

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN

ESCUELA DE PSICOLOGÍA

TRABAJO FINAL DE GRADO

“Evaluación de rasgos histriónicos a través de las redes sociales en comunicadoras, entre
20 a 45 años, período Septiembre 2021 -Enero 2022, Distrito Nacional, República
Dominicana”



INFORME FINAL PRESENTADO POR:

DANNA VASSALLO PAREDES 17-1323

GÉNESIS NICOLE GÓMEZ CALCAÑO 17-1375

Para la obtención de la Licenciatura en:

Psicología Clínica

Asesores:

Daysi Massiel Santana Meregildo

Balduino Rainiero Acosta Pérez

DISTRITO NACIONAL, REPÚBLICA DOMINICANA

Enero 2022

Tabla de Contenido

Lista de Tablas.....	4
Carta Autorización.....	7
Declaración de Autor de Obra Intelectual Original.....	8
Agradecimientos.....	10
Dedicatoria.....	12
Resumen.....	13
Abstract.....	14
Parte 1. Marco Introductorio.....	15
Introducción.....	15
1.1. Planteamiento del Problema.....	17
1.2. Preguntas de investigación.....	19
1.2.1. General.....	19
1.2.2. Específicas.....	19
1.3. Objetivos de la Investigación.....	20
1.3.1. General.....	20
1.3.2. Específicos.....	20
1.4. Justificación.....	21
Parte 2: Marco Teórico.....	22
2.1. Antecedentes.....	22
2.2. Rasgos de personalidad.....	30
2.3. Trastorno Histriónico de la personalidad.....	33

2.3.1. Definición del trastorno histriónico.....	33
2.3.2. Criterios diagnósticos del trastorno histriónico.....	34
2.3.3. Factores de riesgo.....	35
2.3.4. Epidemiología del trastorno histriónico.....	37
2.3.5. Historia del trastorno histriónico.....	38
2.3.6. Clasificación del trastorno histriónico.....	41
2.4. Instrumentos de evaluación.....	44
2.5. Tratamientos del trastorno histriónico.....	46
2.6. Psiquiatría y tratamiento farmacológico.....	49
2.7. Definición de redes sociales.....	50
2.7.1. Historia de las redes sociales.....	51
2.7.2. Redes sociales más utilizadas.....	52
2.7.3. Problemas psicológicos asociados a las redes sociales.....	53
2.8. Marco Conceptual.....	54
Parte 3. Marco Metodológico.....	56
3.1. Enfoque de la investigación.....	56
3.2. Diseño de la investigación.....	56
3.3. Tipo de investigación.....	56
3.4. Unidad de análisis.....	57
3.5. Población.....	57
3.6. Tamaño muestral	57
3.7. Criterios de inclusión.....	57
3.8. Criterios de exclusión.....	58
3.9. Fuentes primarias.....	58

3.10. Fuentes secundarias.....	58
3.11. Método de investigación.....	58
3.12. Técnicas e instrumentos.....	58
3.13. Método y técnica de análisis de los datos.....	65
3.14. Fases de la investigación.....	65
3.15. Determinación de variables.....	66
3.16. Operacionalización de variables.....	66
Parte 4: Resultados, Conclusiones y Recomendaciones.....	68
4.1. Resultados encuesta autoevaluación.....	68
4.1.1. Resultados encuesta redes sociales.....	93
4.2. Análisis de los resultados.....	105
4.3. Conclusiones.....	107
4.4. Recomendaciones.....	109
Parte 5. Referencias Bibliográficas.....	112
Parte 6. Anexos.....	122
Apéndice 1.....	123
Apéndice 2.....	133

Lista de Tabla

Tabla 1: Epidemiología.....	40
Tabla 2: Relación entre encuesta y rasgos histriónicos.....	63
Tabla 3: Relación entre uso de redes sociales y rasgos histriónicos.....	65
Tabla 4: Operacionalización de variables cuantitativas.....	66
Tabla 5: Descripción de la población.....	68
Tabla 6: En una fiesta prefiero que otros hagan los chistes o cuentos.....	69
Tabla 7: La mayor parte de la gente se alegra de verme	70
Tabla 8: Cuando alguien me habla mal suelo olvidarlo rápido	71
Tabla 9: Cuando me equivoco, me cuesta admitirlo	72
Tabla 10: Soy una persona sociable.....	73
Tabla 11: Mis sentimientos no son heridos con facilidad.....	74
Tabla 12: No me preocupa lo que otros piensen de mí.....	74
Tabla 13: Si yo fuera periodista, me gustaría escribir noticias de teatro.....	75
Tabla 14: No siempre digo la verdad.....	76
Tabla 15: Mis sentimientos son como el tiempo: siempre están cambiando.....	77
Tabla 16: Tengo habilidad para "dramatizar" las cosas.....	78
Tabla 17: No me gusta ser el centro de atención.....	78
Tabla 18: Me gusta hablar sobre temas sexuales.....	79
Tabla 19: Me ruborizo fácilmente.....	80
Tabla 20: Lloro con facilidad.....	81
Tabla 21: Me gusta vestirme para destacar entre la gente	82
Tabla 22: La mujer debe tener tanta libertad sexual como el hombre.....	82
Tabla 23: Mis luchas más difíciles son conmigo misma.....	83

Tabla 24: Me gusta coquetear.....	84
Tabla 25: Muestro mis sentimientos a todo el mundo.....	85
Tabla 26: Hace un tiempo me pongo a llorar incluso por cualquier cosa.....	85
Tabla 27: Me considero una persona muy sociable o extravertida	86
Tabla 28: No me molesta que se burlen de mí.....	87
Tabla 29: A veces creo que puedo tomar decisiones con mucha facilidad.....	87
Tabla 30: Creo que me siento más que la mayoría de las personas.....	88
Tabla 31: Dejé de hacer algo que quiero si otros creen que no debería	89
Tabla 32: Siempre quiero permanecer en segundo plano en las actividades.....	90
Tabla 33: Algunas personas piensan que soy vanidosa o egocéntrica	90
Tabla 34: Soy una persona especial que necesita atención especial.....	91
Tabla 35: Utilizo mi atractivo para conseguir la atención de los demás.....	92
Tabla 36: Resultados generales de la presencia de rasgos histriónicos.....	92
Tabla 37: ¿Qué red social usas con mayor frecuencia.....	93
Tabla 38: ¿Cuánto tiempo dura conectado a las redes sociales.....	94
Tabla 39: ¿Con qué frecuencia publicas fotos o vídeos?.....	95
Tabla 40: Cuando tienes una experiencia, prefieres expresarlo:	95
Tabla 41: ¿Cuántos likes o visualizaciones suelen tener sus publicaciones?.....	96
Tabla 42: ¿De qué se tratan sus publicaciones regularmente?.....	97
Tabla 43: ¿Cuántos comentarios suelen tener sus publicaciones?.....	97
Tabla 44: ¿Qué es más importante para ti?.....	98
Tabla 45: ¿Es importante para ti la cantidad de seguidores en tus redes?.....	99
Tabla 46: ¿Cuáles son las horas de mayor actividad en las redes sociales?.....	99
Tabla 47: ¿Utilizas las redes sociales para vender tu imagen personal?.....	100
Tabla 48: ¿Cambio de humor si realizan un comentario que me agrada?.....	101

Tabla 49: ¿Qué tipo de comentarios prefieres en tus publicaciones?	101
Tabla 50: ¿Buscas llamar la atención de tus seguidores en tus publicaciones?.....	102
Tabla 51: ¿Cuándo te sientes triste subes contenido para elevar el ánimo?.....	103
Tabla 52: Resultados relación entre redes sociales y rasgos histriónico.....	103
Tabla 53: Edad.....	104



Señores : Escuela de Psicología
Asunto : Trabajo de Investigación
Fecha : Enero 25, 2022

Por medio de la presente hacemos entrega formal del trabajo de investigación realizado por los (las) estudiantes de Psicología Clínica:

<u>Nombre</u>	<u>Matricula</u>
Danna Vassallo Paredes	17-1523
Génesis Gómez Calcaño	17-1375

El estudio lleva por título: Evaluación de rasgos histriónicos a través de las redes sociales en comunicadoras, entre 20 a 45 años, período Septiembre 2021 -Enero 2022, Distrito Nacional, República Dominicana.

Así mismo queremos certificar que los (las) estudiantes agotaron el proceso de acompañamiento requerido para presentar defensa del trabajo realizado, por lo cual autorizamos la entrega del mismo a los jurados para su conocimiento y revisión, así como la asignación de la fecha, hora y lugar de la presentación y sustentación de este estudio.

Cordialmente

Lic. Daysi Massiel Santana Meregildo
Asesora de contenido

Lic. Balduino Rainero Acosta
Asesor Metodológico

cc.: Tesis de Grado

Declaración de Autor de Obra Intelectual Original

Declaración de Autor de Obra Intelectual Original para la presentación de **Tesis de Grado o Informe Final de Programa de Curso Modular**, de Acuerdo a Disposiciones Vigentes de la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña.

Nombres de los estudiantes con cédula de identidad y registro electoral

Danna Vassallo Paredes 402-3349061-0 , Génesis Gómez 402-0071199-8

Declaramos: Ser las autoras de la tesis que lleva por título “Manifestaciones de rasgos histriónicos a través de las redes sociales en comunicadoras sociales de 20 a 45 años, periodo Septiembre 2021 -Enero 2022, Distrito Nacional, República Dominicana” Asesorada por Balduino Acosta y Daysi acosta quienes, presentó a la coordinación de metodología e investigación de la Escuela de Psicología, para que sea defendida y evaluada en sesión pública.

Que la tesis es una obra original. Además, puede ser libremente consultable.

Que me consta que una vez la tesis haya sido defendida y aprobada, su divulgación se realizará bajo licencia de la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña.

Que el contenido de la tesis y su publicación no infringe derechos de propiedad intelectual, industrial, secreto comercial o cualquier otro derecho de terceros, por lo que exoneró a la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña, de cualquier obligación o responsabilidad ante cualquier acción legal que se pueda suscitar derivada de la obra o de su publicación.’

Estos datos no vulneran derechos de terceros y por lo tanto asumo cualquier responsabilidad que se pueda derivar de las mismas y de su publicación, como constancia,

firmo el presente documento.

Santo Domingo, DN, República Dominicana, el día, 25 del mes de del año 2022

Firma Estudiante Danna Vassallo

Firma Estudiante Génesis Gómez

Agradecimientos:

Danna Vassallo:

A Dios quien me ha proporcionado la perseverancia para conseguir lo que me propongo y la valentía para afrontar cada adversidad.

A mis padres y hermano que siempre han estado a mi lado apoyándome en cada paso que doy, gracias a ellos puedo contar con mi licenciatura por su apoyo y amor incondicional.

A mi compañera Génesis Gómez por ser mi soporte en este proceso universitario ,por apoyarme y ser luz en momentos difíciles.

A mis compañeras de estudio que siempre estuvieron para mi en el proceso universitario y fueron fuente de inspiración para mi.

A mis amigos por ser mis cómplices y empuje para lograr esta meta.

A mis profesores y Asesores que pudieron transmitir sus conocimientos de manera eficaz en cada una de las asignaturas cursadas , gracias por brindar lo mejor de cada uno y sembrar cada día esperanza en mi y mayor amor por mi carrera. Especialmente agradezco a Pat Olga Galan , Nicole Troncoso , Dulvis Mejia, Balduino Acosta y Daysi Santana.

A la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña (UNPHU) por brindarme los recursos necesarios para poder transcurrir en mi carrera y por permitirme desarrollar las habilidades aprendidas.

Génesis Gómez:

A Dios por ser mi guía, darme sustento y persistencia para no rendirme en el proceso que fue poder llegar a esta meta.

A mis padres quienes han estado ahí dándome su apoyo incondicional en cada paso de mi vida y los que siempre quiero mantener orgullosos de mi.

A mis hermanos quienes también han sido parte del largo camino, presentándose para mis momentos de necesidad y amándome a sus diferentes formas.

A mi novio, por siempre alentarme, subirme los ánimos y creer en mí.

A mi compañera Danna Vassallo la cual elegí y no cabe duda de que fue la mejor decisión, ella es especial, trabajadora y más que todo una amiga.

A mis compañeras de clase por ser un apoyo, cómplices y un alivio en momentos de desesperación.

A mis profesores y asesores Balduino Acosta y Daysi Santana por ser fuente de conocimiento, con amor, dedicación y paciencia. Por no rendirse con nosotros y motivarnos a ser mejores profesionales cada día. Respondiendo nuestras cuestiones y estando pendientes de nuestro proceso al necesitarlos.

A la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña, por ser mi alma mater y mi segunda casa por 4 años.

Dedicatoria:

Danna Vassallo:

Esta tesis se la dedico especialmente a mis padres que siempre han sido el motor y la fuerza para mi , con su ejemplo me han ayudado a comprender la importancia del esfuerzo. Por otra parte, se la dedico a mis abuelas que también han sido un soporte fundamental de enseñanza y valores.

Se la dedico a cada persona que fue partícipe de mi proceso universitario y que de alguna manera u otra apoyó mi crecimiento profesional y personal.

Génesis Gómez:

Esta tesis se la dedico a mi abuela **Maria Altagracia Garcia** la cual ya no se encuentra físicamente pero sí siempre en mi corazón y mis pensamientos. Ella fue la mujer más fuerte, inspiradora y de alma pura que conocí en mi vida, te amo abuela.

A mis padres, que me dieron la vida y me han guiado por el camino del bien, dándome sustento más que económico, emocional, apoyándome a cumplir todos mis sueños y siempre pendientes de mis progresos.

A todos los que fueron partícipes de este camino, y han estado interesados en mi futuro profesional.

Resumen

La presente investigación es no experimental, cuyo objetivo principal fue analizar las manifestaciones de rasgos histriónicos a través de las redes sociales en comunicadoras de 20 a 45 años residentes en el Distrito Nacional, se utilizó en la investigación el criterio de deducción para el análisis de los datos encontrados, la presente se llevó a cabo con una muestra de 20 comunicadoras dominicanas seleccionadas al azar a las cuales se les suministró dos encuestas, la primera de autoevaluación para determinar la existencia de los rasgos histriónicos de la personalidad y la segunda para evaluar el uso de las redes sociales y su relación con los rasgos.

El enfoque de la investigación presente fue cuantitativo y de tipo descriptivo, debido a que se estaba buscando la correlación de dos variables específicas, en cuanto a las bases científicas de esta se fundamentan en estudios nacionales e internacionales que sirvieran de sustento a la investigación.

Los resultados según los objetivos de investigación arrojaron que existe un 65 por ciento de comunicadoras que tienen tendencia histriónica la cual se ve reflejada en cómo utilizan su imagen en las redes sociales. Se pudo determinar cuáles son los rasgos histriónicos con mayor prevalencia son la búsqueda de atención, labilidad emocional y dramatización por otra parte en el contenido de las redes sociales se evidencia más el rasgo de comportamiento seductor.

Palabras clave: Rasgos, Histrionismo, Personalidad, Redes sociales, Uso.

Abstract

The present investigation is non-experimental, whose main objective was to analyze the manifestations of histrionic traits through social networks in communicators from 20 to 45 years of age residing in the National District, the deduction criterion was used in the investigation for the analysis of the data found, this was carried out with a sample of 20 randomly selected Dominican communicators who were given two surveys, the first self-assessment to determine the existence of histrionic personality traits and the second to evaluate the use of social networks and their relationship with traits.

The focus of the present investigation was qualitative and descriptive, due to the fact that the correlation of two specific variables was being sought, in terms of the scientific bases of this, they are based on national and international studies that served as support for the investigation.

The results according to the research objectives showed that there is a 65 percent of communicators who have a histrionic tendency which is reflected in how they use their image in social networks. It was possible to determine which are the most prevalent histrionic traits: seeking attention, emotional lability and dramatization, on the other hand, in the content of social networks, the trait of seductive behavior is more evident.

Key words: Traits, Histrionics, Personality, Social networks, Use.

Parte 1: Marco Introductorio

Introducción

El trastorno histriónico de la personalidad forma parte del grupo B en la clasificación de los trastornos de personalidad según el DSMV (5.^a ed.; DSM-5; Asociación Estadounidense de Psiquiatría APA, 2013), los cuales son designados como los “dramáticos y teatrales”. Para aquellos con este trastorno el mundo es un escenario donde actúan y sienten la necesidad de ser aclamados por esto. Cada trastorno de personalidad consta con sus rasgos que los caracterizan por lo que se ha observado un cierto patrón en el contenido de las redes sociales de las comunicadoras dominicanas que se relaciona a los rasgos distintivos de este trastorno.

El 67.4% de los hogares dominicanos utiliza el castigo físico o psicológico para disciplinar a sus hijos según la UNICEF (2013), sin distinción en el nivel económico, según la encuesta ENHOGAR-MICS (2014) el 63.50% de los niños más pobres y el 62.70% de los más ricos han experimentado métodos violentos de disciplina. La pobreza, la violencia intrafamiliar, el machismo, la discriminación, y los déficits en educación, en salud sexual y reproductiva, son variables características en el desarrollo de la infancia en la república dominicana (Bermón y Bernad 2017) lo cual se tomó en cuenta como factores de riesgos posiblemente afectaron a la población a estudiar.

En la presente investigación se buscó identificar cuáles son los rasgos histriónicos más predominantes en comunicadoras dominicanas con edades entre 20 - 45 años residentes en el Santo Domingo, Distrito Nacional de la República Dominicana y cuál relación existe con el uso de las redes sociales. Esto a través de las informaciones expuestas en el marco teórico y la aplicación de encuestas de medición.

Se exploró también el origen de las redes sociales, cuáles son las más usadas, sus diferentes características y problemáticas causadas por el uso de las misma, partiendo de esto se pudo concretar la relación entre las variables estudiadas para poder dar respuesta a la problemática inicial de la investigación. Luego de definir la población se tomó una muestra representativa de la misma, de 20 comunicadoras dominicanas, para poder realizar un análisis completo de los datos obtenidos, y así poder llegar a las conclusiones de lugar a través de un estudio de carácter descriptivo y cualitativo.

Considerando, la poca prevalencia evidenciada en la búsqueda de información acerca del trastorno histriónico, los factores de riesgos marcados por violencia en la niñez dominicana, la influencia que tienen las redes sociales en conjunto a la cantidad de espectadores que siguen a las comunicadoras en estas plataformas, a continuación se estarán correlacionando estas variables para confirmar o no la presencia, el peso que pueden tener los rasgos histriónicos y como se evidencian en el contenido expuesto por esta población.

Capítulo 1. Presentación del problema

1.1. Planteamiento del problema

Las comunicadoras son las que de una forma u otra contribuyen a la imagen social a través de los medios, llevando mensajes tanto orales como visuales que pueden influir día a día a los espectadores, e incluso de manera indirecta pueden llegar a afectar la manera en cómo nuestra sociedad en crecimiento visualice el mundo y la percepción que pueda llegar a tener del mismo. (Carpizo, 1999)

El foco de investigación es la presencia de rasgos histriónicos de la personalidad en las comunicadoras dominicanas, por el hecho de que esto puede ocasionar una aceptación de los rasgos e incluso llegar a normalizarlos. Esto impactaría de manera negativa a la sociedad, debido a que la misma estaría con una percepción distorsionada de la imagen de la mujer, y de cómo estas deben relacionarse con su entorno social. Por otro lado, se considera que las comunicadoras actuales son iconos a seguir que repercute con más peso en la juventud, se busca comprobar si estos rasgos se presentan en la generación actual de jóvenes comunicadoras o si podría la edad no influir en la manifestación de estos rasgos.

Las redes sociales han creado un impacto significativo en nuestra sociedad, y dependiendo el uso que se le den a las mismas pueden llegar a ser un factor de riesgo o no para generaciones futuras en la sociedad (UNAD, 2018), es por esto que se debe colocar una minuciosa atención a cómo estas van repercutiendo en la población y cuáles son los factores de riesgo que pueden advertir a los profesionales de la salud para una detección e intervención temprana.

La principal inquietud sobre el comportamiento histriónico en las redes sociales es que se ha aumentado su uso, esto se puede visualizar en publicaciones que podrían mostrar la presencia de dichos rasgos y a raíz de esto surge el segundo objetivo, para analizar si realmente estos se manifiestan en los contenidos digitales de las comunicadoras residentes en el Distrito Nacional debido que estos mismos contenidos son los que llegan a la población dominicana.

Se propuso como una hipótesis de investigación que las comunicadoras de televisión dominicana con edades entre 20- 45 años tienden a exponer rasgos histriónicos a través de su imagen mediante sus redes sociales. Por otra parte, se piensa que buscan llamar la atención de su público a través de sus vestimentas y publicaciones llamativas. Una de las razones subyacentes de este comportamiento podría ser alguna carencia afectiva o falta de atención parental en la niñez que no recibieron en sus hogares, lo que forma parte de la etiología del trastorno previamente mencionado, como indica el DSMV (5.^a ed.; DSM-5; Asociación Estadounidense de Psiquiatría APA, 2013).

También es tomada en cuenta la dinámica que ejercen las redes sociales y las implicaciones de trabajar en los diferentes medios de comunicación, especialmente en las mujeres, donde es requerida la buena presencia física, la conexión que deben establecer estas figuras para llamar la atención de la audiencia, subir los ratings de los programas y ganar seguidores para ampliar la popularidad de los mismos. Esto a través de imágenes sexualizadas de la mujer donde se muestran más interesadas por el aspecto físico que por lo intelectual (Menéndez 2001).

Sin embargo, es necesario esclarecer si las formas en que se comportan estas comunicadoras para la obtención de estos factores es solo parte de la dinámica de este gremio o si verdaderamente existe una implicación psicológica a tener pendiente.

Aunque la presente investigación no busca diagnosticar el trastorno de personalidad histriónico, es importante tener en cuenta los resultados obtenidos en el estudio para tomarlos como parámetro de cuáles son los factores y características presentes en la población estudiada y cómo pueden interferir en el desarrollo de conductas sanas, así mismo, partiendo de lo investigado se puede tomar acción de las conductas histriónicas que pueden repercutir en lo adelante.

Ante la situación anteriormente planteada, se hizo necesario realizar un estudio que analice las manifestaciones de rasgos histriónicos a través de las redes sociales en las comunicadoras de 20 a 45 años, en el Distrito Nacional, República Dominicana.

1.2. Preguntas de investigación

1.2.1. General:

1. ¿Cuáles son los rasgos históricos presentes en comunicadoras entre 20- 45 años en el Distrito Nacional, Santo Domingo, República Dominicana durante el periodo Septiembre 2021 -Enero 2022 y cómo influyen las redes sociales en estos rasgos?

1.2.2 Específicas:

1. ¿Cuáles rasgos histriónicos se presentan e inciden en comunicadoras entre 20-45 años en Santo Domingo, Distrito Nacional, República Dominicana durante el periodo Septiembre 2021-Enero 2022?

2. ¿Qué tipo de contenido en redes sociales exponen las comunicadoras entre los 20- 45 años que se relaciona directamente con los rasgos histriónicos de la personalidad en Santo Domingo, Distrito Nacional, República Dominicana durante el período Septiembre 2021 - Enero 2022 ?

3. ¿En qué promedio de edad entre 20 -45 años predominan los rasgos histriónicos de las comunicadoras en Santo Domingo, Distrito Nacional, República Dominicana durante en el período Septiembre 2021 -Enero 2022 ?

1.3. Objetivos

1.3.1 General

Evaluar la presencia de rasgos histriónicos a través de las redes sociales en comunicadoras de 20 a 45 años, en Santo Domingo, Distrito Nacional, República Dominicana período, Septiembre 2021 –Enero 2022.

1.3.2 Específicos

Determinar los rasgos histriónicos que se presentan y cuales de estos inciden en comunicadoras de 20-45 años de edad en el Distrito Nacional, Santo Domingo, República Dominicana en el período Septiembre 2021 -Enero 2022.

Clasificar el tipo de contenido expuesto en las redes sociales según su relación directa con los rasgos histriónicos de las comunicadoras con edades entre 20 -45 años en el Distrito Nacional, Santo Domingo, República Dominicana en el período Septiembre 2021 -Enero 2022.

Identificar el promedio de edad entre 20- 45 años en lo que más frecuentan los rasgos histriónicos en las comunicadoras en el Distrito Nacional, Santo Domingo, República Dominicana en el período Septiembre 2021 -Enero 2022.

1.4. Justificación

A través de los objetivos se buscó comprobar la presencia de rasgos histriónicos en comunicadoras dominicanas relacionado al contenido expuesto en sus redes sociales, debido a que se ha notado cierto patrón repetitivo en el tipo de publicaciones y formas de interactuar con el público que podría indicar una relación con las principales características del trastorno histriónico de la personalidad.

La investigación es inédita porque a raíz de la búsqueda de antecedentes actuales sobre el tema, se ha hecho evidente la precaria información nacional acerca de los rasgos de personalidad estudiados en la presente investigación y el estudio de los trastornos de personalidad en general, específicamente del trastorno histriónico.

Se considera pertinente debido a que además de hacer un aporte significativo a la información psicológica actual de las variables que componen el tema de investigación, considerando la relevancia de estos medios y la influencia en la sociedad dominicana de estas figuras públicas, se analizaron si existen conductas desviadas relacionadas al trastorno histriónico que se puedan estar normalizando a través de sus contenidos en las redes sociales.

Se encuentra dentro de lo factible, ya que se dispuso de los recursos tanto tecnológicos como económicos puesto que no fueron elevados, necesarios para el desarrollo de la investigación. También se dispuso de una correcta información, así como una guía de

conocimientos para la obtención y procesamiento de los datos requeridos para corroborar todo de forma científica y ética.

Parte 2: Marco Teórico

En el presente capítulo se desarrollaron los que son los apartados teóricos, investigaciones científicas, conceptos, y artículos que sustentan las variables de investigación. Se presenta lo que son los antecedentes históricos, conceptos y aspectos generales de los rasgos histriónicos y las redes sociales.

Capítulo 2: Marco Teórico

2.1. Antecedentes

Acosta y Ortiz (2017), realizaron una indagación en la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña con la finalidad de calibrar cuál es la repercusión que tienen las redes sociales en la autoestima de los jóvenes residentes en el territorio nacional y con rangos de edades entre 18-25 años, y ver como el uso de las redes sociales se relacionaban con la idea de estas jóvenes.

Se llegó a deducir mediante una interpretación transversal donde se midieron las distintas variables de sondeo para permitir evaluar cada uno de los objetivos específicos de la pesquisa y para identificar cada uno de los factores que fluctuaban entre la autoestima y el uso de las redes sociales. Recopilaron a 100 estudiantes de forma aleatoria que estuvieran inscritos en la fase mayo - agosto en la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña, interiormente de esta población el porcentaje con menor perduración fue el de 25 años, a estos estudiantes se les aplicó para contar las variables una encuesta sobre el uso de las redes sociales y por otra parte la escala de autoestima Rosenberg.

A partir del empeño de las nociones de la investigación, pudieron enseñar que de los encuestados el 26 por ciento utiliza Facebook, el 18 por ciento utiliza Snapchat, mientras

que el 56 por ciento el Instagram, siendo esta red social la más utilizada por el grupo. Igualmente evaluaron el lapso de uso de las redes sociales y los resultados arrojaron que del ribete el 37 por ciento de la población utiliza entre 1-3 horas y entre 3-6 horas, entretanto que el 26 por ciento le dedica 6 horas o más a las redes sociales.

En este mismo documento, se indago el tipo de contenido que subía la población, y obtuvieron como resultado que el mayor número de población con un 64 por ciento publicaba fotos o videos mensualmente, el 20 por ciento de 3-5 días, el 7 por ciento interdiario mientras que el 9 por ciento lo hacía todos los días. Uno de sus objetivos en esta investigación era calcular la perspectiva que tenía la manifestación anta las redes sociales, la encuesta arrojó que el 47 por ciento de los encuestados le gustaría activo más de 100 likes o visualizaciones en sus publicaciones, el 26 por ciento entre 50-100, el 14 por ciento entre 25-50 y el 13 por ciento entre 10-25.

En cuanto al instrumento para valorar la autoestima, se demostró que según los resultados obtenidos el 37 por ciento permanece conectado en las redes de 1-3 horas, y de estos, el 33 por ciento presenta autoestima elevada y el 4 por ciento autoestima saludable. Por otro puesto, algo que es necesario resaltar de la investigación es que, en los resultados de la escala de autoestima, la totalidad presentaron una dependencia de autoestima elevada con un 82 por ciento la cual está relacionada a la autoestima de entrada negativa, refiriéndose a las personas que se sienten superiores a los demás, comprobando que los estereotipos y el uso de las redes sociales influyen significativamente en la figura que demuestran las personas de sí mismos. (Acosta y Ortiz 2017)

Guzmán (2018) realizó un estudio para deliberar las comorbilidades presentes en una unidad psiquiátrica, esta investigación fue mediante el razonamiento observacional,

gráfico y transversal para confirmar cuales comorbilidades psiquiátricas se encuentran en el hospital Hospital General Dr. Vinicio Calventi desde abril 2016 - abril 2018.

Los individuos a estudiar en esta encuesta fueron tomados de los expedientes ingresados en el UCI, el sanatorio con comorbilidad psiquiátrica, para exponer la investigación, en la cual se desarrolló un recetario que evidenciará, las variables sociodemográficas, factores de vehemencia de estos pacientes y donde se determinará el diagnóstico predominante y secundaria.

En consecuencia, de esta indagación se demostró que de 518 pacientes ingresados al mecanismo de intervención de Crisis de Salud Mental, un 23.0 por ciento presentaron comorbilidades psiquiátricas, esto es una número amenazador, debido a que en nuestro país no se toma en cuenta con importancia los casos psiquiátricos. Por otro lado, en la misma investigación Guzmán (2018), encontró que de los pacientes de sexo femenino, el 21.7 por ciento tenían de 16-25 años; los pacientes que correspondieron al sexo masculino, el 33.3 por ciento tenían de 16-25 años , siendo los porcentajes más altos encontrados en los jóvenes.

Se arrojaron los siguientes resultados para las comorbilidades de los trastornos estudiados en la investigación, que el 28.0 por ciento de los pacientes presentaron como diagnóstico trastorno psicótico inducido por sustancia, el 27 por ciento trastorno depresivo mayor, el 17.0 por ciento trastorno bipolar tipo 1, el 8 por ciento bipolar inducido por enfermedad médica, el 4 por ciento depresivo no especificado, trastorno psicótico a raíz enfermedad médica y episodios suicida. El 3 por ciento esquizofrenia y trastorno bipolar inducido por sustancia, el 1 por ciento trastornos de la personalidad límite, depresivo inducido por sustancia, bipolar no especificado y trastorno psicótico leve.

Por otra parte, el 57.0 por ciento de las pacientes presentaron como comorbilidades intento suicida, el 39 por ciento exceso de sustancias y el 4 por ciento adicción alcohólica, también la investigación arrojó que el 25 por ciento de los pacientes presentaron antecedentes de trastornos mentales, trastorno de estado de ánimo, el 5 por ciento discapacidad intelectual, el 3 por ciento esquizofrenia, el 2 por ciento trastorno de la personalidad. Aunque en la investigación se verifica que la comorbilidad más baja es la de los trastornos de personalidad, es un punto que se debe tomar en cuenta para investigaciones futuras que ayuden a determinar e indagar más sobre los trastornos de personalidad, que proporcionen una orientación profunda y clara a la población.

Orozco y Granizo (2013) realizaron la investigación: Los rasgos de la personalidad histriónica y su influencia en las conductas de los estudiantes de primer año de bachillerato de la unidad educativa universitaria Milton Reyes, este estudio llevó a varias conclusiones:

En esta encuesta se tomaron 14 estudiantes que presentaron los rasgos como indicio para la habilidad de evaluar el apoyo y prevalencia de los rasgos histriónicos en adolescentes, se les pasó la Escala Autorretrato de la Personalidad (APF). Esta evalúa trece tipos de rasgos, por otro lado, crearon una encuesta para validar la presencia de los rasgos histriónicos de la personalidad y por último crearon una encuesta para medir la influencia de estos.

Esta investigación dio a conocer como resultado que el 15 por ciento de la muestra prevalece el rasgo de la teatralidad, lo que según el estudio, fue el porcentaje mayor que se ve reflejado como el rasgo de histrionismo en la personalidad. Por otro lado la investigación demostró que de esa muestra el 76 por ciento de la misma muestra labilidad emocional, es decir que se encuentran envueltos en el globo de las emociones, mientras que

el 14 por ciento, demostró lo contrario, esto es otro medidor para clasificar los rasgos de la personalidad histriónica.

Otro aspecto predominante en esta investigación que se denominó como riesgo o (rica invención) se visualizó que 57 por ciento de la muestra lo expresaba, esto lo definieron como el rasgo donde predomina el capricho, la efusividad, todavía lo catalogaron como una modo de entretenimiento de la ingenuidad y génesis de una ilusión paralela. En esta indagación se presentó el rasgo de la emergencia de ser vistos con un 50 por ciento, sabiendo que se considera uno de los rasgos predominantes del trastorno de personalidad histriónica.

El mismo estudio reveló que el 64 por ciento de la población estudiada precisa de elogios y aplausos en su dinámica de vida, para sentirse valiosos por los demás, mientras que el resto de la población respondió que no necesitan de ello. Otra característica sobresaliente en el estudio con un 71 por ciento de aparición es el rasgo que las investigadoras nombraron como buen aspecto, o preocupación por las apariencias personales, según indican las investigadoras. (Orozco y Granizo 2013)

Esto concuerda con la idea en el trastorno de personalidad histriónica de que este es uno de los rasgos más relevantes ya que las personas que lo padecen tiene una preocupación excesiva de cómo se ven según el DSMV (5.ª ed.; DSM-5; Asociación Estadounidense de Psiquiatría APA, 2013), tratan de usar prendas predominantes y llamativas, que va muy de la mano con otro rasgos del mismo trastorno. Una de las preguntas en la encuesta fue la siguiente: ¿Conoce usted que son rasgos de personalidad histriónica?, de esta pregunta el 100 por ciento de las encuestadas contestó que no en la

investigación, lo que es un dato alarmante, ya que la población no está siendo orientada en cuestión de salud mental y equilibrio emocional.

En esta investigación se pudo evaluar cuáles son los rasgos de personalidad más predominantes y las características principales de los mismo encontradas en el estudio, esto deja en afirmación que una gran parte de la población tiene una tendencia a presentar rasgos histriónicos y que la misma no está orientada en qué son cómo poder sobrellevar los rasgos presentes por falta de información.

Lupano y Castro (2021), llevaron a cabo una investigación para indagar perfiles de usuarios online donde se pudiera identificar conductas desadaptativas, con el objetivo de evaluar la relación del uso de redes sociales, el motivo de uso y como esto aumenta las conductas problemáticas. Para llevar a cabo el estudio se tomó una muestra de 421 hombres y 437 mujeres, que tenían en promedio 39.16 años, para poder obtener los datos, se aplicaron varias escalas como el inventario para personalidad DSM5, escalas de estrés y depresión y por último para realizar su correlación se realizó un índice de conductas disruptivas online y cuál era la razón del uso de ellas.

La escala que se utilizó en este estudio fue en formato likert donde la muestra tenía que elegir entre opciones: totalmente de acuerdo, de acuerdo, etc., así los entrevistados tenían según las preguntas la manera de contestar lo más cercano a su realidad. En el mismo se tomó como base para evaluar de igual manera la personalidad, el DSMV, Dark Triad Scale (DTS) Jones y Paulhus (2014), Big Five Inventory (BFI) John et al., (1999), esto sirvió para poder cubrir todos los aspectos de la investigación.

Los resultados más relevantes fueron, que las personas que mostraron alto porcentaje de conductas disruptivas presentaron una baja capacidad empática en las

relaciones interpersonales, dejando demostrado que presentan rasgos de ensimismo y una baja capacidad de control de impulsos, lo cual es uno de los factores más relevante en investigación de los rasgos histriónicos. Por otra parte, se trató de correlacionar las variables estudiadas con las riquezas psicológicas percibidas, donde el resultado más alarmante fue el estrés percibido por los participantes (Lupano y Castro 2021).

Alvarez y Jovany (2014), en la universidad Simón Bolívar en Colombia, realizaron una investigación sobre cómo encuadrar las creencias del menosprecio del trastorno histriónico. En este estudio se buscó una muestra de 60 pacientes diagnosticados con trastorno histriónico de la personalidad, de los cuales se clasificaron en dos grupos, el grupo principal diagnosticado y el otro grupo de prueba.

Se basaron principalmente en las creencias irracionales del estereotipo clínico del A-B-C de Ellis 1991. Las creencias irracionales provienen de suposiciones no confirmadas (Dryden, 2009) citado por (Ramírez 2013), en base a esto se decidió que una de las formas para entrar a la investigación, fue pasar a su muestra entrevistas individuales estructuradas con el autoinforme de creencias, conceptos y títulos irracionales del trastorno histriónico.

En este estudio se seleccionaron los pacientes de forma voluntaria que fueron tratados en algún momento en una clínica de salud mental de la ciudad de Colombia, se tomó como base los criterios diagnósticos del DSM-IV, y también se tomó en cuenta las puntuaciones de los pacientes en el Inventario Multiaxial de Personalidad MCMIII. Los participantes de esta investigación eran tanto del sexo femenino como masculino, donde se clasificó la muestra de manera equitativa, siendo cada género 50/50, con edades entre 26 y 33 años, se tomaron 30 participantes con diagnóstico del trastorno histriónico de la personalidad.

El grupo control fue formado también por 30 participantes (15 mujeres y 15 hombres) contando con las mismas características, poniendo de lado la condición de trastorno histriónico de la personalidad. Se llevaron a cabo bajo dos etapas, donde la primera se ponía en conocimiento al paciente del alcance y el objetivo del estudio, para poder obtener el consentimiento del paciente, en la misma etapa se aplicó la SCID II (Entrevista clínica estructurada para los trastornos de la personalidad del eje II del DSM-IV).

En la siguiente etapa de la investigación se aplicó el Inventario Multiaxial de Personalidad MCMI-III, luego se tomó una sección individual con los pacientes seleccionados en el estudio para poder así aplicar el cuestionario psicológico evocativo de creencias, conceptos y valores irracionales.

La investigación arrojó como resultado que los pacientes con trastornos histriónicos de la personalidad están en la capacidad de reconocer sus ideas irracionales provenientes del mismo trastorno, es decir que se visualizan con las creencias, conceptos y valores que arroja el trastorno mientras que los participantes del grupo de los controles (basado en la investigación son personas no estaban diagnosticadas con el trastorno histriónico) no lo hacen (Alvarez y Jovany 2014).

Se pudieron identificar creencias representativas en la investigación como: “Deslumbramiento” exploración de las ideas, el desacuerdo, mostrarse importante y diferente, resaltar en algo. Donde remotamente surgen creencias tales como: Debo ser envidioso, aterrorizar, sobresalir entre los demás; las personas valiosas y destacadas son estimulantes. El valor de la “saliencia” lo definen como apañarse a obtener lo convencional.

Se asocia con urgencia de encuentro y con creencias como “uno no puede pasar desapercibido o ser ignorado por los demás”. (Alvarez y Jovany 2014)

El valor de la singularidad se encuentra alto en la investigación, y por su causa, el sujeto busca la diferenciación en lo que hace, lo cual está profundamente basado en el enjuiciamiento de que “no se puede ser alguien de la multitud”. Este valor es similar al de la superioridad y al de búsqueda de visibilidad, que soportan el proceso de “me frustra no recibir la atención de los demás”. Finalmente, se observa una fuerte valoración de la espontaneidad según los resultados de la investigación, que es confirmada en la creencia de: “Sigo mis intuiciones, valen más que la razón”. (Alvarez y Jovany 2014).

2.2. Rasgos de personalidad

Para el psicólogo estadounidense Gordon Allport (1937) , los rasgos son la unidad primaria de la personalidad . Defiende que los rasgos son esencialmente únicos de cada persona, por otra parte, define la personalidad es la integración de un conjunto de rasgos únicos, que nos distinguen de los demás, organizados en un sistema de respuestas que, de manera inevitable, intentamos explotar para replicar a todas las situaciones de una misma manera.

Cuando esta estructura no funciona de forma correcta, es decir, cuando el individuo tiene conflictos internos de bienestar significativos en las áreas de conexión internas y cómo las mismas se expresan de manera externa. Según el DSM-5 (2013, p. 359) comportamientos que se desvían notablemente de las expectativas de la cultura de este, entonces según los rasgos predominantes, se puede considerar un trastorno de personalidad.

Algunos autores (Perry y Vaillant, 1980) harían hincapié en que es ciertamente en las situaciones sociales en las que esta patología inevitablemente se manifiesta en las

personas. También señaló la ingenuidad de un círculo repetitivo de conductas entre estas penalidades interpersonales y los problemas de acostumbamiento social.

Livesley (2001) distingue la diferencia entre rasgo y trastorno, señalando que un trayecto divergente no necesariamente representa una patología, mientras que un conjunto de rasgos desadaptados e interfiriendo con el buen funcionamiento y fructificación de la persona puede caracterizar un daño. Podemos expresar que una personalidad es ascendiente o no patológica cuando es experto en decretar relaciones sanas y adaptables. Es inculcado de manera constante hacia sí mismo y a su conducta de que su vía es caracterizada por patrones beneficiosos.

Según el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (5.^a ed.; DSM-5; Asociación Estadounidense de Psiquiatría APA, 2013) se pueden dividir en tres grupos según las similitudes clínicas: grupo A (paranoide, esquizoide y esquizotípico), grupo B (antisocial, límite, histriónico y narcisista), y el grupo C (evitativo, dependiente y obsesivo compulsivo).

Grupo A:

Paranoide: Este se caracteriza por una excesiva sospecha acerca de cualquier excitación extranjera basado en un desasosiego injustificable de que los demás buscan dañarlos, incluyendo personas cercanas como familiares y parejas. Se puede comprobar una constante actitud defensiva y altos niveles de impresionabilidad. Además de una enemistad persistente hacia cualquier cosa que considere como una amenaza cerca de su persona.

Esquizoide: Falta de afán persistente por resolver vínculos en compromiso interpersonales incluyendo los familiares. Son personas desapegadas con desasosiego para expresar

sentimientos y emociones. Estas no disfrutan de actividades, placeres sexuales, así como asimismo restan altura a los elogios y las críticas.

Esquizotípico: En este trastorno se pueden enfatizar lo que son distorsiones cognitivas, son considerados como “raros” por sus ideas y pensamientos excéntricos, normalmente relacionados a creencias extrañas y con desatiendo de coherencia. Este deterioro constituye una etapa de psicosis necesaria a las percepciones inusuales que presentan.

Grupo B:

Antisocial: Este se define por la carencia de remordimientos y escasez de empatía al cometer praxis delictivas. Recurren a las infracciones de los derechos, comportamientos manipulativos y engaños para la ganancia personal, igualmente de que son en gran medida sensibles a la excitabilidad.

Límite o limítrofe: Este se caracteriza por la necesidad desmedida de escapar de la despreocupación, descontrol emocional, inestabilidad en áreas importantes como las relaciones interpersonales y sus identidades, buscan pared en actividades autolesivas y una de las características más relevantes es el impacto persistente de vacío.

Histriónico: Las personas que lo padecen buscan ser el centro de atención en todos los escenarios y lo hacen mediante comportamientos, vestuarios llamativos y seductores. Son altamente dependientes, ya que están en constante búsqueda de aprobación. Además de que son muy teatrales, su comunicación es vacía y son fáciles de influenciar.

Narcisistas: Este trastorno de puede identificar en personas con sentimientos de grandeza que se creen mejores que los demás, tienen una alta necesidad de ser admirados y reconocidos por lo que suelen ser arrogantes y altaneros, alegan ser especiales y por ende se

relacionan con todo el mundo, carecen de empatía, son manipuladores y sacan provecho de sus relaciones.

Grupo C:

Evitativo: En este se presenta un comportamiento evasivo hacia las actividades sociales debido a que estas personas poseen una muy baja autoestima con constante temor a ser criticados y rechazados. Se sienten insuficientes por lo que se muestran reacios a asumir riesgos y establecer relaciones interpersonales.

Dependiente: Estas personas presentan un ilustre aviso a la dejadez y a la obstrucción que los lleva a un apego y sumisión desproporcionados. Se muestran incompetentes a hacer sus responsabilidades sin la protección de otras personas, están en uniforme persecución del recibimiento de los demás lo que los lleva al empleo de esculpir cosas de las que no disfrutan con tal de ser aceptados.

Obsesivo-Compulsivo: Se caracteriza por una elevada rigidez e inquietud por el orden y el control, son altamente perfeccionista especialmente en cosas como el compromiso y proyectos, que suelen no cerrar debido al exigimiento excesivo que le invierten. Son acumuladores de cosas innecesarias, inflexibles en creencias y recatados, asimismo suelen ser avaros.

2.3. Trastorno Histriónico de la Personalidad

2.3.1. Definición

Como ya se mencionó anteriormente el trastorno histriónico de la personalidad forma parte del grupo B en la clasificación de los trastornos de personalidad según el DSMV (5.^a ed.; DSM-5; Asociación Estadounidense de Psiquiatría APA, 2013), este se encuentra junto a los trastornos antisocial, el trastorno límite y narcisista, son designados

como los “dramáticos y teatrales”. Su agrupación se debe a la similitud de sus rasgos tales como la carencia de empatía, exageración e inestabilidad emocional, búsqueda de atención y aprobación, así como también la habilidad para la manipulación.

El trastorno histriónico proviene del latín *histrionicus*, que significa extremar o disfrazamiento de un actor . Esto haría crónica al acto de que estas personas ven el espacio como un gran ambiente, a donde aclarar su papel y lograr lo que desean de esta forma (Barba, 2013). Para las personas histriónicas ser el centro de atención en cualquier ambiente es su objetivo principal, su necesidad de ser alabados los lleva actuar de forma seductora y envolvente no solo en conducta sino también en apariencia.

2.3.2. Criterios Diagnósticos

Los criterios diagnósticos contemplados en el manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales DSMV, quinta edición, en la actualización de 2013 son:

Patrón imperioso de sentimientos excesivos y búsqueda de atención, que comienza en las primeras etapas del tiempo adulto y está recuerdo en diversos contextos, y que se manifiesta por cinco (o más) de las historias siguientes:

1. Se siente violento en situaciones en las que no es el foco de observación.
2. La interacción con los demás se caracteriza con frecuencia por una actitud sexualmente interesante o excesiva.
3. Presenta cambios rápidos y rostro pleno de las emociones.
4. Utiliza constantemente el semblante físico para captar las miradas.

5. Tiene una forma de hablar que se basa excesivamente en las impresiones y que carece de detalles.
6. Muestra auto dramatización, sensacionalismo y rostro exagerado de propósito.
7. Es sugestionable (es decir, fácilmente influenciado por los demás o por las circunstancias).
8. Considera que las relaciones son más estrechas de lo que son en realidad.

2.3.3. Factores de riesgo

Según la universidad internacional de valencia en el 2018 los factores de riesgo más comunes presentados en la niñez que podrían dar con el posible desarrollo del trastorno histriónico de la personalidad en la edad adulta son: una infancia con unos padres muy ausentes de la vida del niño, trato poco atento por parte de los padres durante la niñez, algún tipo de abuso psicológico, ser objeto de humillaciones por parte de los padres, familiares o amigos y haber tenido una educación en la que no existían límites.

Teorías Biológicas: Algunos autores sugieren que la histeria es biológica, relacionan la personalidad histérica, conversión y síntomas disociativos, todo ello con problemas funcionales a altitud de la formación reticular del tronco del encéfalo, que podría conducirse relacionada con deficiencias en la recuerdo, la espera y el control (Pérez et al., 1997).

En los trastornos de despersonalización se ha observado una activación hemisférica en el lado frontotemporal y una disminución del lugar izquierdo. Dolan (1994) menciona algunos correlatos de damnificación perinatal, bioquímica y alteraciones electro corticales (gran

cantidad de influencia theta, ondas lentas localizadas en el lóbulo temporal), autonómico y neuropsicológico.

Teorías Psicodinámicas: La teoría psicoanalítica referente a la etiología de la histeria propone una fijación del desarrollo psicosexual en el nivel de la fase edípica. Los síntomas histéricos aparecen a surgir de deseos sexuales reprimidos, impidiendo por una ocasión la irrupción en la honradez de dichos deseos prohibidos y proporcionando un visaje sustitutivo de los mismos, Breuer y Freud ven dichos traumas extraídos de la honestidad mediante los mecanismos de disociación, represión y conversión (Pérez et al., 1997).

Blacker y Tupin (1991) sugieren que el carácter histérico surge de los niveles psicosexuales pregenital y genital. La distribución de distinción más añado se daría a separar de una preñez inadecuada, abuso infantil, físico y de opresión durante los primeros años de vida, dando como resultado un adulto con un comportamiento caótico, extrema e imprevisto muy resistente a la psicoterapia.

D. Sigmund (1994) como característica decisiva del estropicio de personalidad histriónico. Supone una disociación de los contenidos y de las partes de la personalidad en el eje inconsciente-preconsciente-consciente. Dicho altercado es la exigencia para morar de forma parcial y enlazados a estas partes de la personalidad no permitidas ni integradas.

Teorías cognitivo-conductuales: Shapiro (1965) considera a los histéricos como incapaces de afluir intelectualmente, lo que conduce a deficiencias de noción general todavía en áreas salvo la autoridad de la represión.

Según Beck (1990) es, “soy inadecuado e incapaz de sostener mi vida por mí mismo” y concluyen que, ya que son incapaces de trabajar por ellos mismos, necesitan encontrar

mecanismos para que otros se hagan responsables de ellos y buscan activamente ilusión y admisión que les aseguren que sus apuros son suficientemente considerados por otros

Teorías Sociales: Algunas teorías sugieren varios escenarios en la comienzo que pueden contribuir a un posibilidad averías histriónicas tales como, padres con carencia afectiva y que no presten la debida atención en la etapa crucial de la infancia, abusos psicológicos, humillaciones por partes de los parientes o conocidos y una amamantamiento dejado sin límites (Pérez et al., 1997).

2.3.4. Epidemiología del trastorno histriónico

Según una crónica de la revista médica sinergia en el 2020, los trastornos de la personalidad del grupo B afectan alrededor al 5.5 por ciento de la localidad universal, mientras que los grupos A y C son menos comunes con una prevalencia de 2.1 y 2.3 por ciento respectivamente.

Tabla 1

Epidemiología grupo b trastornos de personalidad

Grupo B	
	Antisocial
Prevalencia	0.2-3.3%
Relación de género	H>M
	Limítrofe
Prevalencia	1.6-5.9%

Relación de género	H > M
	Histriónico
Prevalencia	1.84%
Relación de género	M > H
	Narcisista
Prevalencia	0-6.2%
Relación de género	H > M

Fuente: Revista médica Sinergia (2020)

Según la tabla, actualmente el Trastorno histriónico de la personalidad tiene el porcentaje de prevalencia más exorbitante entre los trastornos de distinción del grupo B, siendo más común en mujeres que en hombres el trastorno. Cohen (1994) encontró claramente una máxima prevalencia de trastornos de personalidad, especialmente marcada en los casos de deterioro histriónico y antisocial en jóvenes.

La prevalencia estimada de trastorno de personalidad histriónica fue significativamente más predominante entre personas separadas y divorciadas que entre casadas. No se encontraron diferencias significativas en cargo de la ascendencia del aprendizaje . Flick (1993) encontró una máxima prevalencia de todos los trastornos de distinción en común en familias con bajos beneficios económicos (Pérez et al., 2008).

2.3.5. Historia del trastorno histriónico

Del deterioro histriónico de la personalidad, se comenzó a tratar desde años antes que comenzarán las teorías psicológicas a asumir un auge en el mundo, por cliché los egipcios, consideraban que las personas con “histeria”, así lo denominaban, se relacionaba con que la matriz había perdido su localización emparentada interiormente de la entidad y debía de girar a conseguirla, para esto, se recomendaba procrear hijos. Más adelante se fue pasando de explicaciones física a psicológicas, hablando ya del componente sensual de Freud y la división histeria, fue sustituido por la de instancia de atención requerida a las connotaciones que tenía (Pérez et al., 2008).

La histeria es la década que podríamos decir contribuye a la salida de las teorías de psicoanálisis a través de Freud y sus investigaciones acerca de esta. En su obra “Estudios sobre la histeria” (Freud 1994) describen los síntomas relevantes de la histeria basados en sus casos clínicos donde evidenciaban síntomas descritos por ellos como: comas, convulsiones, tics, vómitos, anorexia, descuido de ilusión, alucinaciones, etc.

Que, aunque no se correlacionaron fueron enlazados por Freud (1994) nombrando la disertación traumática de los síntomas y más adelante el ingenio de reconversión. Para este los síntomas histéricos eran el resultado de una transposición de una guerra psíquica en una intervención somática y su expresión no correspondía al funcionamiento del ordenamiento anatómico como en las enfermedades orgánicas. Con esto incluso surgió el estudio de las enfermedades psicosomáticas. En su tesis también expone que no era necesario la intervención de una fortuna traumática para el filo de la histeria, dicho eventualidad podría ser tanto verdadero como fantaseado. (Marchant, 2000).

A continuación, un resumen de los aportes acerca del inicio del histrionismo:

En el siglo. XVII, Thomas Sydenham (1689) fue uno de los primeros en caracterizar la histeria como una dolencia mental proveniente del sistema nervioso y no como conjunto del útero. Fue a través de Charcot y de sus discípulos que la histeria fue aprobada por primera vez de forma científica en la historia médica (Ordóñez, 2010). Esta noticia fue continuada después por Janet en el s. XIX donde muchas características clínicas de la histeria pudieron ser entendidas de mejor manera. Kraepeln expresa la “distinción histérica”. Jaspers, define como símbolo decisivo de esta distinción "la necesidad de aparentar más de lo que es, un teatro donde se representa una comedia ficticia" (Pérez et al., 2008).

Reich, en 1933, asocia a la forma histérica los rasgos de aire carnal tenues pero notados a simple vista, coquetería, atractivo, irritabilidad, sugestionabilidad, narración patológica y mecanismos de evitar cuando la seducción erótica parece próxima a ganar sus objetivos. Luego de esto Easser y Lesser (1965) describen las personalidades histéricas como aquellas que presentan labilidad emocional, un parentesco con el orbe humano, alteración en una clase de euforia creado por ellos mismos, erotización de los vínculos sociales, sugestionabilidad, repulsividad por lo terrenal, comportamiento infantil con envoltura de integridad y falta de conocimiento (Pérez et al., 2008).

En una interpretación presentada por Lazare, Klerman y Armor, se llega a la inferencia de que cuatro de los siete rasgos clásicamente asociados con la personalidad histérica estaban redondamente agrupados en: emocionalidad, exhibicionismo, narcisismo y provocación carnal (Pérez et al., 2008).

El DSM-I, publicado por la American Psychiatric Association (APA 2013) en 1952, hace una discriminación entre lo que eran considerados aspectos neuróticos de la histeria y

los aspectos de personalidad. En el segundo estampado del Manual Diagnóstico y Estadístico, DSM-II, publicado en 1968, la histeria aparecía en dos apartados separados: la neurosis histérica (individuo disociativo o conversivo) y la personalidad histérica, un síndrome caracterizado por irritabilidad, trashumancia emocional, hiperreactividad, auto dramatismo, persecución de ilusión, inmadurez, engreimiento, y suministro excesivo.

En el DSM-III (1980), las características de elegancia asociadas con el vasto conocimiento clínico de histeria son agrupadas en el diagnóstico «Trastorno de la personalidad histriónica», dentro del eje II de trastornos de personalidad. Es limitado por el paisaje de una conducta excesivamente dramática, reactiva e intensamente expresada o por alteraciones características en los cortejos interpersonales. En el DSM-III-R (1987) se mantiene el trastorno de distinción histriónica, sin embargo, se añaden dos nuevos criterios que representan un giro a la noción histórica de histeria: amor carnal inapropiado en superficie, o aspecto y dialecto excesivamente impresionista y sin detalles.

El diagnóstico de personalidad histriónica se mantiene en el DSM-IV (1994) similar que en la primera edición lanzada , con la única disconformidad de pedir cinco criterios en distinción de los cuatro que exigía el DSM-III-R para tornear el diagnóstico de trastorno de personalidad histriónico. Las clasificaciones de la OMS incluyen los diagnósticos de neurosis histérica y de maltrato neurótico de la personalidad (CIE-8, 1965).

La última tirada de esta jerarquía de la OMS, aparecida en 1993 (CIE-1 O), intenta equilibrar criterios con la clasificación DSM, adoptando descripciones más operativas. El trastorno se transforma en «deterioro histriónico de la personalidad», ampliándose la parábola (Pérez et al., 2008).

2.3.6. Clasificación del Trastorno histriónico

Millón (1998) clasifica el trastorno histriónico denominándose como subtipos adultos en los siguientes apartados:

El Histriónico Teatral que busca cumplir las expectativas de los demás tanto como pueden, se adaptan a cualquier delimitación externa en la que se encuentren. Venden sus aspectos los demás y simulan posturas deseables y dramáticas que producen para originar una apariencia atractiva de sí mismos. Las personas que pertenecen al mismo sexo de los histriónicos se percatan de las tácticas superficiales que utilizan para ser el punto de mira de los demás y descubren que bajo la simpatía y sociabilidad extrema se encuentra en esencia la superficialidad de la persona.

El Histriónico Infantil, este subtipo normalmente manifiesta una generalidad de rasgos entremezclados de carácter histriónico y límite, presentan emociones lábiles y difusas, rabietas infantiles y comportamientos exigentes y constantes, unido con combate sexual. Su comportamiento se caracteriza por la necesidad de dependencia, estados de humor variables y alternativos. Buscan ansiosamente la reafirmación por parte de los demás para permanecer equilibrados. Estos individuos suelen ocasionar problemas interpersonales, ya que dudan que el interés que demuestran los demás sea auténtico.

El Histriónico Vivaz, este subtipo actúa de manera impulsiva, buscan refuerzos constantemente y excitaciones superficiales sin escudriñar las consecuencias de su actitud. Para los demás, son individuos animados, aunque tienden a ser superficiales en los temas que tratan.

Llevan un dinamismo caótico de clara irresponsabilidad y dejan atrás las esperanzas que antes fueron seductoras. El consumo de sustancias y alcohol les libera de las

limitaciones que sienten, recuperan la percepción de abundancia y les permite desinhibir los impulsos controlados sin contraer trabajo o pecado personales. El modelo habitual del habla de vitalidad del histriónico es adaptativo, ya que no interfiere con el funcionamiento social ni profesional, tal y como sí que lo hace en el estamento de humor del trastorno ciclotímico.

El Histriónico Apaciguador, la misión principal es el consentimiento de los demás, pretendiendo que los elogien y ensalcen con comentarios positivos hacia ellos. Tienen una destreza no ordinaria para caer en gracia hacia los demás, y llegar a conocidos rápido. Este subtipo se suele caracterizar por rasgos histriónicos, dependientes y compulsivos.

Se sienten efectivamente personas inútiles y problemáticas justificado a que en las primeras fases de sus vidas se sintieron inferiores, inadecuados, no se sentían queridos y no recibían gratificaciones. El histriónico apaciguador en absoluto consigue sus objetivos y se pasa todo el empuje buscando señales de afán y alabanza.

El Histriónico Tempestuoso, se caracteriza por los rasgos de labilidad emocional, impulsividad, síntomas depresivos, mal genio y pesar. A menudo se encuentra menos adiestramiento, reacciona a la mínima contrariedad y actúa de una forma turbulenta, apasionada y violenta.

En este naciente subtipo se pueden sentir muchas características de la personalidad negativista y en las formas graves se asemejan a la personalidad borderline. Alternan los períodos de gran emotividad y afabilidad con la contención, sofoco, hipersomnias, sobre ingestas alimentarias y consumo exagerado de sustancias alcohólicas. Con el drama del periodo estos individuos manifiestan una actitud en menor grado histriónica, tornándose más descontentos, críticos y envidiosos, protestando ante la buena fortuna de los demás.

El Histriónico Falso, los integrantes de su hogar y otros familiares cercanos perciben el subtipo con poca credibilidad, tendencias impulsivas, resentimientos, y mal humor dibujado. Sus vínculos son superficiales y frívolos, tienen inclinación a mostrarse mentirosos, calculadores y engañosos.

Comparten muchas características distintivas de las personalidades antisociales. Mantienen relaciones más premeditadas e hipócritas, parecen recrearse de los conflictos. Se engañan a sí mismos en cuanto a sus motivos, burlando a los demás. Además de que los histriónicos y los antisociales tienden a ser impulsivos, seductores y manipuladores, el exterior lo hace para aclarar la curiosidad y tutela, a disconformidad de los segundos que lo realizan para conmovir beneficio y licencia.

2.4. Instrumentos de Evaluación

La Sección II del DSM-5 propone una instrucción de los Trastornos de personalidad histriónica basada más en conductas generadas por los individuos que en los rasgos o disposiciones que pueden llegar a mostrar. Por ende, en el saliente formato es fundamental aprender la complejidad de la psicobiografía y la historia clínica, así como los informes de los ingresados. Habitualmente, el clínico es responsable de añadir nuevas bases en informadores externos y en documentos (Echeburúa, 2014).

No obstante, como pruebas complementarias cuentan con buena verosimilitud y capacidad las entrevistas estructuradas, tales como el SCID-II y el IPDE . También se utiliza la indagación de otras pruebas que deben complementarse con otros elementos para reafirmar la fiabilidad del dictamen.

El Examen Internacional para los Trastornos de personalidad (IPDE) es un útil diagnóstico basado en un dispensario semiestructurado, que incluso es compatible con los

criterios de estimación de la CIE-10 y del DSM-IV. La entrevista es la más utilizada de su estamento y es la única recepción para TP sobre la almohadilla de pruebas de recorrido en todo el establecimiento (Echeburúa, 2014).

La guía del IPDE contiene tanto una tentativa de detección como una entrevista semiestructurada. El test de detección es una manera autoadministrada que contiene 77 ítems en la lectura para el DSM y 59 para la traducción de la CIE-10. De esta forma, el clínico puede identificar aquellos pacientes cuyos resultados sugieren la aparición de una desviación de personalidad (más de tres criterios para cada TP). Si las preguntas generan la posible presencia de uno o varios TP, se procede a pasar la recepción completa, lo que permitirá al clínico contar el panorama o no de cierto TP (Echeburúa, 2014).

El inventario de personalidad de 16 factores de Cattell (16PF), es una de las pruebas más utilizadas en la medición de la personalidad por profesionales de la salud, creado originalmente por el psicólogo Raymond Cattell. Este instrumento de estimación tiene como principal rango reflexionar y calibrar los rasgos a separar de diversos factores evaluados (dieciséis principales y cinco secundarios o globales).

Dichos factores son bipolares, van de un posterior de la columna al otro, es expresar si uno de los factores nos refleja un individuo autoritario el otro indicaría una persona sumisa. Los factores que mide el cuestionario son: Afectividad, deducción, seguridad, dominancia, impulsividad, Conformidad grupal, valor vs timidez, vehemencia, recelo, invención, sagacidad, culpabilidad, rebeldía, arrogancia, autodomio y alboroto (Protegerips, 2018).

La escala de Distorsión motivacional o Buena Imagen (DM), consta de 15 ítems y sirve para detectar a los sujetos que intentan ofrecer una buena impresión de sí mismos. Fue

construida por Winder, et al, en 1975, contrastando las respuestas de una sociedad de sujetos que habían respondido la tentativa en condiciones normales, con otro conformado al que se le pidió que lo contestara presentándose de la manera más beneficiosa que pudieran.

Inventario Multifacético de Personalidad de Minnesota (MMPI) sus autores fueron S. R. Hathway, L. C. Mchinery, tiene como fin analizar varios factores de la personalidad. Consta de tres escalas de afirmación y diez escalas clínicas. En la última impresión se han complementado cinco escalas: fuerza del yo, suministro, dominancia, compromiso y ejercicio. Es de arreglo en psicopatología en el diagnóstico, predicción y medicación de diversas entidades psicopatológicas (Echeburúa, 2014).

Las 10 escalas principales de medición son: Hipocondría (Hs), Depresión (D), Histeria (Hy), Desviación psicopática (Pd), Masculinidad – Feminidad (Mf), Paranoia (Pa), Psicastenia (Pt), Esquizofrenia (Sc), Hipomanía (Ma) e Introversión social (Si). Mediante los resultados de estas escalas se obtiene: ANX (Ansiedad), FRS (Miedos), OBS (Obsesividad), DEP (Depresión), HEA (Preocupaciones por la salud), BIZ (Pensamiento extravagante) y ANG (Hostilidad).

El Inventario Clínico Para Adolescentes de Millon (MACI) es un autoinforme de categoría lógica basada en los modelos de entrenamiento biosocial y evolutivo de la personalidad desarrollados por Millon (1990). En este inventario doce escalas evalúan los Patrones de Personalidad como: Introverso, inhibido/nostálgico, manso, dramatizador, parcial, transgresor, conformista, opositor/autodegradante, tendencia límite.

Estas ocho escalas analizan preocupaciones expresadas: Difusión de ficha, autodevaluación, desaprobación biológica, hastío carnal, inconsistencia grupal, aturdimiento social, discordia familiar y osadía erótica. Por otra parte, siete escalas evalúan

Síndromes Clínicos: Disfunciones alimentarias, serie al abuso de sustancias, predisposición delictual, ruta a la impulsividad, emociones ansiosas, entusiasmo depresivo, ideación suicida. Cabe destacar que las escalas no clínicas son tres escalas de comprobación: deseabilidad, altibajo y deshonra.

2.5. Tratamientos del trastorno histriónico de la personalidad

La literatura que aborda los trastornos de la personalidad desde la posición cognitivo-conductual no es muy extensa y se ha centrado principalmente en la modificación de conductas problemáticas específicas. Técnicas como el entrenamiento en relajación, procedimientos que utilizan la imaginación, el modelado, la economía de fichas o el entrenamiento en habilidades sociales parecen haber resultado eficaces para el tratamiento de los trastornos de la personalidad (Piper y Joyce, 2001). Sin embargo, este tipo de técnicas han abordado más bien síntomas concretos que comportamientos globales. La modificación de éstos requiere de programas más amplios y complejos.

La revista psicología conductual en el 2001 mediante un estudio (Caballo, 2001) acerca de los tratamientos para los trastornos de personalidad nos comparte un compendio de estos tratamientos en integridad de los autores presentados a continuación:

La Terapia De Integración De Horowitz

Horowitz (1995) plantea una integración de aspectos psicoanalistas y cognitivo conductuales para la intervención sobre el THP. Dicha intervención la divide en 4 fases que, serían las siguientes:

Fase 1. Clarificación de los fenómenos sintomáticos y distribución de un lazo de medicación. El primer neutro de esta etapa es contrapesar las emociones del paciente, prestando apoyo para compendiar la probabilidad de conductas autolesivas y ayudarle a

sentirse con más ejercicio de sí mismo. El segundo norte sería centrarse en los patrones interpersonales desadaptativos.

Fase 2. Identificación y afrontamiento de los cambios en el estado mental. El objetivo de este escalón es que el resignado mantenga unos estados de funcionamiento más auténticos.

Fase 3. Identificación y contraataque de los procesos defensivos de la psiquis. El ecuánime de esta fase es enmendar los procesos defensivos de manejo que constituyen una contrariedad para la terapia.

Fase 4. Identificar y socorrer al cliente a reparar creencias irracionales y contradicciones en los esquemas sobre sí mismo y los demás. Esta última fase sería básicamente una etapa de reestructuración cognitiva equiparable a la terapia cognitiva de Beck.

La Terapia Cognitiva De Beck

Beck y Freeman (1990) plantean la preocupación de intervenir a un sujeto con un THP por el ámbito de la terapia cognitiva. Proponen que, igualmente en la posteridad de que comience la terapia, el tipo con un THP necesita interiorizar a centrar la atención en exclusivamente un estandarte al unísono. Debido a que tiende a ser habitual la dejadez de las terapias por noticias de estos pacientes, es necesario resolver objetivos de perspectiva de los cuales ellos sientan que les genere bienestar. Algunos de los procedimientos de prescripción para el THP planteados por Beck y Freeman (1990) son:

Registro ordinario de pensamientos con el fin de grabar a identificar y luego controlar pensamientos y emociones.

Tareas en edificación para la continuidad del tratamiento exterior del ambulatorio.

Entrenamiento en habilidades para el manejo de conflictos.

Cuestionar creencias distorsionadas.

La Terapia De Valoración Cognitiva De Wessler

La terapia de valoración cognitiva (TVC) es una terapia cognitivo-conductual que ha evolucionado en torno a un encuadre integrado de la terapia para los trastornos de la personalidad (Wessler, 1993). Este establece que uno de los retos que lleva el cirujano es establecer una relación balanceada con el resignado a donde le muestre la espera de la que ellos disfrutan para lograr entrar en un ambiente de seguridad y una vez alcanzado, enseñar la empatía y manifestar las intenciones enmascarados detrás de sus conductas dramáticas. Además de no dejarse embalar por las historias sociales que pueda compartir el flemático.

Utilizar el humor con precaución para desinflar la forma melodramática del individuo evaluado, manteniéndolo en horizonte con la realidad en las secciones . de igual manera intentar verbalizaciones paradójicas para respaldar a abreviar el período de tragedia, reenmarcar las expresiones del paciente y esclarecer sus influencias sobre otras personas en sus convivencias cotidianas.

En la terapia interpersonal, las intervenciones terapéuticas deben ir orientadas a suministrar el socorro, simplificar la educación sobre patrones de actitud y relación y sus raíces, bloquear patrones maladaptativos, dar prioridad a las conductas de evolución o estimular el principio de nuevos patrones. Según esta idea, se entiende la terapia como una madurez de adiestramiento. El alcance de la intervención puede ser evaluado según en qué escalón estimule el subsidio (Pérez et al., 2008).

2.6. Psiquiatría y Tratamiento Farmacológico.

(Peláez et al., 2013) sostienen que los TP tienden a depender de la ayuda farmacológica especialmente en los casos donde la repercusión de los síntomas hace que la

psicoterapia no sea autosuficiente. En casos extremos el firme dependerá de recursos hospitalarios con una gran cantidad de fármacos.

Sin incautación este tipo de enfoque cumple su labor mediante el tratamiento unipersonal de los síntomas o rasgos del individuo evaluado, en colectividad de las comorbilidades según el vigor de estos. Hay que aclarar que los pacientes obtienen el mayor fruto de un empalme psicoterapéutico y farmacológico (Oldham et al., 2007).

Dependiendo de los síntomas predominantes, se pueden disfrutar antidepresivos o estabilizadores del estamento de actitud en la prescripción farmacológica del estropicio de la personalidad histriónica. Para la ampliación de la vehemencia emocional, impresionabilidad y rasgos obsesivo-compulsivos se aplican antidepresivos serotoninérgicos, venlafaxina, nerviosismo y nefazodona. Con respecto a rasgos hipomaniacos y el calor deslizable se utilizan estabilizadores del estamento de humor. Por postrero, para síntomas de un déficit de atención se administran estimulantes y bupropion (Oldham et al., 2007).

Marin (2016) expone que para la carencia en el manejo de impulsos se utilizan antidepresivos, antipsicóticos y eutimizantes (antiepilépticos). Mientras que para la alteración afectiva se utilizan eutimizantes, antidepresivos sedantes, antipsicóticos atípicos y melatonina.

2.7. Definición de redes Sociales

“Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo individuo de anuncio, unilateral y profesional, con terceras personas, amigos y absolutos desconocidos”, afirma Harold (2008).

Por otro informativo según Boyd y Ellison (2007) una red social se define como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico en el interior de un sistema delimitado, equipar una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema. De acuerdo con The Global State of Digital in 2019, manufacturado por Hootsuite y We Are Social, 3.484 billones de personas utilizan las redes sociales, esto representa 45 por ciento de la plaza universal.

2.7.1 Historia de las redes sociales

El concepto de red social se compone del nombre red, que proviene del latín rete y se refiere a una herramienta de hospedamiento que se formaba mediante la articulación de varios hilos que se entrelazan unos con otros a un trecho proporcionado. La palabra social proviene del latín sociālis y es la asociación de varios individuos que crean un mecanismo con señas. Una red social según la etiología de la palabra es una juntura de compromiso entre individuos que crean mediante lazos un dispositivo social sin desviar su individualidad.

Las redes sociales son un utensilio muy beneficioso para el comunicado, y esto lo podemos cerciorar pensando que tanto uso le damos a las redes sociales común , si aceptablemente sabemos que su jerarca uso es para el mensaje, partido entre dos personas como entre un congregación determinado de personas, según se ha investigado no hay fechas exactas del génesis de las redes sociales, no obstante se testimonio que las primeras redes sociales aparecen en los años 90 con ideas dispares al que hoy en día le damos .

En el año 1994 aparece la que es considerada la primera red social. No se trataba de un portal web en el que podías interactuar con otras personas, la finalidad de esta red social

es adivinar blogs agrupados por temáticas. Los propietarios de los blogs los alojaban en clase de la temática del mismo en una población de Estados Unidos de modo supuesto. Una idea de esta localidad podría ser el Silicon Valley, en ella se encontraban todos los blogs relacionados con ordenadores. Actualmente esta red social no se encuentra en funcionamiento.

Posteriormente, en el año 1995 se funda una red social que se encuentra en una circunscripción intermedia entre la que hemos referido anteriormente y las modernas. Esta red social es conocida como classmates y su norte es asentar que antiguos compañeros de estudio puedan reconectar y así comunicarse. Por último, en 1997 aparece Sixdegrees.Com, una red social que permitía interactuar con otros usuarios e igualmente comportarse en grupos de relaciones. A partir de este instante, comienzan a obtener otro tipo de redes sociales como Messenger en 1999, LinkedIn en 2002 o Facebook en el año 2004.

Las características esenciales de las redes sociales son:

- a) Permiten la interacción entre diferentes personas o instituciones.
- b) Simplifican largamente la instrucción de anuncio entre dos sujetos que no se encuentren en la misma división geográfica.
- c) Generalmente, son gratuitas para el favorecido.
- d) Ofrecen el motivo de llegar a miles de personas a través de un perfil potencial.
- e) Son totalmente instantáneas, puedes enviar un mensaje desde México a China y que el receptor lo lea segundos después de enviarlo.

2.7.2 Redes sociales más utilizadas

Según Peiró (2017) las redes más utilizadas son:

- a) **Facebook.** Es la más famosa en la aceptación y supera los 2000 millones de usuarios activos al mes. En ella se puede seguir superficies de imágenes, vídeos o textos todavía de interactuar y cincelar con conocidos.
- b) **YouTube.** Es la red de vídeos por sublimidad. Las empresas la utilizan para publicar su propaganda y difundir todo individuo de capacidad a través de videos. La plataforma digital cuenta con un aproximado de 2.291 millones de usuarios.
- c) **Whatsapp:** Mantiene en conexión 1.300 millones de usuarios repartidos por todo el espacio a través del móvil con mensajes instantáneos. La propaganda en esta alza está en expansión.
- d) **Instagram:** Una de las redes más visuales y más utilizadas hoy en día por los usuarios. Pueden juntarse imágenes, historias que nada más se pueden ver durante 24 horas y vídeos. Las marcas y empresas la utilizan como constante reclamo y su asistencia más común son los jóvenes.
- e) **Tik Tok:** Es considerada la red de la nueva generación, a través de esta se pueden crear vídeos cortos de modo sencilla, normalmente se utiliza para originar bailes a ritmo de las canciones del instante. Cuenta con 800 millones de usuarios cerca de del orbe.
- f) **Twitter:** Está basada en el formato microblogging a través de mensajes cortos de 150 caracteres máximo. Es una red social muy utilizada para mantenerse informado o aprender acerca en auge. Con una cantidad de usuarios de 339,6 millones.

2.7.3 Problemas psicológicos asociados a las redes sociales

Sin ignorar la participación tan significativa que han mantenido las redes sociales a la notificación, interacción y entretenimiento de la sociedad, no se puede ignorar las

consecuencias negativas que arrastra el uso inconveniente de esta. Según Basterra y Hernández (2021) algunas de las desventajas a las que se enfrentan los usuarios son:

- a) Adicción a las redes y comportamientos obsesivos.
- b) Despersonalización.
- c) Competitividad, comparaciones y deterioro de autoestima.
- d) Disociación entre lo que eres y lo que expones .
- e) Cyberbullying/Sexting/Grooming .
- f) Sobreexposición y carencia de límites.
- g) Conductas controladoras.
- h) Discriminaciones públicas (racismo, sexismo...).
- i) Pérdida del manejo conductual.

Sánchez (2013), explica de la saliencia, la cual ocurre cuando un hecho se vuelve indispensable en la vida del ser humano, ejerciendo partida de sus sensibilidad y pensamientos como de su comportamiento. Como modelo, el desasosiego que sienten algunos al permanecer desconectados por breves momentos o el quebradero de cabeza sobre la bienvenida de sus publicaciones. Debido a que actualmente las facilidades de lograr un ingenio con estas aplicaciones, las interacciones se están viendo afectadas de modo que aun en los encuentros presenciales, las personas tienden a residir totalmente conectadas virtualmente y desconectadas de lo que pasa alrededor.

La urgencia de ser vistos, aprobados y elogiados incrementa las probabilidades de disminuir la autoestima, volverse dependientes de la dinámica de las redes como son los likes y ocasionar inseguridades ante las comparaciones de las falsas imágenes características de las redes. El exceso desmedido de esta incluso está relacionado a

depresión, excitación, desórdenes alimenticios y alteración del ciclo del sueño. (Basterra et al., 2021)

2.8. Marco conceptual

A continuación, algunos conceptos de uso técnico que serán usados en el desarrollo de este trabajo de investigación:

Psicología: Ciencia que estudia los procesos psicológicos de la personalidad a partir de su manifestación externa, es decir, la conducta. La Psicología es el estudio científico de la conducta y la experiencia, de cómo los seres humanos sienten, piensan, aprenden y conocen para adaptarse al medio que les rodea. (Sotelo, 2016)

Personalidad: Conjunto de pensamientos, emociones y comportamientos profundamente incorporados, que persisten en el lapso y nos hacen únicos e irrepetibles (Batista, 2015).

Rasgo de Personalidad: Besada (2007) define rasgos como prototipos expresados que hacen que cada quien se diferencie de la posición, así mismo da a aprender que es una condición neuropsíquica.

Trastorno de Personalidad: Se produce cuando los rasgos de personalidad se vuelven tan pronunciados, rígidos y desadaptativos que el individuo afectado tiene problemas en la misión, el círculo y/o en el trato con otras personas. Estas desadaptaciones sociales pueden causar angustia significativa en personas con trastornos de personalidad y en aquellas que las rodean (Zimmerman, 2021).

Trastorno Histriónico de la Personalidad: Millon y Everly (1985) Lo definen como comportamiento excesivamente dramático, exagerado y afectivamente deslizable cuyos cortejos interpersonales son abiertamente disfuncionales, caracterizadas por inmadurez,

apego y argucia obvia, asimismo de una excesiva urgencia de la aprobación relacionada a la autoestima.

Redes Sociales: Según Boyd y Ellison (2007) una red social se define como un ministerio que permite a los individuos componer un aspecto hacia audiencia dentro de un sistema delimitado, que origina una lista de otros usuarios con los que comparten un vínculo, a través del cual puede ver y salvar su conjunto de conexiones realizadas por otros dentro del sistema.

Parte 3: Marco Metodológico

Capítulo 3. Metodología de la investigación

A continuación, se presentarán los aspectos metodológicos utilizados para llevar a cabo la investigación presente mediante el método científico el cual es el fundamental para considerar como válida desde la ciencia todos los planteamientos presentados para lograr el resultado final de la investigación. Según Solís (2019) el marco metodológico de investigación es una elaboración compleja que integra las decisiones y acciones teórico-metodológicas del proceso investigativo.

3.1. Enfoque de la investigación

El enfoque utilizado en la investigación es de carácter cuantitativo debido a que este utiliza la recolección y análisis de datos apoyándose en la medición numérica para establecer los patrones de comportamientos (Hernández et al., 2003).

Por esto, se utilizó para medir la relación que existe entre la aparición de rasgos histriónicos de la personalidad en presentadoras dominicanas y en cómo las mismas le dan uso a sus redes sociales.

3.2. Diseño de la investigación:

En cuanto su línea del tiempo es una investigación transversal, donde fueron recogidos y analizados los datos dentro de un periodo específico, septiembre 2021-enero 2022 con una muestra que comparte las variables similares, estudiadas dentro del periodo establecido.

3.3. Tipo de investigación

La presente investigación es un diseño metodológico no experimental porque no hubo manipulación de variables directa, se basó en el método exploratorio, debido a que este se utiliza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiada (Hernández, 2003). Por otro lado, el estudio presente es descriptivo debido a que con este se busca identificar y verificar datos cuantificables con fines estadísticos de una población específica (Espada, 2021).

3.4. Unidad de análisis

La unidad de análisis se compone de comunicadoras dominicanas ejerciendo su carrera y activas en las redes sociales, Distrito Nacional, República Dominicana.

3.5. Población

La población está compuesta por comunicadoras, entre 20-45 años, que utilizan las redes sociales como parte de su trabajo. En esta investigación se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia del investigador, debido a que las investigadoras eligieron las personas que fueron parte de la muestra en consecuencia de su disponibilidad.

3.6. Tamaño muestral

El tamaño muestral que se estuvo trabajando en esta investigación, es de veinte (20) comunicadoras.

3.7. Criterios de inclusión

Los criterios tomados en cuenta para la población fueron:

- a) Que sean mujeres.
- b) Que estén ejerciendo la comunicación.
- c) Tener entre 20-45 años.
- d) Ser activas en las redes sociales.
- e) Disposición para participar en la investigación.

3.8. Criterios de exclusión

- a) No se tomaron en cuenta las personas con las siguientes características:
- b) ·Sexo masculino.
- c) Antes de los 20 y después de los 45 años.
- d) Comunicadoras que no cumplieran con los criterios de inclusión.

3.9. Fuentes primarias

Se utilizaron como fuentes primarias de recolección de datos las comunicadoras con edades entre 20- 45 años dominicanas residentes en el Distrito Nacional, que actualmente están ejerciendo la comunicación social en las diversas plataformas digitales.

3.10. Fuentes Secundarias

Como fuentes secundarias para la obtención de información se utilizaron, antecedentes bibliográficos tales como tesis, revistas científicas, libros además de páginas web de información verídica.

3.11. Método de investigación

Se utilizó el método deductivo debido a que, luego de obtener los resultados, se realizaron las deducciones correspondientes sobre los rasgos histriónicos manifestados en las comunicadoras de 20 - 45 años y su relación con su contenido en las redes sociales, en el período septiembre 2021-enero 2022, Distrito Nacional, República Dominicana.

3.12. Técnicas e instrumentos utilizados

La técnica aplicada fue la encuesta, la cual, es definida por Westreicher (2020), como una herramienta para conocer las características de un grupo de personas y que se aplica normalmente a una muestra representativa de la población estudiada, esta se realiza elaborando un cuestionario según los objetivos planteados del estudio.

Para la creación de la encuesta que evalúa los rasgos de personalidad se extrajeron preguntas específicas que miden los rasgos histriónicos de las siguientes pruebas psicológicas:

- a) 16 FP forma C: Este cuestionario fue creado por el psicólogo R.B.CATTEL , el mismo tomó base de los estudios de personalidad realizados a la fecha , el instrumento fue creado con una base empírica , y tiene como objetivo principal describir la personalidad del evaluado. esto tomando en cuenta los 16 factores de la personalidad descritos por Cattell , tiene varias formas de aplicación , en este caso para la investigación optamos por la forma C para extraer preguntas que dieran como indicar el rasgos histriónico (González, 2018).
- b) MMPI : El Inventario Multifásico de Personalidad de Minnesota es uno de los test de personalidad más utilizados en todo el mundo por su gran validez y

confiabilidad, está compuesto por 566 afirmaciones donde el evaluado debe elegir entre falso y verdadero , en este test se evalúan muchos rasgos de personalidad para un resultado óptimo para cualquier persona evaluada, por esta misma razón seleccionamos las preguntas que en este test estuvieron direccionadas a evaluar el rasgo histriónico de la personalidad (Bellver, 2019).

- c) IPDE: En este cuestionario, el propósito es identificar aquéllos rasgos y conductas que sean relevantes para la evaluación de los criterios de trastornos de personalidad según los sistemas de clasificación CIE-10 y DSM-IV, igual que el instrumento anterior los evaluados responden con verdadero o falso , las preguntas se realizan en modo de afirmaciones (Narciso et al., 2000)
- d) MILLON: Es un test de evaluación de la personalidad, derivado de la teoría sobre la personalidad de Millon, que incluye diez escalas básicas de personalidad, tres de personalidad patológica, ocho síndromes de gravedad moderada y tres síndromes graves. (Nodal, et al., 2009).

Todas las preguntas concernientes a la medición de rasgos histriónicos de la personalidad fueron resumidas a 30 preguntas, con respuestas de selección múltiple cada una. Para los datos requeridos las participantes colocaron su edad e iniciales de sus nombres para mantener la confidencialidad del estudio.

Ambas encuestas fueron creadas mediante la plataforma de Google Forms, enviadas a los contactos de las comunicadoras y realizadas vía web, mediante un link que da acceso directo a estas. El tiempo de respuesta tuvo una duración de aproximadamente un mes y 10 días, desde diciembre del 2021 hasta enero del 2022.

Para la validación de los instrumentos aplicados, se aplicó una prueba piloto a 5 comunicadoras con los parámetros de la investigación, en donde gracias a los asesores de la investigación, se pudo determinar que los instrumentos miden los rasgos correspondientes y la población entiende cada uno de los ítems de la herramienta utilizada en la investigación.

Tabla 2

Relación entre encuesta y rasgos histriónicos

Preguntas :	Rasgos Histriónicos al cual se relaciona
Pregunta # 1	Búsqueda de atención
Pregunta #2	Búsqueda de atención
Pregunta #3	Emotividad excesiva
Pregunta #4	Emotividad excesiva
Pregunta #5	Búsqueda de atención
Pregunta #6	Emotividad excesiva

Pregunta #7	Sugestionabilidad
Pregunta #8	Teatralidad o dramatización
Pregunta #9	Teatralidad o dramatización
Pregunta #10	Labilidad emocional
Pregunta #11	Teatralidad o dramatización
Pregunta #12	Búsqueda de atención
Pregunta #13	Comportamiento seductor
Pregunta #14	Emotividad excesiva
Pregunta #15	Labilidad emocional
Pregunta #16	Comportamiento seductor
Pregunta #17	Búsqueda de atención
Pregunta #18	Teatralidad o dramatización
Pregunta #19	Comportamiento seductor

Pregunta#20	Emotividad excesiva
Pregunta#21	Emotividad excesiva
Pregunta#22	Búsqueda de atención
Pregunta#23	Labilidad emocional
Pregunta#24	Labilidad emocional
Pregunta#25	Comportamiento seductor
Pregunta#26	Sugestionabilidad
Pregunta#27	Búsqueda de atención
Pregunta#28	Comportamiento seductor
Pregunta#29	Búsqueda de atención
Pregunta#30	Comportamiento seductor

Fuente: Elaborado por Danna Vasallo, Génesis Gómez (2022)

Tabla 3: Relación entre uso de redes sociales y rasgos histriónicos

Pregunta:	Rasgos Histriónicos al cual se relaciona
¿Con qué frecuencia publicas fotos o vídeos?	Búsqueda de atención
Cuando tienes una experiencia positiva o negativa, prefieres expresarlo:	Búsqueda de atención
¿De qué se tratan sus publicaciones regularmente?	Búsqueda de atención
¿Qué es más importante para ti ?	Búsqueda de atención
¿Tienes conocimiento de cuáles son las horas de mayor actividad en las redes sociales y las aprovechas para tener mayor atención de tus seguidores ?	Búsqueda de atención
¿Es importante para ti la cantidad de seguidores en tus redes sociales?	Búsqueda de atención
¿Utilizas las redes sociales para vender tu imagen personal?	Comportamiento seductor

¿Suelo cambiar de humor si realizan un comentario en mi publicación que no es de mi agrado? Labilidad emocional

¿Qué tipo de comentarios prefieres que coloquen en tus publicaciones? Búsqueda de atención

¿Cuándo te sientes triste o con tus emociones al borde sueles subir publicaciones para que tus seguidores te eleven el ánimo? Búsqueda de atención, Sugestionabilidad

Fuente: Elaborado por Danna Vasallo, Génesis Gómez (2022)

3.13. Método y Técnica de análisis de los datos

Los datos obtenidos fueron presentados mediante gráficos de porcentajes procedentes de los resultados obtenidos de la encuesta a través de Google Forms. Mientras que los análisis de estos, fueron realizados a través de tablas en la herramienta de Microsoft Excel donde fueron detalladas cada uno de los resultados de cada pregunta de ambas encuestas realizadas.

3.14. Fases de la investigación:

Primera fase:

Se realizó en un proceso de revisión y búsqueda de información sobre teorías, hipótesis, y estudios de los rasgos, trastornos de personalidad y uso de redes sociales relacionados con el tema de investigación presente para contar con una base comprobada científicamente en el estudio.

Segunda fase:

Luego de realizar la recopilación de información, se comenzaron a relacionar las distintas variables de la investigación para así poder crear los instrumentos de medición del estudio, luego de crear las dos encuestas de medición , se procedió a contactarse con las comunicadoras para poder aplicarle ambos cuestionarios, mediante correos, números telefónicos y representantes de las comunicadoras evaluadas.

Tercera fase:

Una vez recopilada toda la información necesaria de ambas encuestas se procedió a examinar y analizar los datos obtenidos, para poder presentarlos de forma graficada a través de las plataformas de Google Forms y Microsoft Excel. Una vez logrado esto se exponen los resultados obtenidos de la investigación y a través de los mismos se realiza un análisis completo y correlaciones de las diferentes variables evaluadas en el estudio.

3.15. Determinación de variables:

La variable independiente, es la carrera de comunicación, mientras que las variables dependientes, son los rasgos histriónicos y las redes sociales.

3.16. Tabla de Operacionalización de variables

Tabla 4

Operacionalización de variables cuantitativas

# Objetivo	Verbo	Variable	Definición de variable	Indicador	Fuente	Escala de medición
1	Determinar	Rasgos Histriónicos	Comportamiento que presenta patrones de teatralidad, dramatización de acciones y actitudes que buscan llamar la atención de los demás.	A través de preguntas que miden rasgos histriónicos.	MMPI, IPDE, MILLON y 16FP	Escala Intervalo
2	Clasificar	Contenido de redes sociales	Es todo lo que crea el usuario en sus perfiles de redes sociales que los hace vincularse y ser atractivos al público.	Las diferentes cuentas en redes sociales de las comunicadoras.	Facebook, Instagram y Twitter.	Escala Nominal
3	Identificar	Edad	Cantidad de años de vida de una persona.	Datos solicitados en la encuesta.	Encuesta.	Escala de razón

Fuente: Elaborado por Danna Vasallo, Génesis Gómez (2022)

En resumen, de este capítulo se establecieron los aspectos fundamentales sobre la metodología de la investigación, lo cual es la guía de ejecución y aplicación de las diferentes formas y técnicas de recolección de datos hacia los individuos que componen el tema a investigar en el presente estudio. Entre ellos están el tipo de investigación, enfoque y diseño de la población, así como también la población y la obtención de su muestra, además de la definición y clasificación de variables.

Parte 4. Resultados, Conclusiones y Recomendaciones

En este capítulo se muestran y detallan los resultados de los instrumentos aplicados en el estudio para responder a los objetivos planteados inicialmente, mediante el análisis y la inferencia de los datos arrojados por la muestra estudiada, así como también recomendaciones en base a las conclusiones obtenidas.

Capítulo 4. Resultados, Conclusiones y Recomendaciones

4.1. Resultados de las pruebas

Tabla 5

Descripción de la población

Sexo:	Femenino
Edad:	20-45
Ocupación:	Comunicadoras
Pasatiempos:	Redes sociales
Lugares de trabajo:	Televisión, radio y plataformas digitales.
Residentes:	Distrito Nacional, República Dominicana.

Fuente: Elaborado por Danna Vasallo, Genesis Gómez (2022)

Las tablas y gráficos que se van a presentar, constan de dos partes , la primera es de los resultados obtenidos de la encuesta de autoevaluación de rasgos histriónicos que consta de 30 preguntas y la segunda parte que fue extraída del total de 15 preguntas de la

encuesta de redes sociales, para así poder realizar un análisis puntual de los resultados obtenidos en la investigación

Los siguiente resultados cumplen con el objetivo uno de investigación planteado anteriormente de determinar los rasgos histriónicos manifestados en redes sociales en mujeres comunicadoras de 20-45 años de edad con el objetivo de evaluar los rasgos de personalidad histriónicos de esas comunicadoras.

Los resultados obtenidos de la investigación mediante la recopilación de información arrojaron los siguientes resultados:

4.1.1 Resultados de la prueba de autoevaluación sobre el trastorno histriónico:

Tabla 6

Pregunta 1: En una fiesta prefiero que otros hagan los chistes o cuentos

Respuestas	Resultados	Porcentaje
Sí	8	40%
No	1	5%
A veces	10	50%
Frecuentemente	1	5%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Los resultados presentados en la Tabla 6 corresponden a la Figura II en los cuales se visualiza que el 40 por ciento de las presentadoras dominicanas contestaron sí a la pregunta

de autoevaluación : En una fiesta prefiero que otros hagan los chistes o cuentos?, mientras que tan solo un 5 por ciento dijo que si , por otro lado el 50 por ciento es decir la mitad de las encuestadas contestó que a veces y por último el restante 5 por ciento contestó frecuentemente.

Tabla 7

Pregunta 2: La mayor parte de la gente con la que me encuentro en una fiesta se alegra realmente de verme

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
Si	11	55%
Tal vez	4	20%
No	0	0
La mayor parte del tiempo	5	25%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos en la encuesta realizada, el 55 por ciento de las encuestadas contestaron sí a la pregunta 2 , mientras que ninguna de las encuestadas contestó que no , por otra parte un 20 por ciento de la muestra respondió que tal vez y el restante 25 por ciento seleccionó la opción de : la mayor parte del tiempo.

Tabla 8

Pregunta 3: Cuando alguien me habla mal o se enoja conmigo, suelo olvidar lo sucedido rápidamente.

Respuestas:	Resultados :	Porcentaje:
Frecuentemente	5	25%
De vez en cuando	8	40%
Muy pocas veces	3	15%
Nunca	4	20%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluye que el 25 por ciento de la muestra cuando le hablan mal suele frecuentemente olvidar lo sucedido rápidamente, mientras que un 40 por ciento lo hace de vez en cuando, por otro lado un 15 por ciento lo hace muy pocas veces, por último un 20 por ciento nunca olvida lo sucedido rápidamente.

Tabla 9

Pregunta 4: Cuando me equivoco , me cuesta admitirlo.

Respuestas:	Resultados:	Porcentajes:
Frecuentemente	0	0%
De vez en cuando	7	35%
Muy pocas veces	9	45%
Nunca	4	20%

Total:	20	100%
---------------	-----------	-------------

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos de la encuesta realizada, las encuestadas a la pregunta cuando me equivoco , me cuesta admitirlo, la respuesta con mayor porcentaje fue muy pocas veces con un 45 por ciento , mientras que un 35 por ciento respondió que de vez en cuando , por último el 20 por ciento restante contestó que nunca le cuesta admitir cuando se equivocan

Tabla 10
Pregunta 5: Soy una persona sociable.

Respuestas:	Resultados:	Porcentajes:
Si	15	75%
Tal vez	1	5%
No	2	10%
La mayor parte del tiempo	2	10%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluye que el 75 por ciento de las personas encuestadas contestaron que sí a la afirmación de : soy sociable , mientras que un 5 por ciento respondió que tal vez , otro 10 por ciento de las encuestadas contestó que no , por último el 10 por ciento restante selecciono la respuesta de mayor parte del tiempo , lo que nos lleva a concluir que un gran porcentaje tiene una percepción de sí misma como sociable.

Tabla 11

Pregunta 6: Mis sentimientos no son heridos con facilidad.

Respuestas:	Resultados:	Porcentajes:
Si	7	35%
Tal vez	4	20%
Es probable	4	25%
No	5	25%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluye que el 35 por ciento de las encuestadas respondió que sí a la afirmación : mis sentimientos son heridos con facilidad, un 20 por ciento contestó que tal vez , un 25 por ciento seleccionó que es probable y tan solo un 25 por ciento respondió que no , lo que pone en evidencia que la mayor parte de las encuestadas tienen cierta tendencia a una labilidad emocional.

Tabla 12

Pregunta 7: No me preocupa lo que otros piensen de mí.

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
Si	2	10%
Tal vez	6	30%
Es probable	3	15%
No	9	45%
total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluye que el 10 por ciento de las encuestadas si se preocupan por lo que los demás piensan de ellas , el 30 por ciento seleccionó que tal vez se preocupen , el 15 por ciento contestó que tal vez y por último un 45 por ciento contestó que no.

Tabla 13

Pregunta 8: Si yo fuera periodista, me gustaría escribir noticias de teatro.

Respuestas:	Resultados:	Porcentajes:
Si	3	15%
Tal vez	3	15%
Es probable	1	5%
No	13	65%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se demostró que un 15 por ciento de las encuestadas respondió que sí le gustaría escribir noticias de teatro, un 15 por ciento contestó que tal vez, otro 5 por ciento seleccionó que es probable, mientras que el restante 65 por ciento seleccionó la respuesta que no.

Tabla 14

Pregunta 9: No siempre digo la verdad.

Respuestas:	Resultados:	Porcentajes:
Si	6	30%
Tal Vez	3	15%
Es probable	5	25%
No	6	30%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluye que el 30 por ciento de las presentadoras dominicanas no siempre dicen la verdad, un 15 por ciento contestó que tal vez, mientras que un 25 por ciento seleccionó la opción de que es probable, y el 30 por ciento seleccionó que la afirmación no es cierta.

Tabla 15

Pregunta 10: Mis sentimientos son como el tiempo: siempre están cambiando.

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
La mayor parte del tiempo	4	20%
A veces	5	25%
Frecuentemente	3	15%
No	8	40%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos en la investigación el 20 por ciento de las encuestadas tiene sentimientos cambiantes la mayor parte del tiempo , un 25 por ciento a veces tiene sentimientos cambiantes , un 15 por ciento frecuentemente y el 40 por ciento no afirma tener este tipo de conductas.

Tabla 16***Pregunta 11: Tengo habilidad para "dramatizar" las cosas.***

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
La mayor parte del tiempo	8	40%
A veces	8	40%
Frecuentemente	0	0
No	4	20%

Total:	20	100%
--------	----	------

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluye que el 40 por ciento de las entrevistadas tienden a dramatizar las cosas la mayor parte del tiempo, otro 40 por ciento a veces realiza este tipo de conducta, mientras que el 20 por ciento restante no tiende a dramatizar las cosas.

Tabla 17***Pregunta 12: No me gusta ser el centro de atención.***

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
Si	4	20%
Tal vez	5	25%
Es probable	3	15%
No	8	40%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluye que el 20 por ciento de las encuestadas respondieron que sí , es decir que no le gusta llamar la atención , un 25 por ciento resultó que contestaron que tal vez , otro 15 por ciento seleccionó que es probable , y por último un 40 por ciento respondió que no , es decir que si le gusta llamar la atención.

Tabla 18

Pregunta 13: Me gusta hablar sobre temas sexuales.

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
Frecuentemente	4	20%
De vez en cuando	9	45%
Muy pocas veces	7	35%
Nunca	0	0%

Total:	20	100%
---------------	-----------	-------------

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluye que el 20 por ciento de las encuestadas frecuentemente le gusta hablar sobre temas sexuales, el 45 por ciento de vez en cuando, y el 35 por ciento muy pocas veces le gusta hablar de temas sexuales.

Tabla 19

Pregunta 14: Me ruborizo fácilmente.

Respuestas:	Resultados:	Porcentajes:
Frecuentemente	3	15%
De vez en cuando	5	25%
Muy pocas veces	9	45%
Nunca	3	15%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluye que el 15 por ciento frecuentemente se ruboriza, el 25 por ciento de vez en cuando se ruboriza , mientras que el 45 por ciento muy pocas veces se ruboriza , mientras que el 15 por ciento nunca lo hace según los datos obtenidos.

Tabla 20

Pregunta 15: Lloro con facilidad.

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
Frecuentemente	7	35%
De vez en cuando	8	40%
Muy pocas veces	4	20%
nunca	1	5%

total:	20	100%
--------	----	------

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluye que el 35 por ciento de las encuestadas tienden a llorar con facilidad, el 40 por ciento de vez en cuando, mientras que el 20 por ciento muy pocas veces tiende a llorar, mientras que solo el 5 por ciento nunca llora con facilidad.

Tabla 21***Pregunta 16: Me gusta vestirme para destacar entre la gente.***

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
Frecuentemente	9	45%
De vez en cuando	4	20%
Muy pocas veces	4	20%
Nunca	3	15%

Total:	20	100%
--------	----	------

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluye que el 45 por ciento frecuentemente le gusta vestirse para destacar entre los demás , mientras que el 20 por ciento solo lo hace de vez en cuando, otro 20 por ciento muy pocas veces , y solo un 15 por ciento nunca realiza esta acción.

Tabla 22

Pregunta 17: Creo que la mujer debe tener tanta libertad sexual como los hombres.

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
Si	14	70%
Tal vez	5	25%
Es probable	1	5%
No	0	0%

Total:	20	100%
--------	----	------

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se llegó a demostrar que el 70 por ciento de las encuestadas creen que las mujeres tienen la misma libertad sexual como los hombres, el otro 25 por ciento respondió tal vez, y el restante 5 por ciento respondió que es probable.

Tabla 23

Pregunta 18: Mis luchas más difíciles son conmigo misma.

Respuestas:	Resultados:	Porcentajes:
si	12	60%
Tal vez	2	10%
Es probable	3	15%
No	3	15%

Total:	20	100%
--------	----	------

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluye que el 60 por ciento de las encuestadas indica que sus luchas más difíciles son con ellas mismas , mientras que el 10 por ciento respondió que tal vez , el otro 15 por ciento que es probable y por último el 15 por ciento restante selecciono que no.

Tabla 24

Pregunta 19: Me gusta coquetear.

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
La mayor parte del tiempo	4	20%
A veces	9	45%
Frecuentemente	4	20%
No	3	15%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos a través de la encuesta realizada el 20 por ciento de la entrevistadas le gusta coquetear, mientras que el 45 por ciento respondió que a veces, el otro 20 por ciento seleccionó frecuentemente, y por último solo un 15 por ciento de la muestra contestó que no.

Tabla 25

Pregunta 20: Muestro mis sentimientos a todo el mundo.

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
La mayor parte del tiempo	0	0%
A veces	5	25%
Frecuentemente	1	5%
No	14	70%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluye que el 70 por ciento tiende a no mostrar sus sentimientos a todo el mundo, mientras que un 25 por ciento lo tiende hacer frecuentemente y un 5 por ciento de la muestra lo realiza de manera frecuente.

Tabla 26

Pregunta 21: Desde hace algunas semanas me pongo a llorar incluso cuando la menor cosa me sale mal.

Respuestas:	Resultados:	Porcentajes:
si	5	25%
Tal vez	0	0%
Es probable	4	20%
No	11	55%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, puede concluirse que el 25 por ciento de las presentadoras de televisión dominicana en las últimas semanas , el 20 por ciento contestó que es probable y un 55 por ciento respondió que no a la pregunta antes expuesta.

Tabla 27

Pregunta 22: Me considero una persona muy sociable o extravertida.

Respuestas :	Resultados:	Porcentaje:
Frecuentemente	11	55%
De vez en cuando	6	30%
Muy pocas veces	2	10%
Nunca	1	5%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluye que el 55 por ciento respondió que frecuentemente son personas sociables y extrovertidas, un 30 por ciento de vez en cuando se consideran así, un 10 por ciento seleccionó que muy pocas veces, mientras que solo un 5 por ciento expresó que nunca se ha sentido así.

Tabla 28

Pregunta 23: No me molesta que se burlen de mí.

Respuestas:	Resultados:	Porcentajes:
Si	5	25%
Tal vez	2	10%
Es probable	5	25%
No	8	40%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluye que el 25 por ciento de la muestra afirman que no le molesta que se burlen de ellas, mientras que 10 por ciento respondieron que tal vez, un 25 por ciento seleccionó la respuesta: es probable, y un 40 por ciento respondió que no, es decir que si le molesta que se burlen de ellas.

Tabla 29

Pregunta 24: A veces creo que puedo tomar decisiones con extraordinaria facilidad.

Respuestas:	Resultado:	porcentajes:
La mayor parte del tiempo	3	15%
A veces	8	40%
Frecuentemente	6	30%
No	3	15%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluye que el 40 por ciento de las encuestadas a veces toma decisiones con mucha facilidad, un 30 por ciento contestó que frecuentemente le sucede esto, mientras que un 15 por ciento seleccionó que la mayor parte del tiempo toma decisiones con extraordinaria facilidad y el otro 15 por ciento reportó que no le sucede esto.

Tabla 30

Pregunta 25: Creo que me siento más intensamente que la mayoría de las personas.

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
Si	3	15%
Tal vez	9	45%
Es probable	3	15%
No	5	25%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, arrojó como resultado que el 15 por ciento cree que siente más intensamente que las demás personas, un 45 por ciento de las encuestadas respondió que tal vez a esta afirmación, otro 15 por ciento respondió que es probable y por último un 25 por ciento selecciono que no.

Tabla 31

Pregunta 26 : Puedo dejar de hacer algo que deseo hacer cuando otros creen que no valen la pena.

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
Frecuentemente	2	10%
De vez en cuando	8	40%
Muy pocas veces	4	20%
Nunca	6	30%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluye que el 10 por ciento de las entrevistadas deja de hacer algo por comentarios de otros, mientras que un 40 por ciento seleccionó que de vez en cuando, otro 20 por ciento seleccionó la opción de muy pocas veces , mientras que el 30 por ciento restante respondió que no.

Tabla 32

Pregunta 27: Siempre he querido permanecer en segundo plano en las actividades sociales.

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
Frecuentemente	3	15%
De vez en cuando	6	30%
Muy pocas veces	7	35%
Nunca	4	20%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos en las encuestas tomadas , se obtuvo que el 15 por ciento de las encuestadas frecuentemente han querido permanecer en un segundo plano en actividades sociales , el 30 por ciento de vez en cuando, el 35 por ciento muy pocas veces , y tan solo el 20 por ciento contestó que nunca han querido permanecer en segundo plano.

Tabla 33

Pregunta 28: Algunas personas piensan que soy vanidosa o egocéntrica.

Respuestas:	Resultados:	Porcentajes:
Si	4	20%
Tal vez	4	20%
Es probable	7	35%
No	5	25%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluye que el 20 por ciento de la muestra en algún momento se ha dado cuenta que otras personas tienen una percepción de vanidosa y egocéntrica, mientras que un 35 por ciento contestó que es probable, otro 20 por ciento que tal vez y un 25 por ciento de las entrevistadas seleccionaron que no.

Tabla 34

Pregunta 29: Creo que soy una persona especial que necesita que los demás me presten una atención especial.

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
Si	0	0%
Tal vez	6	30%
Es probable	3	15%
No	11	55%

Total:	20	100%
--------	----	------

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, un 30 por ciento de las encuestadas seleccionaron que tal vez creen que es una persona especial que necesita más atención que las demás, un 15 por ciento contestó que es probable, y un 55 por ciento contestó que no.

Tabla 35

Pregunta 30: Utilizo mi atractivo para conseguir la atención de los demás .

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
La mayor parte del tiempo	1	5%
A veces	6	30%
Frecuentemente	0	0%
No	13	65%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se verificó que solo el 5 por ciento de las encuestadas la mayor parte del tiempo utiliza su atractivo para conseguir la atención de los demás , el 30 por ciento lo realiza a veces, y el 65 por ciento restante no lo utiliza.

Tabla 36

Resultados generales de la presencia de rasgos histriónicos.

Rasgos Histriónicos	Respuestas	Porcentaje
Búsqueda de atención	83	69%
Labilidad emocional	48	60%
Emotividad excesiva	53	44%
Comportamiento seductor	52	52%
Sugestionabilidad	21	53%
Teatralidad o dramatización	38	63%

Fuente: Elaborado por Danna Vasallo, Génesis Gómez (2022).

Los resultados correspondientes a la Tabla 36 nos expone que un 69 por ciento de la muestra presentó rasgos de búsqueda de atención, un 60 por ciento labilidad emocional, la emotividad excesiva se mostró en un 44 por ciento, el comportamiento seductor obtuvo un 52 por ciento, mientras que la sugestionabilidad presentó un 53 por ciento y por último la teatralidad o dramatización se vio reflejado en un 63 por ciento de la muestra.

4.1.2 Resultados de la prueba de Redes Sociales:

Los datos obtenidos de esta prueba que serán presentados a continuación nos dan respuesta al objetivo de investigación planteado de clasificar el tipo de contenido expuesto en las redes sociales según su relación directa con los rasgos histriónicos. Los datos obtenidos son los siguientes:

Tabla 37

Pregunta 1: ¿Qué red social usas con mayor frecuencia?

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
Facebook	0	0%
Instagram	19	95%
Twitter	1	5%
Snapchat	0	0%
Telegram	0	0%
Total:	20	100%

Fuente: encuesta de redes sociales aplicada a las presentadoras, 2021.

Según los datos arrojados en el levantamiento de información, se verificó que el 95 por ciento de las encuestadas tienen una gran preferencia por la red social Instagram, mientras que solo un 5 por ciento prefiere utilizar twitter, dejando de lado las demás redes sociales que se encontraban como opción en la pregunta.

Tabla 38

Pregunta 2: ¿Cuánto tiempo dura conectado a las redes sociales?

Respuestas:	Resultados:	Porcentajes:
1 -4 horas	9	45%
5- 6 horas	9	45%
más de 6 horas	2	10%

Total:	20	100%
--------	----	------

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se demostró que el 45 por ciento de las presentadoras dominicanas utilizan en un promedio de 1 a 4 horas al día las redes sociales, otro 45 por ciento expresó utilizarlas de 5-6 horas al día, y solo un 10 por ciento las utilizan más de 6 horas diarias.

Tabla 39

Pregunta 3: ¿Con qué frecuencia publicas fotos o videos?

Respuestas:	Resultados:	Porcentajes:
Más de una vez al día	3	15%
una vez al día	4	20%
Interdiario	1	5%
2 veces a la semana	1	5%
1 vez a la semana	2	10%
1 vez al mes	9	45%
total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, un 15 por ciento de las encuestadas publica fotos o videos mas de una vez al día, un 20 por ciento una vez al día, solo un 5 por ciento interdiario , al igual que 2 veces a la semana un 5 por ciento de las personas entrevistadas , un 10 por ciento pública 1 vez a la semana , y por último un 45 por ciento lo hace solo una vez al mes.

Tabla 40

Pregunta 4: Cuando tienes una experiencia positiva o negativa, prefieres expresarlo:

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
Publicandolo en mis redes	4	20%
Comentandolo con alguien	13	65%
No comentarlo	3	15%

Total:	20	100%
--------	----	------

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los datos obtenidos de las encuestas realizadas, se concluye que el 20 por ciento de las encuestadas cuando tiene alguna experiencia prefiere publicarlo en sus redes sociales, un 65 por ciento desea compartirlo con una persona en específico y el 15 por ciento restante no lo comparte con nadie.

Tabla 41

Pregunta 5: ¿Cuántos likes o visualizaciones suelen tener sus publicaciones?

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
150- 275	13	65%
500- 1,000	2	10%
1,000 - 10,000	4	20%
más de 10,000	1	5%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los datos arrojados por la encuesta, se concluye que el 65 por ciento de las encuestadas maneja de 150- 275 visualizaciones en sus redes sociales, un 10 por ciento de las encuestadas la ve entre 500 a 1000 personas , un 20 por ciento de la muestra tienen un público entre 1,000 a 10,000, y solo un 5 por ciento más de 10,000.

Tabla 42***Pregunta 6: ¿De qué se tratan sus publicaciones regularmente?***

Respuestas:	Resultados:	Porcentajes:
Fotos de mi día a día	11	55%
Publicaciones profesionales	7	35%
fotos de paisajes	2	10%
publicaciones de comida y mi país	0	0%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, un 55 por ciento de las presentadoras dominicanas publican fotos de su día a día, mientras que un 35 por ciento publica fotos profesionales que demuestran su belleza, y el 10 por ciento restante realiza publicaciones de paisajes.

Tabla 43

Pregunta 7: ¿Cuántos comentarios suelen tener sus publicaciones?

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
50 - 100	14	73.7%
150 -500	2	10.5%
500 - 1,000	2	10.5%
más de 1,000	1	5.3%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, un 73.7 por ciento de las encuestadas reciben entre 50 - 100 likes por publicación, un 10.5 por ciento de 150 a 500 comentarios, otro 10.5 por ciento de 500 a 1,000 comentarios y solo un 5.3 más de 1,000 comentarios.

Tabla 44

Pregunta 8: ¿Qué es más importante para ti ?

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
tener mas likes que comentario	3	15.8%
Tener la misma cantidad de like que de comentarios	2	10.5%
siempre tener contenido	10	52.6%
Que las publicaciones sean perfecta	4	21.1%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, de las encuestadas un 15.8 por ciento piensan que es más importante tener mas likes que comentarios, un 10.5 por ciento piensa que es mejor tener la misma cantidad de likes que de comentarios , un 52.6 por ciento considera que lo más importante es tener contenido siempre para publicar , y por último un 21.1 por ciento considera que las publicaciones tienen que ser perfectas.

Tabla 45

Pregunta 9 : ¿Es importante para ti la cantidad de seguidores en tus redes sociales ?

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
si	9	45%
no	8	40%
Tal vez	3	15%

Total:	20	100%
--------	----	------

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, arrojó como resultado que el 45 por ciento de las encuestadas considera importante la cantidad de seguidores, un 40 por ciento piensa lo contrario, y un 15 por ciento encuentra importante tal vez la cantidad de seguidores en las redes sociales.

Tabla 46

Pregunta 10: ¿Tienes conocimiento de cuáles son las horas de mayor actividad en las redes sociales y las aprovechas para tener mayor atención de tus seguidores?

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
No	5	25%
Si	12	60%
Tal vez	3	15%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se pudo concluir que el 60 por ciento de las presentadoras dominicanas tienen conocimiento de las horas donde hay más actividad en las redes sociales, un 15 por ciento expresó que tal vez tenga el conocimiento, y por último un 25 por ciento negó tener conocimiento de estos horarios de actividad.

Tabla 47

Pregunta 11: ¿Utilizas las redes sociales para vender tu imagen personal?

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
Si	13	65%
No	4	20%
Tal vez	3	15%

Total:	20	100%
--------	----	------

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, arrojó como resultado que el 65 por ciento de las encuestadas utiliza sus redes sociales para vender su imagen personal , un 15 por ciento seleccionó la opción de tal vez , mientras que un 20 por ciento indica no hacerlo.

Tabla 48

Pregunta 12: ¿Suelo cambiar de humor si realizan un comentario en mi publicación que no es de mi agrado ?

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
Si	2	10%
No	15	75%
Tal vez	3	15%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluye que el 75 por ciento de las presentadoras no suelen cambiar de humor por algún comentario, mientras que un 15 por ciento tal vez suele cambiar de humor y un 10 por ciento si llega a realizar el cambio de humor según los datos arrojados.

Tabla 49

Pregunta 13: ¿Qué tipo de comentarios prefieres que coloquen en tus publicaciones?

Respuestas:	Resultados:	Porcentaje:
Comentarios diversos	10	50%
Comentarios halagadores	4	20%
Comentarios sarcásticos	0	0%
comentarios positivos hacia mi	6	30%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, arrojó como resultado que el 50 por ciento de las presentadoras dominicanas prefieren recibir comentarios diversos, mientras que un 20 por ciento presentan preferencia por los comentarios halagadores y el 30 por ciento restantes tienden a preferir los comentarios positivos hacia su persona.

Tabla 50

Pregunta 14: ¿A través de tus publicaciones diarias buscas llamar la atención de tus seguidores para que ellos mismos te relacionen con más seguidores ?

Respuestas:	Resultados:	Porcentajes:
La mayor parte del tiempo	4	20%
A veces	6	30%
Frecuentemente	5	25%
No	5	25%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluyo que el 20 por ciento de la muestra la mayor parte del tiempo busca llamar la atención de sus seguidores para así poder tener mas seguidores, el 30 por ciento de las encuestadas lo hacen a veces , un 25 por ciento frecuentemente y el 25 por ciento restante no busca llamar la atención de sus seguidores.

Tabla 51

Pregunta 15: ¿Cuando te sientes triste o con tus emociones al borde sueles subir publicaciones para que tus seguidores te eleven el ánimo ?

Respuestas:	Resultados:	Porcentajes:
Frecuentemente	0	0%
De vez en cuando	6	30%
Muy pocas veces	3	15%
Nunca	11	55%
Total:	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Según los resultados obtenidos, se concluye que el 30 por ciento de la muestra de vez en cuando sube publicaciones para que los seguidores le eleven el ánimo, un 15 por ciento lo hace muy pocas veces , y un 55 por ciento nunca lo hace.

Tabla 52

Resultados generales de la relación entre redes sociales y rasgos histriónicos.

Rasgos Histriónicos	Respuestas	Porcentaje
Búsqueda de atención	75	47%
Labilidad emocional	5	25%
Comportamiento seductor	13	65%
Sugestionabilidad	6	30%

Fuente: Elaborado por Danna Vasallo, Génesis Gómez (2021).

Los resultados correspondientes a la Tabla 36 nos expone que un 47 por ciento de la muestra presentó rasgos de búsqueda de atención a través de su contenido en redes sociales , la labilidad emocional mostró un 25 por ciento , el comportamiento seductor obtuvo un 65 por ciento , mientras que la sugestionabilidad se vio reflejada en un 30 por ciento .

Los siguientes resultados cumplen con el objetivo 3 de investigación identificar el promedio de edad donde más frecuentan los rasgos histriónicos:

Tabla 53

Edad

Edades	Resultados :	Porcentajes
20 - 25 años	9	45%
26-30 años	4	20%
31-35 años	1	5%
36-40 años	4	20%
41-45 años	2	10%
total :	20	100%

Fuente: Encuesta de autoevaluación de rasgos histriónicos aplicadas a las comunicadoras, 2021.

Los resultados presentados en la Tabla 4 corresponden a la Figura I, en los cuales se puede observar que del 100 por ciento de la muestra tomada, el 45 por ciento por ciento de la muestra tomando comprenden edades entre 20 a 25 años, mientras que un 20 por ciento mantienen edades entre 26 a 30 , por otra parte con tan solo un 5 por ciento según la investigación para las mujeres presentadoras entre 31 a 35 años, de igual manera se obtuvo un 20 por ciento para las edades entre 36 a 40 años y por último se obtuvo un 10 por ciento para las edades dentro del rango de 41 a 45 años de edad. Siendo más significativo para la investigación tener en cuenta que la mayor parte de la muestra son mujeres jóvenes con edades entre 20 a 25 años.

4.2. Análisis de los resultados

Analizando los resultados correspondientes al primer objetivo, que examina los rasgos histriónicos manifestados en las comunicadoras. Se puede verificar la presencia de dichos rasgos en la muestra evaluada, según la Tabla 3, que relaciona cada pregunta del instrumento con el rasgo a medir, en conjunto con la Tabla 36 que refleja los porcentajes generales de la presencia de rasgos histriónicos. Donde cabe resaltar que según los resultados obtenidos, entre los rasgos más predominantes de las encuestadas, se encuentra la búsqueda de atención con un 69 por ciento, la teatralidad o dramatización con un 63 por ciento y labilidad emocional con 60 por ciento de incidencia.

Como lo validan Orozco y Granizo (2013) donde los rasgos más predominantes arrojados en su investigación, también se encontraban la labilidad emocional y la búsqueda de atención, que según estipulan en su apartado, es uno de los rasgos más predominantes del trastorno de personalidad histriónica, expresado a través de la necesidad de siempre ser vistos y tomados en cuenta.

Lo cual se refuerza gracias a los resultados adquiridos en la presente investigación. Continuando con el segundo objetivo, que busca enlazar el contenido en las redes sociales de las comunicadoras, a los rasgos histriónicos. Tomando como referencia la Tabla 52, en la se puede evidenciar que efectivamente algunos de estos rasgos tales como la búsqueda de atención, la labilidad emocional, el comportamiento seductor y la sugestionabilidad fueron encontrados a través de sus publicaciones, siendo el rasgo de comportamiento seductor el más marcado con un 65 por ciento, en continuación de la búsqueda de atención con un por ciento en los resultados obtenidos

Continuando con el segundo objetivo, que busca enlazar el contenido en las redes sociales de las comunicadoras, a los rasgos histriónicos. Tomando como referencia la Tabla 52, en la se puede evidenciar que efectivamente algunos de estos rasgos tales como la búsqueda de atención, la labilidad emocional, el comportamiento seductor y la sugestionabilidad fueron encontrados a través de sus publicaciones, siendo el rasgo de comportamiento seductor el más marcado con un 65 por ciento, en continuación de la búsqueda de atención con un por ciento en los resultados obtenidos.

Contribuyendo a estos resultados, se puede rectificar con la indagación de Acosta y ortiz (2017) donde buscaban determinar la perspectiva que tenía su muestra ante las redes sociales, su estudio arrojó que el 47 por ciento de sus evaluados le gustaría contar con más de 100 likes o visualizaciones en sus publicaciones, lo que también se relaciona al rasgo de búsqueda de atención en las redes sociales, al igual que en las comunicadoras estudiadas.

Contribuyendo a estos resultados, se puede rectificar con la indagación de Acosta y ortiz (2017) donde buscaban determinar la perspectiva que tenía su muestra ante las redes sociales, su estudio arrojó que el 47 por ciento de sus evaluados le gustaría contar con más de 100 likes o visualizaciones en sus publicaciones, lo que también se relaciona al rasgo de búsqueda de atención en las redes sociales, al igual que en las comunicadoras estudiadas.

Finalizando con el tercer objetivo, establecido para denominar en que edades estos rasgos son más propensos a encontrarse en estas comunicadoras, en cuanto a la figura 2, se puede afianzar que el máximo porcentaje de mujeres comunicadoras se reflejó entre las edades de 20 a 25 años con el 45 por ciento, garantizando que los rasgos son más predominantes del grupo estudiado se encuentra a inicios de la etapa adulta, así como estipula (Skodol, 2020) de que los trastornos y sus rasgos de personalidad suelen mostrarse a finales la adolescencia o en la aparición de la existencia adulta.

También en la Tabla 37 de los datos obtenidos de la encuesta de redes sociales, se pudo apreciar que la red social con mayor auge para las comunicadoras es Instagram con un 95%, comprobando lo que establece Rosario (2017), donde coloca a esta red social como una de las más utilizadas. Así además corroborando lo que demuestran Acosta y Ortiz (2017) en su investigación, donde la red social más utilizada en un grupo de jóvenes, era Instagram con un 56 por ciento.

4.3. Conclusión

De acuerdo a los datos analizados anteriormente, se pudo evidenciar la aparición en la muestra analizada, de todos los rasgos histriónicos evaluados en la presente investigación, además de que estos se reflejaron en porcentajes por encima del 40 por ciento, lo que puede denotar una posible existencia del trastorno de personalidad histriónico en algunas comunicadoras, sin embargo el diagnóstico final no es sustentado a través de esta investigación, por el hecho de que depende de otro proceso profesional para ser confiable.

Se concluyó que estos rasgos tienen relación en cómo estas comunicadoras utilizan sus redes sociales, satisfaciendo las necesidades impulsadas por cada rasgo histriónico reflejado a través del contenido de sus plataformas. Esto se relaciona a nuestra alerta inicial, la cual dio el génesis a la idea de desarrollo para esta indagación y su problemática principal. Se comprobó que los rasgos histriónicos que más se repiten en la muestra son: el rasgo de labilidad emocional, teatralidad o dramatización y búsqueda de atención, mientras que los rasgos de sugestionabilidad, emotividad excesiva y conducta seductora aparecen en segundo plano mas no en porcentajes muy bajos.

Sin embargo, en consecuencia de lo expuesto, entre los rasgos más manifestados a través de las redes sociales se encuentra el comportamiento seductor en colectividad con el de ser el centro de atención. Por consiguiente el patrón de contenido que exponen estas comunicadoras podría ser tanto por causa de la influencia de estos rasgos predominantes, como por otras variables de influencias como la presión social por las tendencias que se visualizan y son parte de la dinámica nociva de las redes sociales.

Gracias a todo lo anterior se pudo concluir que las comunicadoras dominicanas invierten un tiempo prolongado en el uso de sus redes sociales, demostrando que para ellas es muy importante disponer de contenido para siempre publicar, lo cual provoca la ganancia de más seguidores, mantener la interacción con el público y obtener una gran puntuación de atención y validación a través de lo que exponen en sus plataformas.

Según todos los resultados obtenidos, se pudo lograr dar respuestas a las incógnitas de la investigación, y a la inferencias iniciales anteriormente planteadas, comprobando que las comunicadoras si utilizan sus aspectos físicos y comportamientos seductores para la búsqueda de atención y esto lo expresan a través del uso activo en sus redes sociales.

Así también dando a demostrar cómo estas conductas consumidas por los usuarios se están viendo estandarizadas, las cuales pueden llegar crear un efecto rebote en el público al que se expone, especialmente los jóvenes. Finalmente se concluyó que a pesar de todos los rasgos manifestados en los resultados, no se puede afirmar que estas comunicadoras padecen en sí el trastorno histriónico, para esto se debe realizar un proceso minucioso de evaluación a través pruebas psicológicas y entrevistas estructuradas por un profesional calificado del área de la salud mental.

4.4. Recomendaciones

De acuerdo con los resultados obtenidos en esta investigación, se destaca la importancia de recomendar lo siguiente:

A la Escuela de Psicología de la Universidad Pedro Henríquez Ureña a impulsar a sus estudiantes de la carrera de Psicología clínica al estudio de los trastornos de personalidad, para contar con investigaciones actuales que colaboren a dar respuestas a futuras problemáticas relacionadas a este tema.

A los estudiantes y profesionales de la psicología, no restar importancia a la ampliación de las investigaciones acerca de los trastornos de personalidad, los cuales continuarán afectando a la población dominicana, aunque estos no tienen cura, si existen terapias que mejoran y contribuyen al desarrollo de una vida funcional en estos pacientes, algunas de ellas expuestas en la presente investigación.

Por esa misma vía, sugerimos al colegio dominicana de psicólogos (CODOPSI) en conjunto con las organizaciones gubernamentales encargadas de la niñez dominicana como el Consejo Nacional para la Niñez y la Adolescencia (CONANI) y el Instituto Nacional de Atención Integral a la Primera Infancia (INAIPI) establecer programas sobre la psicoeducación acerca de estilos de crianza saludables hacia los padres, que busquen reducir los patrones marcados por la violencia en los hogares dominicanos, disminuyendo así los factores de riesgo a posibles trastornos en el futuro adulto de los niños.

A los profesionales de la salud que se encuentren en el mundo de las redes sociales, utilizar esta herramienta para combatir el contenido dañino que se puede llegar a normalizar, creando desorden emocional que interferiría con la calidad de vida de la sociedad. Actualizándose en conjunto a la juventud, utilizando sus mismas vías de

entretenimiento para crear contenidos acerca del cuidado de la salud mental, como videos interactivos de Tiktok, lives en Instagram, publicaciones constantes y llamativas al público viralizando informaciones relevantes relacionados a temas psicológicos que los espectadores puedan tener en cuenta y aplicar a sus formas de vidas. Con Hashtag tales como #Cuidemoslasaludmental #Mentessanas #Cuidadoemotional #Juventudestable.

Como profesionales de la psicología, son los encargados de fomentar en la sociedad el hábito del cuidado psíquico, por lo tanto, se sugiere a la generación de profesionales que llega a integrarse en este periodo al mundo laboral, contando con la ventaja de la juventud para influir en esta misma población, impulsarse mediante talleres y cursos psicoeducativos que pueden llegar a concientizar a la sociedad sobre la estabilidad emocional y la importancia de la salud mental.

Así mismo a la población estudiada de comunicadoras dominicanas, a poner como prioridad principal la salud mental, acudiendo al acompañamiento de profesionales del área, para evitar que estos patrones de comportamientos expuestos, puedan a futuro interferir de manera significativa en su bienestar y su diario vivir. Solicitando ser evaluadas para confirmar la presencia de un posible trastorno de personalidad en base a los rasgos marcados arrojados en los resultados.

Por otro lado, se exhorta a las mismas mantener en cuenta la precaución hacia el contenido expuesto en sus redes sociales. Se pone a disposición el contenido de la presente investigación para que puedan confirmar las repercusiones relevantes y la influencia dañina que puede llegar a tener estas plataformas, así mismo como pueden seguir indagando a través de internet acerca de esto. Considerando la cantidad de seguidores y la influencia que pueden tener cada imagen, frases y formas de expresión, manteniendo la esencia y la

autenticidad de sus marcas personales como comunicadoras, utilizarla para potenciar el buen uso y los beneficios saludables que también pueden tener las redes sociales.

Esto lo pueden lograr mediante la guía de un profesional a su elección, asociándose a estos que estén dispuestos a formar un equipo donde mediante sus programas de contenidos por ejemplo, pueden crear segmentos tales como “Hablemos de salud mental”, “Hora de psicología”, “Como cuidar nuestra mente”. Para la selección de los temas a compartir en dichos segmentos, se podría empezar haciendo encuestas rápidas al público en la opción que ofrecen las historias de Instagram como, ¿Conoces que son los trastornos de personalidad?, ¿Has atravesado por problemas emocionales que no sabes cómo lidiar?, ¿Te interesaría saber cómo influye el uso de las redes sociales en el bienestar emocional? .

Esto para partir de una idea de en qué punto se encuentra el público con respecto al conocimiento de los temas de psicología y la conciencia de cómo su comportamiento en estas plataformas tiene el poder de influir tanto en sí mismo como en los demás. Luego de obtener esta información, comenzar con la promoción y viralización, motivando a otros colegas de trabajo y más profesionales a unirse a este movimiento a favor del buen uso de las redes sociales.

Referencias Bibliográficas

Asociación Americana de Psiquiatría. (2013). Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales (5ª ed.). <https://doi.org/10.1176/appi.books.9780890425596>

Barba, V. A. (2013). *Trastorno Histriónico de la Personalidad: una revisión* [Universidad de Zaragoza]. <https://zaguan.unizar.es/record/11374/files/TAZ-TFG-2013-550.pdf>

Basterra Olives, M., & Cabrera Hernández, L. (2021). *Las redes sociales y su influencia en trastornos como la depresión en los jóvenes*. Universidad de La Laguna.

Batista, K. R. (2015, octubre 28). *¿A qué nos referimos cuando hablamos de personalidad y sus trastornos?* *Psyciencia*. <https://www.psyciencia.com/a-que-nos-referimos-cuando-hablamos-de-personalidad-y-sus-trastornos/>

Beck, A. T. y Freeman, A. (1990). *Cognitive therapy of personality disorders*. Nueva York: Guilford. FLICK, S. N. «DSM-III-R Personality disorders in a mood and anxiety disorders clinic: prevalence, comorbidity and clinical correlates», *J. Affect Disord.* 1993, 27 (2). pp. 71-79.

Bellver, E. (2019, junio 11). *Inventario personalidad MMPI: qué es y cómo funciona*. [depsicologia.com. https://depsicologia.com/inventario-personalidad-mmpi/](https://depsicologia.com/inventario-personalidad-mmpi/)

Besada, R (2007). *Técnicas de apoyo psicológico y social al paciente y familiares*. España: Ideas propias.

Blacker, K. H., Tupin, J. P, «*Hysteria and hysterical structures: developmental and social*

theories», en Horowitz, M. L. Hysterical personality style and the histrionic persrmlativ disorder. Nueva Jersey, Jason Aronson, 1991, pp. 17-65.

Blanco Artola, C., Gómez Solorzano, N., & Orozco Matamoros, D. (2020). *Actualización de los trastornos de personalidad*. Revista Médica Sinergia, 5(4), e437.

<https://doi.org/10.31434/rms.v5i4.437>

Boyd, D. m., & Ellison, N. B. (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication: JCMC*, 13(1),

210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>.

Caballo, V. E., & Conductual: *Tratamientos Cognitivo-Conductuales Para Los Trastornos De Personalidad Psicología*. (2001). TRATAMIENTOS COGNITIVO-CONDUCTUALES PARA LOS TRASTORNOS DE PERSONALIDAD.579–605.

Cardenal, V., Sánchez, M. ^a. P., & Ortiz-Tallo, M. (2007). *Los trastornos de personalidad según el modelo de Millon: una propuesta integradora*. *Clínica y salud*, 18(3), 305–324.

https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1130-52742007000300004

Cloninger. (2003). *Teoría de la personalidad de Gordon Allport*. Edu.ec.

https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2015D1_PSI105_11_47108.pdf.

Cohen, B. J. «*Personality disorder in later Jife a community study*», Br. 1. Psychiatry, 1994, 165, pp. 493-499.

Jesús Arango Ramírez, A. J. (ABRIL DE 2015). “*Rasgos de personalidad según orden de nacimiento*” Universidad Rafael Landívar.

Definición. (s/f). *Significado y definición de red social, etimología de red social*. Definiciona.com.

Recuperado el 8 de febrero de 2022, de <https://definiciona.com/red-social/>.

Dolan, M., «*Psychopathy - a neurobiological perspective*», «Br. J. Psychiatry. 1994, 165, pp 151-

159. Domingo, S., & Dominicana, R. (s/f). *Adaptación para la Republica Dominicana*.

Unicef.org. Recuperado el 8 de febrero de 2022, de

<https://www.unicef.org/dominicanrepublic/media/2916/file/Publicaci%C3%B3n%20%7C%20Guia%20Metodol%C3%B3gica%20para%20realizar%20talleres%20con%20madres%20y%20padres:%20Texto%20para%20facilitadores-as.pdf>.

Easser y Lesser 1965, citados por Akhtar en Broken Structures. *Severe personality disorders and their treatment*, Jersey, Northwale, 1992.

Echeburúa, E. (2014). *La evaluación de los trastornos de la personalidad según el DSM-5:*

Recursos y Limitaciones. Terapia Psicológica, 255–264.

Encuesta. (2020, febrero 23). *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>.

Erica, F. V. O. E. (2013). *Los rasgos de personalidad histriónica y su influencia en la conducta de*

los estudiantes de primer año de bachillerato de la unidad educativa universitaria “Milton Reyes” de la ciudad de riobamba, periodo enero – junio 2013 [Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/1283>.

Espada, B. (2021, abril 29). *Qué es el método descriptivo y ejemplos* okdiario.com

<https://okdiario.com/curiosidades/que-metodo-descriptivo-2457888>.

Esther Pérez Pérez, Ana González Rodríguez, Ana Moreno Pérez, Nuria Ponte Velón, Manuel

- Delgado Criado (Ed.). (1997). *Personalidad Histérica o Trastorno de Personalidad Histriónico: Una Revisión* (Vol. 17, Número 62). Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría. <https://www.revistaaen.es/index.php/aen/article/view/15532>.
- Fernández Sánchez, N. (2013). Trastornos de conducta y redes sociales en Internet. *Salud mental (Mexico City, Mexico)*, 36(6), 521. <https://doi.org/10.17711/sm.0185-3325.2013.063>.
- Fundamentos de la Psicología. Manual Autoformativo / Verónica Sotelo Narváez–Huancayo: Universidad Continental. Modalidad Virtual; 2016.–196 p.
- Garcés, M. B. D. E. (2017). *Aproximación a las buenas prácticas de crianza en acogimiento residencial: Propuesta de intervención para mejorar el rol de los cuidadores directos en Aldeas Infantiles SOS República Dominicana*. Universidad de Zaragoza.
- Hernández, M. B. O. L. (2021). Las Redes Sociales y su Influencia en Trastornos como la Depresión en los Jóvenes. Universidad de la laguna.
- Hernández, S., Collado Fernández, C., & Baptista, P. (2003). *El proceso de investigación y los enfoques cualitativos y cuantitativos: hacia un modelo integral*. México.
- Horowitz, M. J. (1995). *Histrionic personality disorder*. En G. O. Gabbard (dir.), *Treatments of psychiatric disorders*, 2ª edición (pp. 2311-2327). Washington: American Psychiatric Press https://www.behavioralpsycho.com/wp-content/uploads/2020/04/10.Caballo-3_9-3oa-1.pdf.
- Hütt Herrera, Harold (2012). *Las Redes Sociales: Una Nueva Herramienta de Difusión*. Reflexiones, 91 (2),121-128. [fecha de Consulta 8 de Febrero de 2022]. ISSN: 1021-1209.

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72923962008>.

Kemp, S. (2019, enero 31). *Digital 2019: Global digital overview*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview>. *La influencia de los medios de comunicación en los jóvenes*. (s/f). Eumed.net. Recuperado el 8 de febrero de 2022, de <https://www.eumed.net/rev/cccss/2015/03/informacion-jovenes.html>.

Lerena, R. S. C. (2010). *Escalas para Evaluar la Personalidad y Trastornos de la Personalidad*. Universidad de Aquino Bolivia.

Livesley, WJ (2001). Un marco para un enfoque integrado del tratamiento. En WJ Livesley (Ed.), *Manual de trastornos de la personalidad: Teoría, investigación y tratamiento* (págs. 570–600). Prensa Guilford.

Marchant, M. (2000). Apuntes sobre historia. *Revista de psicología*, 9(1), 135.
<https://doi.org/10.5354/0719-0581.2000.1855>.

Marín, J. L. (Junio de 2016). *Psicofarmacología de los Trastornos de Personalidad*. Psicociencias.org. https://www.psicociencias.org/pdf_noticias/PSICOFARMACOLOGIA_DE_LOS_TP_COP_16.pdf.

Máximo Winberg Nodal Ramón J. Vilalta Suárez (Ed.). (2009). *Evaluación de trastornos de personalidad mediante el Inventario Clínico Multiaxial (MCMI-II) en una muestra forense* (Vol. 21, Número 4). Psicothema. <https://www.redalyc.org/pdf/727/72711895018.pdf>

Menéndez, M. Isabel (2001). “Una representación invisible: imagen actual de las mujeres en la información”, en *Mujeres en medio: repaso crítico a los medios de comunicación y su*

lenguaje, Asociación de Mujeres Profesionales de la Comunicación (AMECO), España, pp. 77-96.

Monclús, S. S. (2020, diciembre 17). *Repercusiones psicológicas de las redes sociales*. ISEP. <https://www.isep.es/actualidad-psicologia-clinica/repercusiones-psicologicas-redes-sociales>.

Moquete, E. A. G. (2018). *Comorbilidades psiquiátricas más frecuente en pacientes ingresados a la unidad de psiquiatría en el Hospital General Dr. Vinicio Calventi desde abril 2016 - abril 2018* Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña.

Moyano, B. C. (2003). *Trastorno Histriónico de la Personalidad*. Academia.Edu. <https://www.academia.edu/search?q=trastorno%20histrionico%20de%20la%20personalidad>.

Oldham, J. M., Bender, D. S., Skodol, A. E., Gibbon, G. O. y American Psychiatric Publishing Inc. (2007). *Tratado de los trastornos de la personalidad [Textbook of personality disorders]*. Barcelona, España: Elsevier Masson.

Ordóñez Fernández, M. P. (2010). ¿Histeria, Simulación o Neurosis de Renta? *Revista clínica de medicina de familia*, 3(1), 39–45. <https://doi.org/10.4321/s1699-695x2010000100009>.

Peiró, R. (2017, octubre 3). *Redes sociales*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/redes-sociales.html>.

Peláez, J. C., Reyes-Molón, L., & Teijeira-Levet, C. (2013). ¿Necesitamos tratamiento farmacológico en el trastorno de personalidad? [Do we need pharmacological treatment in

personality disorder?]. *Acción psicológica*, 10(1). <https://doi.org/10.5944/ap.10.1.7037>.

Piper, W. E. y Joyce, A. S. (2001). Psychosocial treatment outcome. En W. J. Livesley (dir.), *Handbook of personality disorders* (pp. 323-343). Nueva York: Guilford.
https://www.behavioralpsycho.com/wp-content/uploads/2020/04/10.Caballo-3_9-3oa-1.pdf.

Prueba de Personalidad 16pf. (2018, otoño 7). <https://www.protegerips.com/>.
<https://www.protegerips.com/prueba-de-personalidad-16pf>.

Psicología. (s/f). Concepto. Recuperado el 8 de febrero de 2022, de <https://concepto.de/psicologia-3/>.

Ramírez, Á., & Yovany, L. (2021). *Caracterización de las creencias irracionales del trastorno histriónico de la personalidad*. *Psicogente*, 143–154.

Ramírez, L. Y. A. (11/diciembre 2013). Creencias irracionales prototípicas del trastorno de la personalidad por dependencia1. *Revista Virtual de Ciencias Sociales y Humanas "PSICOESPACIOS"*, 7(11), 1–22. <file:///C:/Users/Genesis/Downloads/Dialnet-CreenciasIrracionalesPrototipicasDelTrastornoDeLaP-4863334.pdf>.

San Miguel, M. T., & Livesley, J. (2001). *Investigaciones en trastornos de la personalidad*. En *Revista Internacional de Psicoanálisis Aperturas*.

San Narciso, G. I., Gutiérrez, E., Saiz, P. A., González, M. R., Bascarán, M. T., & Bobes, J. (2000). Evaluación de trastornos de la personalidad en pacientes heroinómanos mediante el International Personality Disorders Examination (IPDE). *Adicciones*, 12(1), 43.

<https://doi.org/10.20882/adicciones.624>.

Shapiro, D., *Neurofic styles*, Nueva York, Basic Books, 1965.

Sigmund, D., «*Die Phenomenologie del' hysterisehen Personliehkeitsstorung*», *Nervenarzt*.
1994,65 (1), pp. 18-25.

Solís, L. D. M. (2019, noviembre 26). *Marco metodológico de investigación*. Investigalia.
<https://investigaliacr.com/investigacion/marco-metodologico-de-investigacion/>.

Trastorno histriónico de la personalidad: la emotividad llevada al exceso. (s/f).

Universidadviu.com. Recuperado el 8 de febrero de 2022, de

<https://www.universidadviu.com/es/actualidad/nuestros-expertos/trastorno-histrionico-de-la-personalidad-la-emotividad-llevada-al>.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (2018, septiembre 27). *Los Riesgos en Redes Sociales (Parte I) - Noticias UNAD*. noticias.unad.edu.co.

<https://noticias.unad.edu.co/index.php/gidt/2444-los-riesgos-en-redes-sociales>.

Vaillant, G. E. y Perry, J. C. (1980). *Personality disorders*. In H. Kaplan, A. M. Freedman, & B. Sadock (Eds.), *Comprehensive textbook of psychiatry/III*, pp. 1562-1590.

Wessler, R. L. (1993). *Enfoques cognitivos para los trastornos de personalidad*. *Psicología Conductual*, 1, 35-50. https://www.behavioralpsycho.com/wp-content/uploads/2020/04/10.Caballo-3_9-3oa-1.pdf.

Westreicher, G. (2020, febrero 23). *Encuesta*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>.

- Winberg Nodal, M., & Vilalta Suárez, R. J. (2009). Evaluación de trastornos de personalidad mediante el Inventario Clínico Multiaxial (MCMI-II) en una muestra forense. *Psicothema*, 21(4), 610–614. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72711895018>.
- Zafra Galvis, O. (2006). Tipos de Investigación. *Revista científica General José María Córdova*, 4(4), 13–14. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476259067004>.
- Zimmerman, M. (2021, mayo). *Introducción a los trastornos de la personalidad*. Manual MSD versión para público general. <https://www.msmanuals.com/es-do/hogar/trastornos-de-la-salud-mental/trastornos-de-la-personalidad/introducci%C3%B3n-a-los-trastornos-de-la-personalidad>.

Parte 6. Anexos

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO DOMÍNGUEZ DOMÍNGUEZ
FACULTAD DE INVESTIGACIÓN Y PROYECTO
ESCUELA DE PSICOLOGÍA


UNPHU

Señores : Escuela de Psicología
Asunto : Entrega Trabajo de Investigación
Fecha : Enero 25, 2021

Por medio de la presente hacemos entrega formal del trabajo de investigación realizado por los (las) estudiantes de Psicología Clínica:

<u>Nombre</u>	<u>Matricula</u>
Danna Vassallo Paredes	17-1523
Genesis Nicole Gómez Calcaño	17-1375

El estudio lleva por título: Manifestaciones de rasgos histriónicos a través de las redes sociales en comunicadoras sociales de 20 a 45 años, periodo Septiembre 2021 -Enero 2022, Distrito Nacional, República Dominicana.

Así mismo queremos certificar que los (las) estudiantes agotaron el proceso de acompañamiento requerido para presentar defensa del trabajo realizado, por lo cual autorizamos la entrega del mismo a los jurados para su conocimiento y revisión, así como la asignación de la fecha, hora y lugar de la presentación y sustentación de este estudio.

Cordialmente 
Lic. Daysi Massiel Santana Meregildo
Asesora de contenido


Lic. Balduino Rainero Acosta
Asesor Metodológico

cc.: Tesis de Grado

Apéndice 1. Encuesta de autoevaluación

Test de Autoevaluación

Por favor llenar el siguiente cuestionario con la mayor sinceridad posible.

Este cuestionario es exclusivamente para comunicadoras ejerciendo.

***Obligatorio**

1. Iniciales. *

2. Edad *

Sección sin título

Sección sin título

Sección sin título

Sección sin título

3. 1. En una fiesta prefiero que otros hagan los chistes o cuentos.

Marca solo un óvalo.

Sí

No

A veces

Frecuentemente

4. 2. La mayor parte de la gente con la que me encuentro en una fiesta se alegra realmente de verme.

Marca solo un óvalo.

- Si
 Tal vez
 No
 La mayor parte del tiempo

5. 3. Cuando alguien me habla mal o se enoja conmigo , suelo olvidar lo sucedido rápidamente.

Marca solo un óvalo.

- Frecuentemente
 De vez en cuando
 Muy pocas veces
 Nunca

6. 4. Cuando me equivoco , me cuesta admitirlo.

Marca solo un óvalo.

- Frecuentemente
 De vez en cuando
 Muy pocas veces
 Nunca

7. 5. Soy una persona sociable.

Marca solo un óvalo.

- Si
- Tal vez
- No
- La mayor parte del tiempo

8. 6. Mis sentimientos no son heridos con facilidad.

Marca solo un óvalo.

- Si
- Tal vez
- Es probable
- No

9. 7. No me preocupa lo que otros piensen de mí.

Marca solo un óvalo.

- Si
- Tal vez
- Es probable
- No

10. 8. Si yo fuera periodista, me gustaría escribir noticias de teatro.

Marca solo un óvalo.

- Sí
 Tal vez
 Es probable
 No

11. 9. No siempre digo la verdad.

Marca solo un óvalo.

- Sí
 Tal vez
 Es probable
 No

12. 10. Mis sentimientos son como el tiempo: siempre están cambiando.

Marca solo un óvalo.

- La mayor parte del tiempo
 A veces
 Frecuentemente
 No

13. 11. Tengo habilidad para "dramatizar" las cosas.

Marca solo un óvalo.

- La mayor parte del tiempo
 A veces
 Frecuentemente
 No

14. 12. No me gusta ser el centro de atención.

Marca solo un óvalo.

- Si
 Tal vez
 Es probable
 No

15. 13. Me gusta hablar sobre temas sexuales.

Marca solo un óvalo.

- Frecuentemente
 De vez en cuando
 Muy pocas veces
 Nunca

16. 14. Me ruborizo fácilmente.

Marca solo un óvalo.

- Frecuentemente
- De vez en cuando
- Muy pocas veces
- Nunca

17. 15. Lloro con facilidad.

Marca solo un óvalo.

- Frecuentemente
- De vez en cuando
- Muy pocas veces
- Nunca

18. 16. Me gusta vestirme para destacar entre la gente.

Marca solo un óvalo.

- Frecuentemente
- De vez en cuando
- Muy pocas veces
- Nunca

19. 17. Creo que la mujer debe tener tanta libertad sexual como los hombres.

Marca solo un óvalo.

- Sí
 Tal vez
 Es probable
 No

20. 18. Mis luchas más difíciles son conmigo misma.

Marca solo un óvalo.

- Sí
 Tal vez
 Es probable
 No

21. 19. Me gusta coquetear.

Marca solo un óvalo.

- La mayor parte del tiempo
 A veces
 Frecuentemente
 No

22. 20. Muestro mis sentimientos a todo el mundo.

Marca solo un óvalo.

- La mayor parte del tiempo
- A veces
- Frecuentemente
- No

23. 21. Desde hace algunas semanas me pongo a llorar incluso cuando la menor cosa me sale mal.

Marca solo un óvalo.

- Si
- Tal vez
- Es probable
- No

24. 22. Me considero una persona muy sociable o extravertida.

Marca solo un óvalo.

- Frecuentemente
- De vez en cuando
- Muy pocas veces
- Nunca

25. 23. No me molesta que se burlen de mí.

Marca solo un óvalo.

- Sí
 Tal vez
 Es probable
 No

26. 24. A veces creo que puedo tomar decisiones con extraordinaria facilidad.

Marca solo un óvalo.

- La mayor parte del tiempo
 A veces
 Frecuentemente
 No

27. 25. Creo que siento más intensamente que la mayoría de las personas.

Marca solo un óvalo.

- Sí
 Tal vez
 Es probable
 No

28. 26. Puedo dejar de hacer algo que deseo hacer cuando otros creen que no valen la pena.

Marca solo un óvalo.

- Frecuentemente
 De vez en cuando
 Muy pocas veces
 Nunca

29. 27. Siempre he querido permanecer en segundo plano en las actividades sociales.

Marca solo un óvalo.

- Frecuentemente
 De vez en cuando
 Muy pocas veces
 Nunca

30. 28. Algunas personas piensan que soy vanidosa o egocéntrica.

Marca solo un óvalo.

- Si
 Tal vez
 Es probable
 No

Apéndice 2. Encuesta de redes sociales

21/1/22 11:13 Encuesta de Redes Sociales

Encuesta de Redes Sociales
Por favor llenar la siguiente encuesta con la mayor sinceridad posible.
Este encuesta es exclusivamente para comunicadoras ejerciendo.

***Obligatorio**

1. Iniciales *

2. Edad *

3. 1- ¿Qué red social usas con mayor frecuencia?

Marca solo un óvalo.

Facebook

3. 1- ¿Qué red social usas con mayor frecuencia?

Marca solo un óvalo.

Facebook

Instagram

Tweeter

Snapchat

Telegram

4. 2- ¿Cuánto tiempo dura conectado a las redes sociales?

Marca solo un óvalo.

1- 4 horas

5 - 6 horas

Más de 6 horas al día

5. 3-¿Con qué frecuencia publicas fotos o vídeos?

Marca solo un óvalo.

- Más de una vez al día
- Una vez al día
- Interdiario
- 2 veces a la semana
- 1 vez a la semana
- 1 vez al mes

6. 4- Cuando tienes una experiencia positiva o negativa, prefieres expresarlo:

Marca solo un óvalo.

- Publicándolo en mis redes sociales
- Comentándolo con alguien en particular
- No comentarlo con nadie

7. 5-¿Cuántos likes o visualizaciones suelen tener sus publicaciones?

Marca solo un óvalo.

- 150-275
- 500- 1,000
- 1,000 - 10,000
- Más de 10,000

8. 6-¿De que se tratan sus publicaciones regularmente?

Marca solo un óvalo.

- Fotos de mi día a día
- Publicaciones profesionales que demuestran mi belleza
- Fotos de paisajes
- Publicaciones de comida y lugares de mi país

9. 7-¿Cuántos comentarios suelen tener sus publicaciones?

Marca solo un óvalo.

- 50 - 100 comentarios
- 150-500
- 500- 1,000
- Mas de 1,000

10. 8-¿Qué es más importante para ti ?

Marca solo un óvalo.

- Tener mas likes que comentarios
- Tener la misma cantidad de comentarios que de likes
- Siempre tener contenido para publicar
- Que todas mis publicaciones sean perfectas

11. 9-¿Es importante para ti la cantidad de seguidores en tus redes sociales ?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 Tal vez

12. 10-¿Tienes conocimiento de cuáles son las horas de mayor actividad en las redes sociales y las aprovechas para tener mayor atención de tus seguidores ?

Marca solo un óvalo.

- No
 Si
 Tal vez

13. 11-¿Utilizas las redes sociales para vender tu imagen personal ?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 Tal vez

14. 12-¿Suelo cambiar de humor si realizan un comentario en mi publicación que no es de mi agrado ?

Marca solo un óvalo.

- Si
 No
 Tal vez

15. 13-¿Qué tipo de comentarios prefieres que coloquen en tus publicaciones?

Marca solo un óvalo.

- Comentarios diversos
- Comentarios halagadores
- Comentarios sarcásticos
- Comentarios positivos hacia mi persona

16. 14-¿A través de tus publicaciones diarias buscas llamar la atención de tus seguidores para que ellos mismos te relacionen con más seguidores ?

Marca solo un óvalo.

- La mayor parte del tiempo
- A veces
- Frecuentemente
- No

17. 15-¿Cuando te sientes triste o con tus emociones al borde sueles subir publicaciones para que tus seguidores te eleven el ánimo ?

Marca solo un óvalo.

- Frecuentemente
- De vez en cuando
- Muy pocas veces
- Nunca

Google no creó ni aprobó este contenido.

Goole Formularios

HOJA DE FIRMAS

Danna Richel Vassallo Paredes
Sustentante

Genesis Gomez
Sustentante

Daysi Santana
Asesora

Balduino Acosta
Asesor

Lic. Hilda Aquino
Jurado

Lic. Maria Soranyi Grullon
Jurado

Lic. Ivan de Jesus Moronta
Jurado

Marisol Ivonne Guzmán Cerda
Directora Escuela Psicología

