the individual closes upon oneself. While all that matters to her/him is her/his own reality, on the outside s/he seems to enjoy the company of the others, while her/his secret wish is their admiration, approval and acceptance – as it was the case with the first gaze of the mother.*

Sin embargo, si somos leales con lo que esto implica, afirmamos junto con Núñez y Lipovetsky que, si bien es cierto que “nuestras sociedades han elevado la búsqueda de la felicidad al nivel de un imperativo cultural y promueven el perfeccionamiento del yo y la atención desmedida del individuo sobre sí mismo como una fuente de realización y de satisfacción”, esa ambición pronto se encuentra con una gran limitación: “Puesto que dependo de otros para ser completamente feliz, mi dicha es necesariamente fugitiva e inestable” (Lipovetsky, citado en Núñez, 2012, p. 58).

### **2.3. Influencia en la identidad**

La búsqueda incansable de la propia identidad es estructuralmente innata en el ser humano, pues necesitamos saber quiénes somos, de dónde venimos y adónde vamos. Por consiguiente, tampoco el uso de las redes sociales va a estar exento de dicha búsqueda.

La identidad no puede ser definida sin tener en cuenta los horizontes de significado –como diría Taylor (2002)– que la conforman: la historia, la sociedad, la religión, la cultura, la familia, la tradición, la genética, etc. En este sentido, es inevitable que el yo se conciba sin aquello que le ha sido dado por el ambiente o por naturaleza, y que tiene relevancia en su propio desarrollo. Y esto, lejos de ser negativo, no hace más que poner en evidencia que el yo, para ser yo, necesita de *lo otro*, de lo que se

halla también fuera de sí. Por esta razón, veremos que la sociabilidad y la identidad van unidas, siendo la primera indispensable para la conformación de la segunda, pues, “en la medida en que el individuo se concibe a sí mismo, requiere de los otros para conformar su identidad. Por lo que la identidad sólo cobra existencia y se verifica a través de la interacción” (Turpo, 2010, p. 5). Asimismo, no debemos olvidar que aunque todos tengamos una identidad, ésta es única e irrepetible:

Cuando éstos dicen «yo» utilizan esta palabra para indicar una multiplicidad de elementos que derivan de historias, tradiciones y circunstancias diversas, pero indudablemente cuando dicen «yo» también usan esa expresión para indicar un rostro interior, un «corazón», como diría la Biblia, que es igual en todos y cada uno de ellos, aunque se traduzca de muy diversos modos (Giussani, 2008, p. 24).

Las redes sociales contribuyen, por su elevada influencia, en la construcción de la identidad, sobre todo en los adolescentes, que se encuentran en un momento crucial de su vida con respecto al descubrimiento de su identidad. Sin embargo, actualmente nos encontramos con que las redes sociales pueden confundirlo, pues el sujeto se mueve entre su identidad virtual y su identidad no virtual (no decimos “real” ya que muchos autores están de acuerdo con que la virtualidad forma parte de la realidad y no es su opuesto). Estaríamos hablando de una bidimensionalidad que se da en el mismo sujeto, y en la que cada dimensión tendría unas características propias (véase en tabla 4, anexos). No obstante, Giones-Valls y Serrat-Brustenga (2010, p. 2), señalan que no siempre ha de ocurrir así, ya que las identidades digitales “pueden coincidir o no con la identidad analógica [no-virtual], es decir, con las características que se pueden atribuir a una determinada persona en su vida fuera de la red”. Y al mismo tiempo vemos que, como existe una superposición entre ambas dimensiones, el sujeto ha de controlarlas para que no se perciban notables diferencias entre ellas:

Esa bidimensionalidad, así como la posibilidad de no oponer las dimensiones en que se manifiesta el sujeto, es decir en los espacios virtuales y no-virtuales, permite entender la superposición de estos espacios, como mecanismos de control entre sí. Es decir, que el sujeto virtual está sujeto, desde una perspectiva foucaultiana, al sujeto no-virtual, en la medida en que este último puede hacer quedar en evidencia las incongruencias que existen entre uno y otro (Aguilar y Said, 2010, p. 199).

La identidad digital sería, entonces, aquella representación virtual de uno mismo “que se va construyendo a partir de la propia actividad en Internet y de la actividad de los demás” (Giones-Valls et al., 2010, p. 2), es decir, consistiría en compartir y

participar activamente en la red social, mediante la subida de fotografías, textos, artículos, vídeos, etc.

Un estudio realizado por Arda (2011) sobre las redes sociales e identidad humana, obtuvo algunas conclusiones que nos parecen interesantes para resaltar: en primer lugar, se observó que la exposición de la identidad real en las redes sociales puede comportar que la dedicación de tiempo a la vida social en la red sea mayor que la que se le otorgue a la *offline*. En segundo lugar, que al exponer la identidad verdadera en las redes, es más fácil ser uno mismo, *online*. En tercer lugar, y como consecuencia de la anterior, que al desvelar el nombre y rostro en las redes no se tarda en compartir la propia historia. Por último, –dato curioso para profundizar en futuras investigaciones–, que las usuarias femeninas tienen tendencia a observar más, compartir más, revelar más, comparar más.

Sin embargo, Giones-Valls et al. (2010, p. 4), se dan cuenta de que, a veces, las personas se sirven de la identidad digital para proyectar lo que les gustaría ser, para que los demás crean que son así, como querrían ser:

En la identidad digital convergen muchos aspectos de carácter sociológico, cultural e incluso psicológico. A veces esta identidad digital no se corresponde con la real, simplemente porque cada cual quiere mostrar lo mejor de sí mismo, con lo que se conoce como *self-presentation*. Según Goffman (1981), cuando un individuo se presenta ante los demás transmite la impresión que quiere proyectar. [...] Wood y Smith (2005) definen la identidad como "una construcción compleja, personal y social, consistente en parte en quién creemos ser, cómo queremos que los demás nos perciban, y cómo de hecho, nos perciben" y los mismos autores afirman que en la comunicación electrónica lo que prima es la imagen que se quiere mostrar a terceros.

Como es evidente, los usuarios resaltarán de sí mismos lo mejor y ocultarán aquellos defectos que perjudiquen su imagen social. Y lo harán porque es posible corregir todas aquellas imperfecciones que no son de su agrado, que les generan resignación. En este sentido, "el nuevo yo virtual que aparece y toma vida en las redes sociales virtuales es un reflejo idealizado, por decirlo de alguna manera, del yo no-virtual" (Aguilar y Said, 2010, p. 201). En opinión de la psicóloga Amaya Terrón: "de manera consciente o no, todos intentamos proyectar una imagen más positiva de nosotros mismos. ¿A quién le gustaría salir mal en una foto de perfil?" (citada en Berlanga et al., 2014, p. 155).

Asimismo, veremos que la virtualidad no es independiente del sujeto no-virtual, más bien mantienen una relación sinérgica, porque las vivencias significativas del sujeto

serán reflejadas en la red social y, del mismo modo, las interacciones en la red modularán su estado social fuera de ella.

Llegados a este punto, no podemos no mencionar la importancia de la reputación en las redes sociales. Teniendo en cuenta lo que hemos dicho, la reputación será, pues, controlada por el propio individuo, a fin de que el resto tenga una opinión determinada sobre él. Y esto es así porque, como afirma Solove (citado en Giones-Valls et al., 2010, p. 6), la reputación es "un componente clave de nuestra identidad, refleja quiénes somos y define cómo interactuamos con los demás". Una vez más, todo ello pone énfasis en el narcisismo que estamos tratando de describir:

Hoy en día estamos inmersos en un proceso en que nuestra identidad en la pantalla es cada vez más parte/reflejo de nuestro yo verdadero, de nuestro yo real. A la vez que, nuestra identidad en la pantalla es (1) nuestro reflejo de la sociedad narcisista, (2) un reflejo de la sociedad narcisista sobre nosotros, (3) un reflejo de la sociedad narcisista que hay en nosotros y (4) un reflejo de la sociedad narcisista en que vivimos, casi una imagen manipulada para el auto-marketing (Arda, 2011, p. 44).

La misma autora (2011, p. 33) nos advierte sobre que la identidad digital comienza a ganar protagonismo por encima de la no-virtual, ya que parece que nos permite una comunicación más fácil que la convencional en el encuentro "cara a cara" con el otro. Sin embargo, asegura:

Este abaratamiento de lo social, designa a algo más. Nos convertimos en el único foco de nuestras propias vidas sociales y lo social se disuelve lentamente. La forma en la que socializamos comienza a inclinarse más hacia una relación de voyerismo/exhibicionismo, y esta tendencia también indica un exceso en la importancia que nos damos a nosotros mismos. Como sugiere Baudrillard, poniéndonos en el centro de todo y perdiendo la perspectiva sobre todo lo demás nos está alejando de nosotros mismos (2000:70). Sin ningún Otro para definir dónde terminamos, sin ningún punto de referencia para saber dónde estamos posicionados – no acabamos en un proceso de alienación, sino en uno de aniquilación de nosotros mismos.

Es decir, volvemos a la idea de que detrás de la permanente conectividad entre las personas se esconde, en el fondo, una pérdida gradual de lo que es verdaderamente la sociabilidad y, por consiguiente, nos encontramos profundamente solos con nosotros mismos y sumergidos en un vacío existencial.

Consideramos que sería muy fácil quedarnos en un mero análisis de lo que sucede en nuestra sociedad. No obstante, lo que nos interesa verdaderamente es descubrir

qué lo origina, de dónde nacen todas estas conductas. Lucía Caro se dirige hacia este objetivo y, en nuestra opinión, se aproxima bastante:

La naturaleza dialógica de la identidad [...] deviene en una constante búsqueda de la mirada de los otros para la confirmación de la mera existencia, en un momento en el que la introspección pierde peso a favor de la extroversión y la conexión permanente. La soledad, la búsqueda y el desarrollo de un espacio propio, de una interioridad rica y frondosa, es un proyecto en proceso de abandono, según Sibilia (2008). De ahí que la falta de conexión con los otros devenga en problema: no hay una interioridad valiosa en la que refugiarse (2012, p. 3).

¿Qué ha sucedido para que el cuidado de la interioridad se pierda? ¿Por qué estando juntos nos sentimos solos y, a la vez, no soportamos quedarnos a solas con nosotros mismos? Tony Anatrella, en su libro *La diferencia prohibida*, explica que en nuestra sociedad existen personalidades muy frágiles, debido a la falta de estructuras interiores, así como de lazos fuertes dentro de la familia. Es decir, nos encontramos en una época en la que predomina una crisis de la interioridad: “vacío psicológico, incapacidad para instalarse en una continuidad, descomposición de la personalidad... [...] que sitúa cada vez más a los individuos en la confusión” (2008, pp. 115-116). Pues, el hombre solo puede conocerse a sí mismo e iniciar un diálogo consigo mismo si antes se ha podido descubrir a través de su madre y padre, cuidador habitual o figura de autoridad. Lo que sucederá si falta esto es que, sobre todo en la época de la adolescencia y posteriormente, “algunos se vienen abajo por falta de estructuras internas y se quejan de falta de imágenes-guías en su vida psíquica” (2008, p. 121), además de que “al desestimar la identificación con las figuras parentales y con las diversas funciones simbólicas [se le] invita a tomarse a sí mismo como objeto, fin y medida de todo” (2008, p. 121).

Por otro lado, recuperando el hilo del principio, en el que afirmábamos que el sujeto descubre quién es en relación con múltiples factores, vemos que intentar prescindir de ellos, como señala también Anatrella, tiene consecuencias graves para los miembros de la sociedad:

Esta dificultad de acceder al sentido del tiempo da a algunos el sentimiento de que la vida humana comienza con ellos. Tienen dificultades para recibir el producto de otras generaciones, para ser el descendiente de una filiación familiar, social, cultural, religiosa y de una tradición, para inscribirse en proyectos, para concebir opciones y un compromiso durable. El tiempo es reducido a uno mismo y, en esta posición narcisista, toda relación institucional se hace penosa o inaceptable (2008, p. 125).

Taylor (2002, p. 79), en la misma línea, resalta que debemos “admitir que nuestra identidad requiere el reconocimiento por parte de los demás”. Y, pese a que pueden cambiar las formas de este reconocimiento a lo largo del tiempo –actualmente se refleja sobre todo a través de las redes sociales–, lo que permanece inmutable es que las relaciones siguen siendo necesarias por ser “puntos clave del autodescubrimiento y la autoconfirmación” (2002, p.83).

A propósito, Dieguez (2008, p. 216) defiende que “en el reconocimiento de la alteridad, de ese otro que es no yo, se juzgará también la necesidad de reconocimiento, el deseo de ser amado y admirado que [–podría darse–] acicatea el narcisismo”.

Estas afirmaciones nos acercan más a la realidad del asunto que estamos abordando, pues no se quedan en la superficialidad de que somos narcisistas porque solamente buscamos la propia afirmación, sino que ponen énfasis en la necesidad última del ser humano de ser amado por el otro.

Así pues, queda claro que la construcción de la identidad necesita de la relación con los otros, pues “esto que hoy puede llamarse identidad no es de ningún modo un estado alcanzado sino una búsqueda del yo que solo tiene respuesta en el objeto (el otro y la realidad)” (Dieguez, 2008, p. 216). Y, por otro lado, que por la sociedad en la que nos encontramos, existe una confusión significativa en cuanto a lo que son las relaciones y lo que es uno mismo, que viene producida por la presencia de un narcisismo dominante y que, a su vez, es debida a todas las causas que hemos expuesto. Por esta razón, a continuación vamos a intentar explicar con más precisión de qué modo se expresa concretamente dicho narcisismo en las redes sociales.

### **3. Narcisismo y Redes Sociales**

Al inicio de este trabajo hemos explicado el mito de Narciso –un ser solitario que está condenado a la muerte por haberse enamorado de sí mismo–, para describir el origen del concepto de narcisismo. Más adelante, hemos resaltado que con la aparición de las redes sociales, el número de las relaciones entre las personas se ha multiplicado, así como la conexión permanente entre ellas. Y, sin embargo, aunque aparentemente se da en formas distintas en uno y otro caso, seguimos acusando la presencia del narcisismo. Esta paradoja la explica muy bien Lipovetsky en una entrevista que le hacen:

Las redes sociales muestran una especie de paradoja. El individualismo narcisista que había sido desarrollado en la era del vacío parece entrar en contradicción, por lo menos aparentemente con lo que muestran las redes. Porque en las redes sociales uno no tiene más que amigos. Narciso es un personaje solitario que está ahí solo, amándose a sí mismo y, en cambio, en las redes sociales está uno con sus amigos permanentemente. Aparentemente hay una contradicción o tenemos, por lo menos, un problema inmenso de definición (2013, p. 121).

En este sentido, podríamos hablar de un narcisismo encubierto en el uso de las redes sociales. Pues, si bien antes era Narciso quien se otorgaba a sí mismo el amor, ahora lo conseguimos mediante los otros, aunque, al fin y al cabo, no es más que para retornar a nosotros mismos.

En la misma entrevista, Lipovetsky señala que existe una gran dificultad, como venimos diciendo, para vivir desconectados, pues no nos soportamos a nosotros mismos y eso nos lleva a depender absolutamente de las nuevas tecnologías. Y para demostrar este postulado, toma como ejemplo la situación de cuando la gente está en los restaurantes, en los que podemos ver que el móvil siempre está al alcance de la mano, y en donde cada cierto tiempo se consulta para ver si nos han escrito y averiguar quién lo ha hecho. Entonces, afirma: “todo remite a uno, pero al mismo tiempo el individuo no se soporta a sí mismo solo, no soporta su soledad, siempre tiene que estar conectado. Tenemos mucha dificultad en la actualidad a vivir desconectados” (2013, p. 21). Y es curioso porque, incluso estando acompañados, hay una especie de ansiedad dentro de uno por ver si alguien se ha acordado de él.

Las redes sociales, por su parte, están compuestas de distintos elementos que favorecen este narcisismo. A continuación, vamos a remarcar los que nos parecen más relevantes.

### ***3.1. Fenomenología del narcisismo en las redes sociales***

Tomando como ejemplo las redes sociales Facebook e Instagram, podemos distinguir ciertos elementos que favorecen, como hemos dicho, el narcisismo.

En primer lugar, vamos a intentar analizar las fotografías que se cuelgan y se comparten en la red, pues éstas tampoco están exentas de la moda actual y en ellas se pueden perfilar claramente los rasgos narcisistas que hemos ido comentando. Bourdieu (citado en Carreras et al., 2014, p. 165) “se interrogaba ya en 1965 sobre la ‘pose’, es decir, la posición que adopta el fotografiado cuando sabe que va a ser fotografiado”. Sobre esto, Carreras et al. explican que, en la actualidad, el

fotografiado aparece la mayoría de veces con cara de sorpresa, como si no se esperara ser sorprendido en su intimidad.

Una de las modas más extendidas en estas redes sociales, especialmente, es el fenómeno del *selfie*, que consiste en fotografiarse a “sí mismo”. Se trata de “una enunciación en primera persona, que no disimula su intencionalidad y se vale de la cámara y el espejo para materializarse [...], el Yo ocupa una posición central y privilegiada en la producción de este tipo de imágenes” (Canga, 2015, p. 394). Como es evidente, antes de compartir dichas fotos se necesita una selección que permita mostrar lo mejor de uno mismo, con el menor número de imperfecciones posible.

Por su parte, Castillo-Pomeda (2015, p. 141) refiere el fenómeno del *selfie* “como producto más visible de la determinación de un ‘yo’ social”, puesto que afirma que “estos auto-retratos nos permiten observar cómo funciona la expresión de la búsqueda de una mayor afirmación y atención por los demás a través de los juicios y la percepción”. En este sentido, la pregunta que nos planteamos es: ¿por qué nos sacamos fotos de nosotros mismos? Ésta es una de las cuestiones que más nos interesa descifrar y que Leibbrandt (2015, p. 150) expone con gran agudeza:

Compartimos los momentos cotidianos y creamos una cercanía con la familia, los amigos y en general el mundo entero. En segundo lugar, buscamos el deseado ‘me gusta’ ya que en realidad no hacemos los selfies para nosotros mismos sino vamos a la caza a por el reconocimiento. Especialmente entre la población joven, los 18-24 años, el selfie juega un importante papel del auto-descubrimiento: ‘quién soy y qué impresión causo’.

Así pues, queda claro que lo que se busca al realizar *selfies* y compartilos, –sobre todo aquellos en los que aparece el sujeto solo–, es el reconocimiento social y la admiración.

A lo que nos referimos en este apartado no es a que las fotografías son siempre narcisistas, pues también pueden ser, como anteriormente, el medio a través del cual las personas immortalizan los momentos especiales que viven para poderlos recordar en la posterioridad. Antiguamente, este medio servía sobre todo para uno mismo, mientras que “ahora es un medio de comunicación como exhiben los *selfies* más populares tomados en lugares de diversión como partys y de vacaciones con el objetivo de hacer partícipes a los que se han quedado en casa” (Leibbrandt, 2015, p. 150). Entonces, las personas que lo ven, son en cierto modo partícipes de la vida ajena. Y estas fotografías muestran normalmente momentos efímeros y de felicidad.



Por otro lado, también es cierto que siempre ha existido un interés en el hombre en mirarse a sí mismo, por ejemplo a través de los autorretratos que generalmente encargaban las personas con una posición social alta. Por ello, consideramos que no es algo nuevo en este sentido, pues hay un deseo de autoconocimiento o autocontemplación de fondo. Lo que criticamos es la constante invasión de fotos de uno mismo en la red que tienen como finalidad primordial que los otros nos admiren y recrearnos en ello.

Podríamos realizar una clasificación del tipo de fotografías más comunes en las redes sociales, según Canga (2015, pp. 395-399): a) las realizadas con inmediatez, de forma imprevista, para aprovechar el momento, y en las que importa más la captura del instante irrepetible, –inmortalizarlo– que la imagen en sí; b) las que se preparan, rectifican y corrigen para conseguir una imagen determinada de quien hace la fotografía, el cual previamente suele haber pensado la pose que hay que hacer así como la puesta en escena. Todo ello con la finalidad de adornar la realidad y embellecer a quien aparece en la fotografía, para conseguir que el observador vea lo que se pretende que vea; c) por último, las que muestran características peculiares del propio cuerpo (cicatrices, tatuajes, piercings...) o bien partes normales, con las cuales se busca, como en el resto, cautivar a quien las mira.

La sociedad posmoderna no exalta el valor del intelecto, es una sociedad «somatófila», que ama el cuerpo, lo exalta y lo revaloriza. Es una cultura que afirma el equilibrio, el retorno a uno mismo, la vigilancia y el cuidado del cuerpo (sus bioritmos) y el poder de la meditación. Una sociedad neoespartana que sólo cree en los fuertes y en los que exhiben un cuerpo sano (Cano, 2012, p. 102).

Esta exaltación del cuerpo también la observa Dieguez (2007, pp. 215-216), la cual afirma que, sobre todo los jóvenes, “presentan una mostración del cuerpo propio a partir de fragmentos, pedazos a partir de los cuales se dan a conocer y se presentan una y otra vez”. La misma autora pone ejemplos como el de fotografiarse en el espejo, en donde la mirada normalmente no va dirigida a la cámara directamente, se aparece de perfil o únicamente los ojos, ocultando otras partes.

Sea como sea, estén las fotografías retocadas o no, o realizadas con más o menos originalidad, lo que se quiere es conseguir un impacto agradable en el espectador. Cabe añadir que también es importante que los demás nos reconozcan pertenecientes a un determinado grupo social, a partir de lo que subimos a la red, cómo vestimos, qué tipo de fotografías compartimos, etc. Es decir, incluso las

características fotográficas nos pueden dar pistas de a qué ambiente pertenece el individuo.

En general, las fotografías no hacen más que expresar el aspecto líquido del que Bauman hablaba. Del mismo modo, Carreras et al. afirman que “el trabajo a largo plazo ni se contempla, la trascendencia es la emoción de un segundo. Estamos en una revolución impresionista” (2014, p. 172).

En segundo lugar, existen otros dos elementos importantes que son el del “me gusta” y el de “compartir”. Cuando se suben fotos, se cuelgan frases de lo que uno hace o cómo se siente en el “estado”, se comparten artículos, etc., los “amigos” de la red tienen la posibilidad de poner “me gusta”, comentar o compartir dichas publicaciones. Muchas personas buscan, al hacerlo, recibir por parte de los demás aprobación y reconocimiento. Lipovetsky, de hecho, pone énfasis en estos aspectos para hacer evidente el narcisismo que hay detrás:

Aparentemente ya no estamos en el narcisismo porque sólo hay éxito en relación con los demás. Aunque no es tan sencillo, porque vemos en estas redes sociales una especie de desahogo permanente de uno mismo y el termino interesante aquí es el “me gusta”, el “I like”. Por doquier la gente pone fotos, da testimonio de su existencia, lo cual es una especie de narcisismo, de puesta en escena de uno mismo. La gente se muestra, se afirma, habla de sí misma, así como antes escribía su diario íntimo. Pero el diario íntimo era íntimo y en el diario íntimo había tal vez una búsqueda de coherencia. Dado que era un texto escrito había una narración. Hoy eso ya no tiene importancia porque esto puede ser totalmente discontinuo, es una especie de caleidoscopio de lo que uno siente. Pienso que pese al primer punto, en las redes sociales sigue habiendo una figura relacionada con el narcisismo. Pero un narcisismo distinto (2013, p.121).

Estos elementos son buscados sobre todo porque las personas necesitan –por una falta de conciencia del propio valor– de las reacciones y retroalimentación por parte de los demás para hallarlo. Y, si bien es cierto que aparentemente el hombre no está desvinculado de las relaciones, éste encuentra gratificación en ellas sobre todo para volver a afirmarse a sí mismo, más que por afirmar el bien que es la alteridad. Antes, en el mito de Narciso, la gratificación se la daba el individuo a sí mismo, en cambio, ahora, necesitamos que otras personas nos la otorguen.

En cuanto al hecho de “compartir” o de comentar, podríamos hacer una similitud, sirviéndonos de Carreras et al. (2014, pp. 168-169), del Eco de Narciso, pues “lo trascendental es ‘Ser’ (estar en la realidad) [...] (y) desean que los demás les hagan ‘Eco’ [...], un eco que expande en ondas concéntricas la visibilidad de algo”. Existe

una necesidad “cada día de ‘hacer algo’ y ese algo sea comentado. Su grito –sin eco– es lanzado en el desierto. Se necesita la ‘resonancia’”. En este sentido, aunque es verdad que el narcisismo de Narciso es una patología individual y solitaria, pues se enamora solo de su propia imagen, ahora este narcisismo necesita resonancia de “muchos ecos, necesita una sociedad de ‘resonantes’”. Otra comparación que podríamos realizar es la que describen estos mismos autores (2014, p. 172):

Pero, Narciso cuando contempló su imagen en el lago no tenía testigos. Su cara era un espejo de sí mismo. Esto es lo que ven la mayoría de los internautas que pretenden visibilizarse en la red. Y lo peor es que a diferencia de Narciso, sólo les queda su admiración por sí mismos o la frustración de no haber logrado la visibilidad que pretendían. Hay unos triunfadores y unos perdedores en este juego. Los triunfadores son los que todos comentamos, los que aprobamos con nuestro dedo alzado en el circo romano, los que son favorecidos por la viralización de los demás Narcisos, los que aprovechan profesional y personalmente la red gracias a las estrategias de visibilidad cortesanas,...son la minoría. Los perdedores son la mayoría de los solitarios internautas que contemplan con entusiasmo o preocupación su ‘muro’ (ese apelativo tan bien escogido para reflejar tanto el lugar contemplado por los paseantes de la nueva cultura virtual urbana como el oscuro paredón de un callejón solitario y sin salida).

Como vemos, la pantalla se ha convertido en el “espejo absoluto y último para confirmar nuestras existencias, debido a la necesidad narcisista de ser aprobados y admirados por los demás”, pues parece que el principal objetivo que se trata de conseguir, con esta obsesión por la propia imagen, es el de “llevar a cabo de la mejor manera nuestro propio auto-marketing” (Arda, 2011, p.15).

En otra de sus publicaciones, Arda (2014) expresa que podemos intentar engañar a todo el mundo, mientras que en nuestra soledad temblamos por nuestra insuficiencia; que podemos estar a la altura de lo que los demás esperan de nosotros y sin embargo no vivir como deseamos; que podemos ganar todos los honores, conseguir ser exitosos, y sentir que no hemos logrado nada; podríamos, incluso, ser idolatrados y adorados por los demás y, no obstante, despertarnos cada mañana con un sentimiento de amargura, decepción y vacío.

En resumen, es alarmante la forma en la que las redes sociales reflejan y favorecen el narcisismo, hasta el punto en el que dudamos sobre la razón del enganche a las redes sociales: ¿su uso atrae por sí mismo o bien porque es la herramienta que nos proporciona el “amor” que necesitamos? En el siguiente apartado vamos a tratar de aclarar esta cuestión.

### **3.2. Adicción al narcisismo y a las redes sociales**

Después del análisis realizado sobre el narcisismo en las redes sociales, nos planteamos si el uso excesivo de éstas es producido por una adicción a las mismas, por la adicción al narcisismo, o más bien por ambas.

La actividad para la que más se utiliza Internet es para conectarse a las redes sociales, seguido de los juegos de azar con apuestas online, y los juegos de ordenador.

Según un estudio sobre las conductas adictivas a Internet por parte del proyecto EU NET ADB (2012), existen cuatro tipologías de usuarios con mayor riesgo de padecer adicción: el primero, el que abusa de Internet de forma excesiva, descuidando los quehaceres diarios, lo que le genera un malestar tanto físico como psicológico. Este tipo de usuario puede tener un deseo de saber y de vivir experiencias fuera de la red, pero por falta de habilidades sociales se siente aislado, rechazado y atrapado *online*. El segundo tipo es el que se maneja tanto en la vida *online* como *offline*, puesto que existe mucha relación entre ellas. El tercer tipo, el que descubre la novedad de las redes sociales, fascinándose por la posibilidad de crear un yo virtual, que empieza a invertir mucho tiempo hasta que acaba harto y entonces empieza a disminuir progresivamente su tiempo de conexión, consciente de sus repercusiones negativas y prefiriendo lo que hay fuera, *offline*. Y el último, a nuestro parecer el más interesante por lo que denota a nivel educativo y social: el que está aburrido de la vida, de lo que hay en la realidad, que se muestra desinteresado, y la única alternativa que escoge es la de ocupar su tiempo en Internet, para tener algo que hacer. Por lo que hemos visto, los más graves serían el primero y el último, mientras que los otros dos están “normalizados” por parte de la sociedad y tienen un patrón más funcional.

Si bien es cierto que algunos autores como Balaguer (2008) piensan que ya no tendríamos que estar hablando de adicción a las redes sociales sino de una nueva forma de socialización, ya normalizada, consideramos que, por definición, sí que está presente la adicción a Internet y a las redes sociales.

Una adicción es un trastorno psicológico y de la conducta, por el cual una persona pierde el control de lo que hace o de lo que consume. En el caso de las redes sociales, se trataría de una adicción sobre todo psicológica, aunque va acompañada de reacciones físicas y comportamientos. “Una adicción tiene cuatro elementos: fuerte deseo, no hay capacidad para detener la conducta, angustia emocional

cuando no se hace la actividad y, por último, persistir en la conducta” (Gossop, citado en Martín y Pérez, 2007, p. 65).

A grandes rasgos, siguiendo a García del Castillo et al. (2014), vamos a tratar de describir las características de la adicción, específicamente la que se refiere a Internet y a las redes sociales. En primer lugar, hemos de dejar claro que hablamos de adicción cuando ésta ocupa una parte importante de la vida de la persona, predominando en sus pensamientos, decisiones, emociones y actuaciones. También hay que considerar el constante cambio de humor que se deriva de esta patología, pues en algunos momentos se puede sentir euforia, tranquilidad, así como disforia y ansiedad. Asimismo, encontraremos que uno de los malestares que genera esta adicción es el conflicto interpersonal que ocasiona entre personas, o bien porque se pasa más tiempo delante de la pantalla que interactuando con los que se tiene cerca, o bien porque se generan malos entendidos a través de las redes sociales.

Los síntomas que pueden alarmarnos de un abuso de las redes sociales son descritos por Young (citado en García del Castillo et al., 2014, p. 11):

Tiempo de conexión alto [...], sustituir el estar conectado por otras actividades relevantes [...], obsesionarse con estar conectado [...], ser reprendido por abusar de la frecuencia y tiempo usando la red, llegando incluso a mentir del tiempo real que pasa conectado [...], intentar conectarse menos tiempo y fracasar [...], disminuir el rendimiento laboral y académico [...], sentirse contento anormalmente cuando está conectado.

Asimismo, existen factores de riesgo tanto situacionales como de personalidad que están implicados en el abuso de las redes sociales, los cuales son señalados también por García del Castillo et al.:

Vulnerabilidad psicológica, estrés, familias disfuncionales y presión social (Echeburúa). [...] Personalidad narcisista (La Barbera, La Plagia y Valsavoia). Extroversión, neuroticismo y apertura a nuevas experiencias (Correa, Hinsley y de Zuniga). Aburrimiento y búsqueda de soledad (Zhou y Leung). Asociación entre un grado de extroversión alto y un bajo compromiso (Wilson, Fornasier y White). Extroversión para mejorar las relaciones e introversión para amortiguar la falta de relaciones (Kuss y Griffiths). Ansiedad alta, estados depresivos y falta de habilidades sociales (Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala) (2014, p. 11).

El problema que nos encontramos es que, como las redes sociales forman parte de la vida de la mayoría de la sociedad, es muy difícil concienciar de su peligrosidad, y mucho más que se reduzca su uso. Podríamos afirmar junto con Arda (2011) que la

sociedad narcisista es previa a la era de Facebook o Instagram, y que dichas redes sociales sirven como retroalimentación del narcisismo que las llevó a su creación.

Así pues, como el uso de las redes sociales está tan inmerso en nuestra sociedad, existe una dificultad para diferenciar lo que es normal de lo que es patológico, pues se da una presión social que normaliza lo que en realidad es un desorden. Weiser, muy acertadamente, postula que “las tecnologías más impactantes son aquellas que desaparecen. Se entrelazan en la urdimbre de la vida cotidiana hasta que ya no se distinguen de ésta” (citado en Caro, 2012, p. 5). Sin embargo, seguimos afirmando que los efectos negativos del abuso de las redes sociales han sido demostrados (Berlangua et al., 2014): sentimientos de envidia y frustración, impedimento del pensamiento profundo, potenciando la dispersión y la superficialidad, subjetividad, falta de control de la propia identidad digital, etc.

No obstante, en toda adicción existe una gratificación a cambio, ya que nadie escoge el mal en sí mismo, sino que siempre ha de haber un bien que atraiga al sujeto. Aquí es donde descubrimos que, además de todos los elementos que puedan agrandar de la red, la gratificación por excelencia es ver cubiertas las necesidades de narcisismo –o, en realidad, de amor–, de sociabilidad, y de saber quiénes somos. Por ello, concluimos que, aunque es importante tratar la dependencia, ésta no se reduce, como tampoco en el resto de adicciones, a necesidades superficiales (aunque lo parezcan), sino que muchas veces se utilizan las redes sociales para obtener aquello de lo que la sociedad tiene carencia.

### ***3.3. Propuestas de solución: una perspectiva desde la educación***

Tras todo el recorrido expuesto, en el que criticamos y ponemos de manifiesto cómo se presenta el narcisismo actualmente en nuestra sociedad, quisiéramos también hacer propuestas pues, aunque es la parte más ardua, es también la más constructiva y beneficiosa para todos.

Si bien es cierto que existen terapias para tratar la adicción a las nuevas tecnologías, nosotros queremos destacar, por encima de todo, el papel fundamental que tiene la educación. Y nos referimos, evidentemente, a la educación en las escuelas y en la universidad, pero sobre todo en la familia, que es el núcleo central en el que se da el crecimiento de la persona. La educación tiene la finalidad de acompañar al educando hacia el descubrimiento de su propio ser, de la realidad y del sentido de su existencia. Por esta razón, si desde las familias se promoviera dicha forma de educar, –en la que lo que se afirma es que es bueno que el hijo exista, así como la

alteridad que lo rodea—, muchas de las patologías disminuirían. Esto puede parecer una utopía y uno puede preguntarse cómo se lleva a cabo, pues no es tarea sencilla, sin embargo, es posible. Se necesitan adultos que enseñen a mirar el propio interior, a fomentar la conciencia sobre la vida interna, que muestren con su testimonio que la propia existencia es valiosa y que salir de uno mismo para darse a los demás es una de las formas más grandes de amar y de ser feliz. Se necesita promover la reflexión más que la impulsividad, la interiorización y el conocerse verdaderamente a uno mismo y al otro, pues nos encontramos en una sociedad que nos impulsa hacia una sociabilización excesiva pero superficial.

Es evidente que, como muchas de las conductas que hemos descrito a lo largo del trabajo se han convertido en norma social, es difícil luchar contra ellas. No obstante, la esperanza la hallamos, de nuevo, en la educación, con la cual se nos puede enseñar también el uso adecuado que tiene cada cosa.

Como hemos comentado, debemos diferenciar el trastorno de la personalidad narcisista del socialmente narcisista, pues éste último simplemente se ve arrastrado por la moda social y se siente incómodo si no la sigue. A este tipo de persona, aunque pueda compartir ciertas carencias con los que sufren el trastorno de la personalidad, es necesario hacerle descubrir —no siendo contradictorio con la autorreflexión— que lo que existe fuera de sí está hecho para él y por ello es interesante atender a la realidad. En este sentido, haciendo referencia al uso de las redes sociales, consideramos que si las personas cayeran en la cuenta de que es más interesante lo que tienen delante que lo que ven y hacen a través de la pantalla, —las veces en las que ésta nos aleja de la realidad—, la frecuencia de su uso disminuiría.

En el caso del trastorno narcisista, proponemos que en la práctica clínica se promueva, además de lo anteriormente mencionado y de estrategias para controlar el abuso de Internet en los casos que se requiera, la autotrascendencia que apuntaba Viktor Frankl (1999): salir de uno mismo para entregarse a otro. Sin embargo, si bien es cierto que servir y amar a los otros es esencial para alejarnos del narcisismo, debemos mostrar, no obstante, nuestra disconformidad con respecto al “olvidarse de uno mismo” al que se refiere Frankl, pues consideramos que, contrariamente a lo que él defiende, el darnos nos lleva a amarnos a nosotros mismos, a conocernos mejor y a entender más quiénes somos. Además, queremos resaltar la peligrosidad que la terapia tiene de convertirse en una forma más de narcisismo, ya que a veces al centrarnos demasiado en la patología del paciente, éste puede caer en un ensimismamiento egocéntrico.

La falta de sentido, la crisis de la interioridad, la negación del otro y las formas de malestar presentes en nuestra sociedad (depresión, divorcio, suicidio, toxicomanías, etc.), expresadas por Anatrella (1995), ponen de manifiesto la necesidad de un cambio.

Cuando el ideal del yo no se realiza, el individuo se enfrenta a un narcisismo invasor que no permite el desarrollo del espacio interior. Estas personalidades tienen a menudo mucho aplomo e influencia sobre el otro, pero son en realidad manipuladoras y peligrosas porque son incapaces de ponerse en cuestión. Su narcisismo las hace intolerantes para con la vida social, sus leyes, sus valores y las obligaciones inherentes a su existencia. Ellos apelan a la solidaridad, pero no saben unirse a las demás; reprochan la autoridad, pero son muy intransigentes con sus propios hijos; rechazan el funcionamiento jerárquico, pero cuando detentan una parcela de poder, son de una autoridad inflexible. [...] Si el ambiente actual favorece fuertemente el narcisismo, impide también, paradójicamente, un verdadero movimiento de individuación incitando a permanecer en la confusión del "Todos juntos" (Anatrella, 2008, pp. 121-122).

Por ello, frente al narcisismo imperante en nuestra sociedad, hacemos un llamamiento a la libertad de cada uno, pues, como dice Taylor (2002, p.127), "no queremos exagerar nuestro grado de libertad pero no es nulo", y es que "somos libres cuando podemos rehacer las condiciones de nuestra propia existencia, cuando podemos dominar las cosas que nos dominan" (2002, p. 128). Con esto se refiere a que podemos luchar contra lo establecido y recuperar el ideal moral de autenticidad que nos permite ser verdaderamente hombres.



## 4. Conclusiones

A partir de todo el recorrido realizado a lo largo del trabajo, hemos podido contestar a las preguntas que nos planteábamos al principio.

En primer lugar, teníamos la hipótesis de que detrás de las conductas observables en las redes sociales subyacía un narcisismo, aunque también considerábamos la posibilidad de que la causa fuese más allá de éste. En este sentido, hemos descubierto que, efectivamente, se da el narcisismo en el uso de las redes sociales, pero que se trata, sobre todo, de un narcisismo social. Igualmente, hemos expresado, junto con otros autores, que detrás de este narcisismo existe siempre un deseo infinito de ser amado. Por este motivo, se da en muchos casos una adicción a las redes sociales, se prefiere la interacción *online*, se busca la confirmación por parte de los demás con respecto a lo que se dice o se hace mediante las redes, manifestando constantemente la necesidad de ser valorado y de recibir aprobación.

Vivimos en un entorno en el que predomina el exhibicionismo *online*, que muchas veces esconde la timidez, la fobia social, la incomodidad en el encuentro cara a cara, etc. Las personas, a su vez, tienen miedo a perderse las cosas, a no estar al día, de modo que se sienten con la exigencia u obligación de estar permanentemente conectadas o actualizadas con respecto a las nuevas tecnologías. Asimismo, hemos comprobado que el problema no se halla en las redes sociales en sí, sino en el uso que se hace de ellas, hecho que debe ser educado.

Por otro lado, hemos podido ver que este narcisismo, a pesar de estar normalizado socialmente o de esconder un deseo bueno, es una patología (en griego *pathos*, que significa pasión, padecimiento), pues genera un malestar en los individuos y les aleja del bien que es el otro y la realidad.

De este modo, teniendo en cuenta que se trata de una patología social, hemos considerado que la solución se debía abarcar también desde el ámbito social, pues la terapia psicológica se mostraría insuficiente, ya que no lograría llegar a todos. Así pues, la propuesta que damos, la hacemos desde una perspectiva educativa, porque la educación está llamada a ser la clave en el desarrollo de la persona, en la conformación de su identidad y en la sociabilidad con los demás. Ésta debe ayudar a que el ser humano se conozca y ame a sí mismo y a toda la realidad que le rodea.

En definitiva, teniendo en cuenta que el narcisismo –manifestado de forma clara a través de las redes sociales– es en el fondo una falta de amor por uno mismo y que denota una dificultad para la introspección, pensamos que en ello la educación tiene una gran tarea encomendada.

## Bibliografía

- Aguilar, D. E. y Said, E. (2010). Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook, *Revista del Instituto de Estudios en Educación Universidad del Norte*, 12, pp. 190-207.
- Anatrella, T. (1995). *Contra la sociedad depresiva*. Cantabria: Editorial Sal Terrae.
- Anatrella, T. (2008). *La diferencia prohibida: sexualidad, educación y violencia. La herencia de mayo de 1968*. Madrid: Ediciones Encuentro.
- Arda, Z. (2011). Yo soy mi imagen 2.0: Las redes sociales y la identidad humana (Tesis doctoral, Universitat Jaume I, 2011).
- Arda, Z. (2014). *Condemned to the image: introverted communication online*. Congreso Internacional de la Sociedad Española de Estudios de la Comunicación Iberoamericana (SEECI). Prospectiva en Innovación y Docencia Universitaria. Universidad Complutense de Madrid (Madrid), 28-29 abril 2014, pp. 224-239.
- Asociación Psiquiátrica Americana (2014). *Breviario del DSM-5*, Madrid: Editorial Médica Panamericana.
- Lipovetsky, G. (2013). Me gusta, luego existo. Gilles Lipovetsky y el humanismo tecnológico. Entrevista hecha por Bañuelos, J., Sáenz, I. y Tenorio, K. *Visualís*, 4 (8), pp. 119-126.
- Barraycoa, J. y Martínez, J. (Eds.) (2010). *Narciso en el espejo: La despersonalización en la cultura*. Barcelona: Scire Ediciones.
- Barraycoa, J. (2010). *Dimensiones de la cultura narcisista*. En *Narciso en el espejo: La despersonalización en la cultura* (pp. 23-44). Barcelona: Scire Ediciones.
- Berlanga, I., Merino, A. y Rodríguez, A. (2014). *Redes sociales y desinhibición: el caso Facebook*. Congreso Internacional de la Sociedad Española de Estudios de la Comunicación Iberoamericana (SEECI). Prospectiva en Innovación y Docencia Universitaria. Universidad Complutense de Madrid (Madrid), 28-29 abril 2014, pp. 152-165.
- Canga, M. (2015). Introducción al fenómeno del *selfie*: valoración y perspectivas de análisis. *Fotocinema: Revista científica de cine y fotografía*, 10, pp. 383-405.
- Caro, L. (2012). Identidad mosaico: La encarnación del yo en las redes sociales digitales. *Revista TELOS (cuadernos de comunicación e innovación)*, pp. 1-8.
- Carreras, T., Forga, M., Perceval, J. M., Simelio, N. (2014). Reputación, egolatría o identidad: el espejo de Narciso en las Redes Sociales. *Universidad, investigación y periodismo digital*, pp. 161-173.
- Casasola, M. S. (2011). *Redes sociales: nuevos escenarios para la constitución de lo público y lo privado*. I Congreso Mundial de Comunicação: Sistemas de comunicação em tempo de diversidade cultural. Confederação Ibero-Americana de Associações Científicas e

- Acadêmicas da Comunicação (CONFIBERCOM). Sao Paulo (Brasil), 31 julio-4 agosto 2011, pp. 1-14.
- Castillo-Pomeda, J. M. (2015). La composición en los tiempos del "selfie". Narrar en la era digital, *Espéculo*, 54, pp.126-140.
- Coderch, J. (2003-2004). La personalidad narcisista de nuestro tiempo. *Temas de Psicoanálisis de la Sociedad Española de Psicoanálisis (SEP)*, volumen (VIII-IX), pp. 11-33.
- Cortés, J. F. y García, J. M. (1998). La medición empírica del narcisismo. *Psicothema*, 10 (3), pp. 725-735.
- Dieguez, A. (2007). *Aspectos narcisistas implicados en el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación*. XIV Jornadas de Investigación y Tercer Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur. Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires (Buenos Aires), pp. 278-279.
- Dieguez, A. (2008). *Construcción de la identidad en púberes y adolescentes a través de las TICS*. XV Jornadas de Investigación y Cuarto Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur. Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires (Buenos Aires), pp. 215-217.
- Echavarría, M. (2004). La praxis de la psicología y sus niveles epistemológicos según Santo Tomás de Aquino (Tesis doctoral, Ateneo Pontificio Regina Apostolorum, Roma, 2004). Documenta Universitaria.
- Echavarría, M. F. (2010). *El uso del concepto de narcisismo en la psicología. Breve historia y observaciones críticas*. En *Narciso en el espejo: La despersonalización en la cultura* (pp. 45-62). Barcelona: Scire Ediciones.
- Frankl, V. (1999). *La idea psicológica del hombre*. Madrid: Rialp.
- Freud, S. (1988). *Obras completas*, Vol XIV. Buenos Aires: Amorrortu.
- García del Castillo, J. A., López-Sánchez, C., Tur-Viñes, V., García del Castillo-López, A. y Ramos, I. (2014). *Las redes sociales: ¿adicción conductual o progreso tecnológico?* Congreso Internacional de la Sociedad Española de Estudios de la Comunicación Iberoamericana (SEECI). Prospectiva en Innovación y Docencia Universitaria. Universidad Complutense de Madrid (Madrid), 28-29 abril 2014, pp. 1-18.
- Giussani, L. (2008). *El sentido religioso*. Madrid: Ediciones Encuentro.
- Giones-Valls, A. y Serrat-Brustenga, M. (2010). La gestión de la identidad digital: una nueva habilidad informacional y digital. *BiD*, 24, pp. 1-15. Extraído en <http://bid.ub.edu/24/giones2.htm> [13/02/2015]
- Gutiérrez, J. (2010). Introducción del narcisismo. *Alter, revista de psicoanálisis*, Seminario impartido en la UAM en el marco del Programa de Doctorado "Fundamentos y desarrollos psicoanalíticos" desde el curso 1991-1992 y hasta el curso 2006-2007.
- Interactive Advertising Bureau (2015). *Estudio Anual de Redes Sociales*. Extraído en <http://www.iabspain.net/redes-sociales> [3/03/2015]

- Jauregui, I. (2006). La anorexia: una patología cultural e irracional de la modernidad. *Gazeta de Antropología*, 22, artículo 15.
- Kernberg, O. (2005). *Desórdenes fronterizos y narcisismo patológico*. Barcelona: Paidós.
- Laplanche, J. y Pontalis, J-B. (1996). *Diccionario de Psicoanálisis*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Leibrandt, I. (2015). Narrarse a uno mismo, auto-tematización y la cultura de la confesión. Narrar en la era digital, *Espéculo*, 54, pp. 141-154.
- Marcuschamer, E. (2008). La posmodernidad, cultura y vocación. *Medicina Universitaria*, 10 (41), pp. 248-54.
- Martín, I., Pérez, M. (2007). *Nuevas adicciones: ¿adicciones nuevas?* Guadalajara: Intermedio Ediciones.
- Martínez, J. y Orellana, J. (2010). *Celuloide Posmoderno*. Madrid: Ediciones Encuentro.
- Mavromati, F., Tsitsika, A., Tzavela, E. y la EU NET ADB Consortium (Eds.) (2012). Investigación sobre conductas adictivas a internet entre los adolescentes europeos, p.1-12. Extraído en <http://www.eunetadb.eu/es/publicaciones> [22/04/2015]
- Meneses, J. (2006). Diez años de vida (cotidiana) en la pantalla: una relectura crítica de la propuesta de Sherry Turkle. *UOC Papers*, 2, UOC. Extraído en <http://www.uoc.edu/uocpapers/2/dt/esp/meneses.pdf> [28/03/2015]
- Murcia, F. (2006). Cambios sociales y trastornos de la personalidad posmoderna. *Papeles del psicólogo*, 27(2), pp. 104-115.
- Núñez, M. (2012). Una aproximación desde la sociología fenomenológica de Alfred Shütz a las transformaciones de la experiencia de la alteridad en las sociedades contemporáneas. *Sociológica*, 27 (75), pp. 49-67.
- Ovidio, (2003), *Metamorfosis*. Traducción de Ramírez, A. y Navarro, F. Madrid: Alianza.
- Taylor, C. (2002). *La ética de la autenticidad*. Barcelona [etc.]: Paidós; Barcelona: I.C.E. de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- Serra, J. P. (2011). Reseña de Celuloide posmoderno: narcisismo y autenticidad en el cine actual, de Juan Orellana y Jorge Martínez Lucena. *Comunicación y hombre*, 7, pp. 267-269.
- Serrano-Puche, J. (2014). *¡No sin mi Smartphone! Emociones, Identidad y tecnología digital*. Congreso Internacional de la Sociedad Española de Estudios de la Comunicación Iberoamericana (SEECI). Prospectiva en Innovación y Docencia Universitaria. Universidad Complutense de Madrid (Madrid), 28-29 abril 2014, pp. 19-31.
- Stupía, C. (2014). Vaticano 2.0: Las redes sociales en la gestión del Papa Francisco, (Trabajo Final de Grado, Universidad de Palermo, 2014).
- Tarazona, R.F. (2013). Variables psicológicas asociadas al uso de Facebook: autoestima y narcisismo en universitarios, (Trabajo Final de Grado, Pontificia Universidad Católica del Perú, 2013).
- Turpo, O. (2010). Socio-dinámica de las identidades en la red. *Razón y Palabra*, 73, pp. 1-18.

## Anexos

Tabla 1. Evolución de las Redes Sociales según su uso y visitas en 2014



Fuente: IAB, Estudio Anual de Redes Sociales en 2014, 2015, España.

Tabla 2. Comparación del uso de Redes Sociales entre adolescentes y el resto de la población



Fuente: IAB, Estudio Anual de Redes Sociales en 2014, 2015, España.

Tabla 3. Riesgo y oportunidades en el uso de internet por niños y adolescentes

<b>Riesgos</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Mensajes agresivos: violencia, odios, brutalidad</li> <li>-Sexuales: pornografía, contenido sexual</li> <li>-Salud: obesidad, depresión, suicidio, autodestrucción, anorexia, adicciones</li> <li>-Valores: racismo, información sesgada</li> <li>-Comerciales: publicidad, spam, cesión de datos personales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Educativas: fuentes educativas, trabajos colaborativos</li> <li>-Participación y compromiso cívico: información global, intercambio entre grupos de interés, compromisos cívicos específicos</li> <li>-Creatividad y auto-expresión: uso de fuentes diversas, creación colectiva, generación de contenidos</li> <li>-Identidad y conexión social: expresión o identidad, redes sociales</li> </ul>

Fuente: EU Kids Online 2011, citado en Las Heras (2012, p. 2).

Tabla 4. Dimensiones del sujeto

<b>Dimensión no-virtual</b>	<b>Dimensión virtual</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Sujeto como resultado de sus experiencias, vivencias, mediaciones</li> <li>-No decide qué rasgos lo definen e identifican ante los otros</li> <li>-Es verificable</li> <li>-Para la interacción es necesario formar parte del mismo espacio social (Bourdieu, 1977)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Producto consciente de sí mismo</li> <li>-Posee control sobre los rasgos y elementos que lo definen e identifican ante los otros</li> <li>-Difícil, mas no imposible, de verificar</li> <li>-No requiere ser parte del mismo espacio social para la interacción</li> </ul>

Fuente: Aguilar y Said (2010, p.198).