

ESCALA DE AUTOPRESENTACIÓN ONLINE AUTÉNTICA

(de la Iglesia & Castro Solano, 2024)

CÓMO CITAR ESTA TÉCNICA:

de la Iglesia, G. & Castro Solano, A. (2024). Autopresentación online auténtica: ¿una forma saludable de presentarse online? *Acta Colombiana de Psicología*, 27(1), 247-270. <https://doi.org/10.14718/ACP.2024.27.1.14>

FICHA TÉCNICA

Autor: Guadalupe de la Iglesia y Alejandro Castro Solano

Año: 2024

Finalidad: Analiza la autopresentación online auténtica (AOA): grado en que las personas se presentan de manera online de modo auténtico, sin distorsionar su modo de ser offline.

Cantidad de Ítems: 8. No tiene ítems inversos. Escala Likert en 6 posiciones (0 = completamente falso a 5 = completamente verdadero)

Subescalas: Puntaje total de autopresentación online auténtica.

Aplicación: Individual o grupal

Edad de aplicación: de 18 años en adelante

Tipificación local: Se pueden calcular puntuaciones estándar mediante los estadísticos descriptivos locales (2024).

Ámbitos de aplicación: Se puede utilizar en cualquier ámbito en el que se quieran describir la autopresentación online auténtica.

Materiales: Se puede administrar de forma online o presencial.

BREVE FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA ESCALA

En términos generales, la autopresentación es un proceso a través del cual las personas comunican aspectos particulares del sí-mismo a los demás (Leary & Kowalski, 1990). Existe acuerdo en que la autopresentación alude a un proceso en el que se busca de algún modo controlar cómo se es percibido por los otros y que este constituye un tipo específico de manejo de la impresión, que está referido al sí-mismo (Leary & Tangney, 2003; Schlenker, 2012).

Algunos investigadores son partidarios de pensar la autopresentación como un rasgo, sugieren que no existe una disociación entre los mundos online y offline, y que las personas se autopresentan en internet tal cual son en la vida offline (Back et al., 2010; Gosling et al., 2007). Sin embargo, existe evidencia que sugiere que la autopresentación online puede no ser estable y que es maleable en función del contexto (Salimkhan et al., 2010), de allí se podría hipotetizar su variación en el contexto online. Es decir, que la autopresentación online puede ser bastante diferente a la autopresentación en contextos offline ya que está influenciada por varios cientos de contactos virtuales, y no solamente por el número de vínculos o relaciones del contexto offline (Michikyan, 2020; Michikyan et al., 2015).

La autopresentación online puede ser auténtica o no auténtica (Geary et al., 2021). Aquellas personas que ocultan parte de su identidad o asumen una identidad completamente diferente de la que tienen en el mundo offline tienen más probabilidades de experimentar baja autoestima o apego ansioso o evitativo (Gil-Or et al., 2015). Por el contrario, aquellos usuarios que realizan una autopresentación online auténtica tienden a experimentar resultados psicológicos y sociales positivos (Reinecke & Trepte, 2014). La autopresentación auténtica online se asocia con una mayor autoestima (Yang & Brown, 2016), con un autoconcepto más integrado y coherente (Michikyan et al., 2014), con un mayor sentido de pertenencia (Wang et al., 2018), una mayor conexión social, menor estrés percibido (Grieve & Watkinson, 2016), mayor bienestar psicológico, afecto positivo y apoyo social (Niu et al., 2015). De estos resultados reseñados se puede deducir que la integración y la armonía del mundo online y el mundo offline resulta crucial para la salud y para experimentar estados psicológicos positivos.

EVIDENCIAS PSICOMÉTRICAS

La escala cuenta con estudios de evidencias de validez de constructo estimada mediante análisis factoriales exploratorios y confirmatorios, así como evidencias de validez convergente e incremental con distintas variables relevantes. La confiabilidad calculada mediante alfas de Cronbach y ordinales fue adecuada.

Estudio en donde se realizaron los análisis psicométricos:

de la Iglesia, G. & Castro Solano, A. (2024). Autopresentación online auténtica: ¿una forma saludable de presentarse online? Acta Colombiana de Psicología, 27(1), 247–270. <https://doi.org/10.14718/ACP.2024.27.1.14>

EVALUACIÓN

La EAOA posee una única puntuación total que se calcula de promediar los ocho ítems de acuerdo a este criterio de codificación:

Completamente Falso: 0

Bastante Falso: 1

Algo Falso: 2

Algo Verdadero: 3

Bastante Verdadero: 4

Completamente Verdadero: 5

INTERPRETACIÓN

Una puntuación alta indica mayor la integración online-offline del sujeto que está contestándola es decir, mayor autopresentación online auténtica. La persona se presenta de manera online de modo auténtico, sin distorsionar su modo de ser offline. En el caso de querer interpretar las puntuaciones de acuerdo a la tipificación local se deben utilizar estos estadísticos descriptivos: $M = 3.19$, $DE = 0.99$.

ESCALA DE AUTOPRESENTACIÓN ONLINE AUTÉNTICA

(de la Iglesia & Castro Solano, 2024)

A continuación se describen distintas frases que las personas podrían decir sobre cómo se comportan y lo que les pasa cuando usan INTERNET. Conteste indicando si las frases describen como Ud. se comporta y las cosas que le pasan cuando usa Internet.

	COMPLETAMENTE FALSO	BASTANTE FALSO	ALGO FALSO	ALGO VERDADERO	BASTANTE VERDADERO	COMPLETAMENTE VERDADERO
1. En Internet publico lo que realmente pienso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Mi perfil de internet describe tanto como soy <i>online</i> como <i>offline</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Cuando comento publicaciones doy mi opinión sincera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Mi modo de ser <i>online</i> y <i>offline</i> es prácticamente el mismo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Cuando estoy en internet no me importa lo que los demás opinen de mí	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. En internet me comporto de igual manera que lo hago en mi vida <i>offline</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. En internet me muestro tal cual soy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Cuanto estoy en internet mantengo mi forma de pensar aunque lea opiniones distintas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

REFERENCIAS

- Back, M. D., Stopfer, J. M., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S. C., Egloff, B., & Gosling, S. D. (2010). Facebook profiles reflect actual personality, not self-idealization. *Psychological Science*, 21(3), 372-374. <https://doi.org/10.1177/0956797609360756>
- Geary, C., March, E., & Grieve, R. (2021). Insta-identity: Dark personality traits as predictors of authentic self-presentation on Instagram. *Telematics and Informatics*, 63, 101669. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101669>
- Gil-Or, O., Levi-Belz, Y., & Turel, O. (2015). The "Facebook-self": Characteristics and psychological predictors of false self-presentation on Facebook. *Frontiers in Psychology*, 6, Article 99. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00099>
- Gosling, S. D., Gaddis, S., & Vazire, S. (2007). Personality impressions based on facebook profiles. *Icwsn*, 7, 1-4. <https://doi.org/10.1037/e633982013-216>
- Grieve, R., & Watkinson, J. (2016). The psychological benefits of being authentic on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(7), 420-425. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0010>
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: A literature review and two component model. *Psychological Bulletin*, 107(1), 34-47. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.1.34>
- Leary, M. R., & Tangney, J. P. (2003). The self as an organizing construct in the behavioral sciences. En M. R. Leary & J. P. Tangney (Eds.), *Handbook of self and identity* (pp. 3-14). Guilford.
- Michikyan, M. (2020). Linking online self-presentation to identity coherence, identity confusion, and social anxiety in emerging adulthood. *British Journal of Developmental Psychology*, 38(4), 543-565. <https://doi.org/10.1111/bjdp.12337>
- Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2014). Can you guess who I am? Real, ideal, and false self-presentation on Facebook among emerging adults. *Emerging Adulthood*, 3(1), 55-64. <https://doi.org/10.1177/2167696814532442>
- Michikyan, M., Subrahmanyam, K., & Dennis, J. (2015). A picture is worth a thousand words: A mixed methods study of online self-presentation in a multiethnic sample of emerging adults. *Identity*, 15(4), 287-308. <https://doi.org/10.1080/15283488.2015.1089506>
- Niu, G., Bao, N., Zhou, Z., Fan C., Kong, F. C., & Sun, X. (2015). The impact of self-presentation in online social network sites on life satisfaction: The effect of positive affect and social support. *Psychological Development and Education*, 31(5), 563-570. <https://doi.org/10.16187/j.cnki.issn1001-4918.2015.05.07>

- Reinecke, L., & Trepte, S. (2014). Authenticity and well-being on social network sites: A two-wave longitudinal study on the effects of online authenticity and the positivity bias in SNS communication. *Computers in Human Behavior, 30*, 95-102. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.030>.
- Salimkhan, G., Manago, A. M., & Greenfield, P. M. (2010). The construction of the virtual self on MySpace. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 4*(1). <https://cyberpsychology.eu/article/view/4231>
- Schlenker, B. R. (2012). Self-presentation. En M. R. Leary & J. P. Tangney (Eds.), *Handbook of self and identity* (2nd ed., pp. 542-570). The Guilford Press.
- Wang, P., Xie, X., Wang, X., Wang, X., Zhao, F., Chu, X., Nie, J., Lei, L. (2018). The need to belong and adolescent authentic self-presentation on SNSs: A moderated mediation model involving FoMO and perceived social support. *Personality and Individual Differences, 128*(1), 133-138. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.02.035>.
- Yang, C. C., & Brown, B. B. (2016). Online self-presentation on Facebook and self development during the college transition. *Journal of Youth and Adolescence, 45*(2), 402-416. <https://doi.org/10.1007/s10964-015-0385-y>.