



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

INSTITUTO DE CIENCIAS DE LA SALUD

LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA

**“AUTOESTIMA Y DESEABILIDAD SOCIAL EN PERSONAS QUE
HAN SIDO FUNADAS EN PACHUCA HIDALGO”**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO(A) EN PSICOLOGÍA

P R E S E N T A:

CAROLINA HERNÁNDEZ VÁZQUEZ

Director de Tesis:

MTRO. JULIO CÉSAR VARGAS RAMOS

Codirectora de Tesis:

DRA. NORMA ANGÉLICA ORTEGA ANDRADE

San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo, 25 de Mayo de 2026



Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Instituto de Ciencias de la Salud

School of Medical Sciences

Área Académica de Psicología

25 de mayo de 2026

Asunto: Autorización de impresión formal

DRA. ANDRÓMEDA IVETTE VALENCIA ORTIZ
JEFA DEL ÁREA ACADÉMICA DE PSICOLOGÍA
Head of Academic Psychology Area

Manifestamos a usted que se autoriza la impresión formal del trabajo de investigación de la pasante **Carolina Hernández Vázquez**, bajo la modalidad de Tesis Individual cuyo título es: **"Autoestima y deseabilidad social en personas que han sido funadas en Pachuca Hidalgo"**, debido a que reúne los requisitos de decoro académico a que obligan los reglamentos en vigor para ser discutidos por los miembros del jurado.

"AMOR, ORDEN Y PROGRESO"

Nombres de los Docentes Jurados	Cargo	Firma de Aceptación del Trabajo para su Impresión Formal
Dra. Claudia Margarita González Frago	Presidente	
Mtro. Julio César Vargas Ramos	Vocal	
Dra. Norma Angélica Ortega Andrade	Secretario	
Dr. David Jiménez Rodríguez	Suplente	

Índice General

Índice General.....	3
Índice de Tablas.....	6
Agradecimientos.....	7
Resumen.....	8
Abstract.....	9
Introducción.....	10
Capítulo 1. Autoestima.....	11
1.1 Definición de Autoestima.....	11
1.2 Característica de Autoestima.....	12
1.2.1 Autoestima alta.....	13
1.2.2 Autoestima baja.....	13
1.3 Factores que asocian al autoestima.....	14
1.3.1 Factores psicológicos.....	14
1.4 Consecuencias.....	15
1.4.1 Psicológicas.....	15
1.5 Teorías sobre el autoestima.....	17
1.5.1 Autoestima desde el modelo de los cinco factores de la personalidad.....	17
1.6 Instrumentos de evaluación del autoestima.....	19
1.6.1 Escala de autoestima de Rosenberg.....	19
1.6.2 Inventario de autoestima de Coopersmith.....	20
1.6.3 Escala de Autoestima de Tennessee.....	20
1.6.4 Cuestionario de Autoestima de Piers-Harris.....	21
Capítulo 2. Deseabilidad Social.....	22
2.1 Definición de Deseabilidad social.....	22
2.2 Características.....	22
2.3 Causas.....	24
2.3.1 Causas sociales.....	24
2.3.2 Causas psicológicas.....	26
2.4 Consecuencias.....	27
2.4.1 Consecuencias sociales.....	27
2.4.2 Consecuencias psicológicas.....	28
2.5 Instrumentos de evaluación.....	30
2.5.1 Escala de Deseabilidad Social en México.....	30
Capítulo 3. Funa.....	31
3.1 Definición de Funa.....	31

3.2 Características de la Funa.....	32
3.3 Historia.....	33
3.4 Causas.....	36
3.4.1 Sociales.....	36
3.4.2 Psicológicas.....	36
3.5 Consecuencias.....	38
3.5.1 Sociales.....	38
3.5.2 Psicológicas.....	39
3.6 Teorías sobre la Funa.....	40
3.6.1 Teoría de la Acción Social.....	40
3.6.2 La Teoría de la identidad social.....	41
3.6.3 Teoría del castigo	43
3.6.4 Teoría Social (Moral).....	44
Capítulo 4. Antecedentes del problema.....	45
<i>Planteamiento del problema.....</i>	<i>49</i>
<i>Justificación.....</i>	<i>53</i>
<i>Pregunta de investigación.....</i>	<i>54</i>
Hipótesis.....	54
Hipótesis estadísticas.....	54
<i>Objetivo General.....</i>	<i>55</i>
Objetivos Específicos.....	55
Método.....	56
Diseño y tipo de estudio.....	56
Contexto.....	56
<i>Población.....</i>	<i>59</i>
<i>Instrumentos.....</i>	<i>60</i>
Cuestionario de datos Sociodemográficos.....	60
Escala de Autoestima de Rosenberg (Rosenberg Self-Esteem Scale, RSES)..	60
Escala de Deseabilidad Social en México.....	61
<i>Procedimiento.....</i>	<i>62</i>
<i>Análisis Estadístico.....</i>	<i>62</i>
<i>Aspectos Éticos.....</i>	<i>63</i>
Resultados.....	65
Discusión.....	70
Conclusiones.....	76
<i>Limitaciones y perspectivas.....</i>	<i>78</i>
<i>Referencias.....</i>	<i>80</i>
Anexo 1. Encuesta de Datos sociodemográficos.....	93

Anexo 2. Escala de Autoestima de Rosenberg.....	96
Anexo 3. Escala de Deseabilidad Social en México.....	97
Anexo 4. Consentimiento Informado.....	100

Índice de Tablas

Síntesis de estudios relacionados con el fenómeno de la funa.....	44
Definición conceptual y operacional de las variables de estudio.....	56
Resultados sociodemográficos de la muestra.....	64
Resultados de datos relacionados al uso de redes sociales y la funa.....	65
Estadísticos descriptivos del nivel de autoestima y deseabilidad.....	66
Resultados de la Correlación de Spearman.....	67
Comparaciones por sexo de las variables.....	68

Agradecimientos

A mis padres por darme las herramientas para poder llegar hasta aquí, por todo su apoyo incondicional y por creer en mí.

A mí hermano por ser mi motivación y enseñarme que no importa qué pase nunca debemos rendirnos. A mi hermana por enseñarme a disfrutar la vida y no hacer caso a las opiniones ajenas. A mis mascotas Charis y Luna por ser mi motor para seguir adelante.

A mi abuelo Cheo, Dioni y Liz, aunque ya no estén, ustedes también me acompañaron en el proceso y estoy segura de que estarían muy orgullosos de mí, espero que desde el cielo estén festejando conmigo.

A Arturo por siempre estar al pendiente de mí, por llenarme de ánimos y ayudarme a levantarme todas las veces que caí, por creer en mí y llenarme de su amor incondicional.

A mis amigos Pablo, Belén y Cuervo, por hacerme más agradable este viaje y siempre sacarme sonrisas cuando necesitaba una distracción. A Ian, por ser mi amigo más querido y alegrarme la carrera, agradezco mil años el haberte conocido y el que sigas aquí a mi lado.

A Angel por crecer a mi lado y siempre quererme tanto sin importar nada, a Saúl, Amely, Armando e Itzel, porque sin importar la distancia y los años, el tiempo con ustedes siempre me ha motivado a ser quien soy, sin ustedes, mis hermanos, jamás habría llegado a este lugar.

Y por último quiero agradecer a Joji por estar conmigo desde el inicio y a Kendrick Lamar, The Weekend, Twenty one pilots y Crystal Castles, por ser el soundtrack y la inspiración que necesitaba en la vida.

Push On Through

Resumen

El fenómeno de la “funa” en redes sociales ha cobrado relevancia entre las nuevas generaciones, generando importantes implicaciones psicológicas. El presente estudio buscó analizar la relación entre la autoestima y la deseabilidad social en estudiantes universitarios de entre 18 y 21 años que han sido expuestos públicamente en redes sociales en Pachuca, Hidalgo. Para ello se empleó un muestreo no probabilístico de tipo bola de nieve, con una muestra de 104 participantes. Se aplicaron la Escala de Autoestima de Rosenberg (RSES) y la Escala de Deseabilidad Social en México como instrumentos principales. Los resultados mostraron niveles relativamente altos de autoestima positiva ($M = 13.68$, $DE = 2.13$) y mayor variabilidad en la autoestima negativa ($M = 14.63$, $DE = 3.21$). La deseabilidad social presentó una media de 49.67 ($DE = 11.86$). Asimismo, no se encontraron asociaciones estadísticamente significativas entre las variables analizadas ($p > .05$); sin embargo, se identificaron diferencias significativas en deseabilidad social en función del sexo ($t = 2.721$, $p = .008$). Este trabajo tuvo como objetivo contribuir al entendimiento de los efectos psicológicos de la funa y brindar un marco teórico que sirva de base para intervenciones psicológicas orientadas a mitigar su impacto emocional. Se concluyó que la experiencia de haber sido “funado” no se relacionó significativamente con la autoestima ni con la deseabilidad social en la muestra estudiada; sin embargo, las diferencias encontradas en función del sexo sugieren la necesidad de continuar investigando las implicaciones psicológicas y sociales de este fenómeno en jóvenes universitarios.

Palabras clave: Autoestima, Deseabilidad Social, Funa, Cancelación Social, Estudiantes Universitarios, Redes Sociales, Rechazo.

Abstract

The phenomenon of “shaming” on social media has gained prominence among younger generations, giving rise to significant psychological implications. This study sought to analyze the relationship between self-esteem and social desirability among college students aged 18 to 21 who have been publicly exposed on social media in Pachuca, Hidalgo. A non-probabilistic snowball sampling method, with a sample of 104 participants, was used for this purpose. The Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) and the Social Desirability Scale in Mexico were applied as the main instruments. The results showed relatively high levels of positive self-esteem ($M = 13.68$, $SD = 2.13$) and greater variability in negative self-esteem ($M = 14.63$, $SD = 3.21$). Social desirability had a mean of 49.67 ($SD = 11.86$). Furthermore, no statistically significant associations were found among the analyzed variables ($p > .05$); however, significant differences in social desirability were identified based on gender ($t = 2.721$, $p = .008$). The aim of this study was to contribute to the understanding of the psychological effects of public shaming and to provide a theoretical framework that serves as a basis for psychological interventions aimed at mitigating its emotional impact. It was concluded that the experience of having been “publicly shamed” was not significantly related to self-esteem or social desirability in the sample studied; however, the differences found based on gender suggest the need for further research into the psychological and social implications of this phenomenon among college students.

Key words: Self-esteem, Social Desirability, Online Shaming/social Cancelation (Cancel culture), University Students, Social Media, Rejection.

Introducción

En la actualidad, las redes sociales han adquirido un papel central en las dinámicas interpersonales, proporcionando espacios para la interacción, pero también para el conflicto y el escrutinio público. Este fenómeno ha dado lugar al concepto de funa, que consiste en la exposición y condena pública de conductas percibidas como inadecuadas o controvertidas (Delgado & Marín, 2021). Si bien este fenómeno puede fomentar la rendición de cuentas, también puede impactar negativamente en la autoestima y las relaciones sociales de las personas afectadas (Velázquez et al., 2020).

La autoestima, definida como la valoración subjetiva que una persona hace de sí misma (Rosenberg, 1965), desempeña un papel crucial en el bienestar psicológico. Por otro lado, la deseabilidad social, entendida como la tendencia a presentar una imagen favorable ante los demás, puede influir en la forma en que las personas enfrentan situaciones de funa (Crowne & Marlowe, 1960). En contextos de alta exposición social, estas variables pueden interactuar de maneras complejas, afectando tanto la percepción de sí mismos como la interacción con el entorno.

Este estudio buscó analizar la relación entre la autoestima y la deseabilidad social en jóvenes universitarios que han sido "funados" en Pachuca, Hidalgo. Para ello, se empleó la Escala de Autoestima de Rosenberg (1965) y la Escala de Deseabilidad Social en México (Delgado et al., 2014). La investigación buscó contribuir al entendimiento de los efectos psicológicos del fenómeno de la funa y ofrecer insumos para intervenciones psicológicas en contextos similares.

Capítulo 1. Autoestima

“Todos sabemos que la autoestima viene de lo que tú piensas de ti mismo, no de lo que los demás piensen de ti.”

- Gloria Gaynor

1.1 Definición de Autoestima

Aún cuando existen numerosos estudios en el campo de la psicología, el concepto de autoestima sigue siendo sumamente complejo. Sin embargo, una revisión de la literatura ha permitido rescatar algunas definiciones que intentan precisar de una manera más clara.

Una definición concisa de la autoestima positiva es confiar en uno mismo, en nuestros ideales y en nuestra identidad, con el fin de sentirnos dignos de nuestra propia felicidad. Implica generar la motivación interna necesaria para expresarnos de manera auténtica. Todo ello influye mucho en nuestros actos, en cómo nos realizamos y vemos las cosas (Branden, 1994).

La formación de la autoestima está vinculada a la aceptación o rechazo que una persona tiene de sí misma, incluyendo su forma de ser, su personalidad, sus características físicas y su modo de vida. Se conforma por un conjunto de factores subjetivos, como las emociones y los juicios de valor, que pueden ser elaborados por el individuo o pueden surgir por influencias y preconceptos del entorno en el que vive (Gómez, 2025).

Legendre (citado en Beauregard, 2013) define la autoestima como la valía que una persona se da a sí misma en un aspecto global, tomándose en cuenta fundamentalmente la confianza que deposita en sí mismo y sus capacidades, el reconocimiento que se da sobre su propio valor manifestándose a través de diversas actitudes y creencias que permiten afrontar distintas situaciones y etapas en la vida, además, indica que “la clave de la autoestima se encuentra en el proceso de autoconocimiento”.

En resumen, este concepto se define como una autoevaluación, la cual está sujeta a cambios asociados con las emociones que experimenta la persona. Investigaciones recientes sugieren que la autoestima puede ser inestable o consistente, al menos para algunas personas, y que niveles altos de autoestima a veces pueden estar relacionados con atributos "negativos", como la agresión (Tesser, 2004).

1.2 Característica de Autoestima

La autoestima se presenta en diversos niveles, los cuales pueden cambiar según la persona y la etapa de vida en la que se encuentre. De hecho, es posible que una misma persona experimente distintos niveles de autoestima en función del ámbito en el que se desarrolle. Esta autopercepción es fundamental para preservar una buena salud mental. Mantener niveles altos o bajos de autoestima a lo largo del tiempo puede desencadenar trastornos como la depresión o la ansiedad, respectivamente. Ambas condiciones, cuando se manifiestan de forma extrema, también pueden impactar físicamente, requiriendo en estos casos la intervención de un profesional (Gómez, 2025).

1.2.1 Autoestima alta

Hace referencia a la capacidad de las personas para abordar las tareas y las interacciones con la expectativa de éxito y de ser bien recibidas. Confían en sus propias percepciones y juicios, y están convencidos de que pueden dirigir sus esfuerzos hacia soluciones positivas. Su actitud positiva hacia sí mismos les permite aceptar sus opiniones, otorgar valor y confianza a sus reacciones y conclusiones, lo que facilita que sigan sus propios juicios frente a desacuerdos y que consideren nuevas ideas (Molina, Baldares & Maya, 1996).

Una persona con alta autoestima no se percibe como el centro del universo ni se considera superior a los demás. Simplemente tiene un buen conocimiento de sí misma, respeta su propia identidad y es consciente de su valor como ser único e irrepetible. Reconoce sus virtudes, pero no se cree perfecta. De hecho, suele ser muy consciente de sus defectos y de que también comete errores. Pero no ve sus defectos y errores como representativos de alguien sin valor, sino que los entiende como representativos del ser humano. (Molina, Baldares & Maya, 1996).

1.2.2 Autoestima baja

Una persona con baja autoestima experimenta una profunda sensación de inseguridad sobre sí misma. Su autovaloración depende en gran medida de lo que cree que los demás piensan de ella, lo que afecta negativamente su autonomía e individualidad. Frente a otras personas, tiende a ocultar su baja autoestima, especialmente cuando intenta causar una buena impresión. Estas personas tienen muchas esperanzas en lo que las demás pueden darles, pero a la vez tienen grandes

temores, por lo que están muy expuestas a sufrir desilusiones y a desconfiar de las otras (Satir, 1980).

Una autoestima baja se correlaciona con la irracionalidad y la ceguera ante la realidad; con la rigidez, el miedo a lo nuevo y a lo desconocido; con la conformidad inadecuada o con una rebeldía poco apropiada; con estar a la defensiva, con la sumisión o el comportamiento reprimido en forma excesiva y el miedo a la hostilidad a los demás (Mézerville, 2004).

1.3 Factores que asocian al autoestima

1.3.1 Factores psicológicos

En la conformación de la autoestima intervienen diversos factores, que se denominan como componentes y se clasifican de la siguiente manera:

- **Componente afectivo:** es la respuesta afectiva que se percibe de sí mismo (Martínez, 1999).
- **Componente conductual:** se refiere a las intenciones que se tienen al momento de actuar, acorde a las opiniones que se tengan de sí y lo que se esté dispuesto a realizar (Martínez, 1999).
- **Componente cognitivo:** este involucra las representaciones, creencias, ideas y descripciones que se hacen de sí mismo en los diferentes ámbitos de su vida (Martínez, 1999).

Según Mézerville (2004), la autoestima se compone de varios aspectos interrelacionados. Basándose en esta idea, propone un modelo propio llamado "proceso de la autoestima". Este modelo considera la autoestima en dos dimensiones

complementarias: una dimensión actitudinal inferida, que consta de tres elementos: autoimagen, autovaloración y autoconfianza; y una dimensión conductual observable, que abarca el autocontrol, la autoafirmación y la autorrealización.

1.4 Consecuencias

1.4.1 Psicológicas

La autoestima constituye un factor clave en el funcionamiento psicológico, ya que influye directamente en la manera en que las personas interpretan sus experiencias y evalúan su propio valor. Un nivel adecuado de autoestima se asocia con consecuencias positivas como una mayor estabilidad emocional, autoconfianza y percepción de autoeficacia, lo que permite afrontar situaciones estresantes con mayor seguridad. En este sentido, las personas con alta autoestima tienden a desarrollar estrategias de afrontamiento más adaptativas, lo que favorece su ajuste psicológico y reduce la probabilidad de experimentar malestar emocional prolongado (Orth & Robins, 2014).

En el ámbito emocional, la autoestima tiene un impacto significativo en la regulación afectiva y en la experiencia subjetiva del bienestar. Una autoestima positiva se relaciona con una mayor frecuencia de emociones agradables, así como con una evaluación más satisfactoria de la propia vida. Por el contrario, niveles bajos de autoestima suelen generar consecuencias como inseguridad, autocrítica excesiva y una percepción negativa de uno mismo, lo cual puede intensificar respuestas emocionales disfuncionales. Estas condiciones afectan la calidad de vida y pueden interferir en el desarrollo personal y social del individuo (Robins & Trzesniewski, 2005).

Finalmente, una de las principales consecuencias psicológicas de la baja autoestima es su asociación con diversos trastornos de salud mental. La evidencia empírica ha demostrado que las personas con baja autoestima presentan un mayor riesgo de desarrollar depresión y ansiedad, debido a patrones de pensamiento negativos persistentes y una tendencia a la autoevaluación desfavorable. Además, estas dificultades pueden repercutir en las relaciones interpersonales, generando dependencia emocional o evitación social. En este sentido, la autoestima funciona como un factor de vulnerabilidad o protección, dependiendo de su nivel y estabilidad a lo largo del tiempo (Sowislo & Orth, 2012).

Según Jourard y Landsman (1987), la realidad es una construcción que se basa en lo que una persona percibe como verdad. Esta percepción está fuertemente influenciada por lo que otros, especialmente las personas importantes para el individuo, consideran que es real. Cuando estas figuras significativas invalidan las percepciones personales, también pueden desestimar parte de la realidad que el individuo construye sobre sí mismo. Sin embargo, no todas las personas ejercen la misma influencia en la percepción de la realidad de un individuo. Las personas significativas son aquellas que tienen un papel importante en su vida, cuyas opiniones y creencias son altamente valoradas. La magnitud de esta influencia está determinada por el nivel de implicación, la cercanía emocional y el apoyo que brindan, así como por la autoridad y poder que otros les otorgan (Pereira, 2007).

Las agencias y agentes de socialización juegan un papel crucial en el desarrollo de la autoestima de una persona, influyendo tanto de manera positiva como negativa.

Entre las agencias de socialización se incluyen la familia, las escuelas y los medios de comunicación. Los agentes socializantes, como padres, madres, hermanos, docentes y compañeros, moldean la conducta de la persona en desarrollo para que esta se ajuste a las expectativas sociales. Estos agentes también actúan como controladores sociales, utilizando la aprobación, elogios o recompensas, así como amenazas, desaprobación o crítica, para regular el comportamiento. Este proceso contribuye a la formación de la identidad, el autoconcepto y la valoración personal (Pereira, 2007).

1.5 Teorías sobre el autoestima

1.5.1 Autoestima desde el modelo de los cinco factores de la personalidad

El modelo de los cinco factores es actualmente uno de los más utilizados y reconocidos a nivel mundial. Laak (1996) hace una revisión del desarrollo y evolución de este modelo analizándolo desde varias aristas buscando una síntesis como propuesta integrativa de varias teorías de la psicología.

El modelo teórico de los cinco grandes rasgos de la personalidad se descompone en cinco factores: (a) Extraversión, (b) Neuroticismo, (c) Agradabilidad, (d) Responsabilidad y (e) Apertura a la Experiencia. Estos han sido retomados por múltiples investigaciones a lo largo del mundo y han sido evaluados por medio de muchas investigaciones (Allik & McCrae, 2002).

Aunque la autoestima y la personalidad son conceptos que han sido ampliamente estudiados por separado, su análisis en conjunto es algo relativamente nuevo (Robins et al., 2001). El estudio de esta relación es especialmente importante, ya que la personalidad afecta la manera en que una persona se percibe y se evalúa a sí

misma. Al mismo tiempo, la autoestima desempeña un papel crucial en la formación de la personalidad (McCrae & Costa, 2012). A continuación, se señalan los hallazgos más importantes sobre la relación entre la autoestima y los distintos factores de la personalidad.

- Autoestima y apertura a la experiencia: Varios estudios han informado relaciones entre la apertura a la experiencia y la autoestima, aunque generalmente este vínculo resulta débil (Erdle et al., 2009; Pullman & Allik, 2000). Las personas con baja autoestima pueden inclinarse hacia la conformidad en determinadas situaciones, como cuando buscan aprobación social. Sin embargo, esto no implica que muestren un comportamiento convencional (Judge et al., 2002).
- Autoestima y responsabilidad: De acuerdo con Costa et al. (1991), las personas más responsables consiguen aceptación social a partir del cumplimiento de sus obligaciones con otros, comprometiéndose en sus relaciones interpersonales y presentándose leales como compañeros de trabajo.
- Autoestima y extroversión: Las personas con alta autoestima tienden a ser más sociables y a experimentar emociones más positivas, lo cual es una característica común de las personas extrovertidas (Halammandaris & Power, 1997). En este contexto, se ha indicado que la relación entre la autoestima y la extraversión está mediada por el apoyo social y el afecto positivo (Swickert et al., 2004).
- Autoestima y amabilidad: Diversos estudios han señalado que la amabilidad no necesariamente predice una mayor aceptación social (Berry & Miller, 2001; Graziano et al., 1996). Según Costa et al. (1991), esto podría deberse a que la

amabilidad, por sí misma, no constituye un rasgo de autovaloración. Aunque las personas tienden a preferir a individuos con altos niveles de amabilidad en lugar de aquellos que son desagradables, en ausencia de otros atributos, la amabilidad puede ser vista como un signo de sumisión. Por otro lado, las personas con alta autoestima suelen combinar la calidez con un comportamiento más dominante (Fournier, Moskowitz, & Zuroff, 2009).

- Autoestima y neuroticismo: Numerosos estudios han identificado una relación negativa significativa entre la autoestima y el neuroticismo (Heimpel, Elliot, & Wood, 2006; Robins et al., 2001; Watson et al., 2002). Un meta-análisis que abarcó más de 200 estudios empíricos realizados entre 1966 y 2000, con la participación de más de 5500 individuos, encontró que el neuroticismo se asocia con la autoestima con un promedio de $R = -.64$ (Judge et al., 2002).

1.6 Instrumentos de evaluación del autoestima

1.6.1 Escala de autoestima de Rosenberg

El análisis de la autoestima es un aspecto crucial en la investigación psicopatológica, por lo que es importante contar con herramientas validadas para su medición. Entre los instrumentos más utilizados para evaluar la autoestima global se encuentra la Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR), desarrollada por Rosenberg en 1965. Esta escala es uno de los instrumentos más utilizados para medir la autoestima de manera global. Desarrollada para evaluar la autoestima en adolescentes, consta de diez ítems que se enfocan en los sentimientos de respeto y aceptación personal. Esta escala ha sido ampliamente empleada en diferentes

investigaciones por su simplicidad y efectividad en la medición de la autoestima (Morejón et al., 2004).

1.6.2 Inventario de autoestima de Coopersmith

Coopersmith definió la autoestima como "el juicio personal de valía, expresado en las actitudes que el individuo tiene hacia sí mismo", destacando que es una experiencia subjetiva que se refleja tanto en el comportamiento como en los informes verbales del individuo. En 1959, inició un estudio sobre la autoestima y en 1967 publicó una escala de medición diseñada para niños de 5° y 6° grado, la cual ha sido ampliamente utilizada. Esta escala consta de 58 ítems y fue la base para desarrollar una versión dirigida a adultos (Coopersmith, 1967).

1.6.3 Escala de Autoestima de Tennessee

La Escala de Autoestima de Tennessee (Tennessee Self-Concept Scale - TSCS) es un instrumento diseñado para medir el autoconcepto y la autoestima en adolescentes y adultos. Fue desarrollada por William H. Fitts en 1965 y evalúa diferentes aspectos del autoconcepto, como la identidad física, moral, personal, social y familiar (Fitts, 1965).

La TSCS es utilizada principalmente en entornos clínicos y educativos para detectar problemas relacionados con la autoestima y ayudar en procesos terapéuticos. También es útil para evaluar cambios en el autoconcepto a lo largo del tiempo y en respuesta a diferentes intervenciones psicológicas (Fitts, 1965).

1.6.4 Cuestionario de Autoestima de Piers-Harris

Es una herramienta creada para medir la autoestima y el autoconcepto en niños y adolescentes, típicamente entre los 7 y 18 años. Desarrollado por Ellen V. Piers y Dale B. Harris en 1969, su uso se ha extendido ampliamente en entornos educativos y clínicos.

Este cuestionario consta de 80 preguntas en formato de respuesta sí/no, las cuales evalúan distintos aspectos del autoconcepto, como la aceptación social, el comportamiento, la apariencia física, el estado emocional y la satisfacción personal. Su principal objetivo es identificar posibles dificultades en la autoestima o el autoconcepto de los jóvenes, proporcionando una visión amplia de su bienestar emocional (Piers & Harris, 1969).

En este capítulo se abordó el concepto de autoestima desde diferentes perspectivas teóricas, destacando sus características, factores asociados, consecuencias psicológicas y principales instrumentos de evaluación. Asimismo, se revisaron distintas teorías relacionadas con la personalidad y la autoestima, permitiendo comprender su importancia en el bienestar psicológico y en la percepción que las personas construyen sobre sí mismas. Estos elementos sirven como base para analizar, en el siguiente capítulo, la variable de deseabilidad social y su posible relación con la forma en que los individuos se perciben y se presentan ante los demás.

Capítulo 2. Deseabilidad Social

2.1 Definición de Deseabilidad social

La deseabilidad social hace referencia a la propensión de las personas a moldear sus actitudes, comportamientos y características con el fin de que los demás los perciban de manera favorable. Este fenómeno puede provocar en los individuos la creación de una imagen idealizada de sí mismos, reprimiendo sus verdaderos sentimientos y comportamientos (Bradley, 2018).

2.2 Características

La deseabilidad social es un fenómeno psicológico que afecta la manera en que las personas se muestran a los demás, con el fin de conseguir aprobación y aceptación en un contexto cultural específico. Según Crowne y Marlowe (1960), este concepto se divide en dos elementos fundamentales: el *autoengaño*, donde las personas ajustan su autopercepción para cumplir con las normas sociales, y la *gestión de las impresiones*, que consiste en la manipulación consciente de la imagen que se proyecta ante los demás. A continuación, profundizaremos en estas características y su influencia en el comportamiento humano (Graeff, 2009).

En primer lugar el autoengaño, según el diccionario Collins (s.f.) , se refiere a la acción de engañarse a sí mismo, particularmente en lo que respecta a la verdadera naturaleza de los propios sentimientos o motivaciones. Este mecanismo psicológico permite a las personas generar y mantener creencias que contradicen la evidencia que tienen a su alcance. En esencia, se trata de un proceso por el cual, aunque los hechos sugieran lo contrario, el individuo elige aferrarse a una idea que le resulta más conveniente o reconfortante. Este fenómeno está ligado a la tendencia humana de

verse a uno mismo de manera favorable, lo que puede ayudar a evitar la incomodidad de enfrentarse a verdades difíciles o dolorosas. Además, el autoengaño no se manifiesta de manera aislada, sino que se conecta con otros aspectos de la personalidad, como la ansiedad, la motivación, el deseo de logro y la autoestima. Estos factores influyen en la medida en que una persona recurre al autoengaño, ya sea para protegerse del estrés, incrementar su sentido de realización personal o mantener una imagen positiva de sí misma (Sirvent et al., 2019).

Asimismo, la gestión de impresiones se refiere al esfuerzo consciente de presentarse de manera favorable ante los demás, ajustando la conducta en función del contexto. Este proceso, conocido como Manejo de la Impresión (MI), implica modificar deliberadamente las respuestas personales para influir en la percepción que los otros tienen, con el fin de generar una imagen positiva. A través del MI, las personas se adaptan a las dinámicas sociales utilizando sus habilidades y características individuales para obtener aceptación o reconocimiento. Además, este proceso incluye los esfuerzos por controlar la imagen proyectada durante las interacciones sociales, con la intención de influir en cómo los demás nos ven (Acosta & Dominguez, 2014).

Por último, es esencial mencionar que otra característica importante de la deseabilidad social es la necesidad de aprobación, que se manifiesta en el deseo de ser aceptado y en la evitación de la desaprobación por parte de los demás. Este impulso refleja la necesidad fundamental de las personas de sentirse valoradas y reconocidas en su entorno. Además, está vinculado a comportamientos defensivos que buscan prevenir el rechazo y el fracaso en las interacciones sociales. Esta necesidad motiva a los individuos a actuar de manera que se ajuste a las normas sociales,

utilizando dos estrategias principales: en primer lugar, adoptando cualidades de personalidad que son vistas como deseables por la sociedad, y en segundo lugar, rechazando características que consideran inapropiadas. En este sentido, la deseabilidad social resalta la importancia de la aceptación y cómo las personas modifican su comportamiento y su autopercepción en función de las expectativas sociales, buscando evitar el rechazo (Holden & Passey, 2009).

2.3 Causas

2.3.1 Causas sociales

La deseabilidad social es una distorsión intencional disparada por una situación de demanda social, donde se asocia con la apertura, responsabilidad, estabilidad emocional y extroversión; y a nivel individual, la estabilidad social se ha relacionado de forma negativa con la ansiedad, depresión, psicoticismo (Linchtenstein & Bryan, 1996), y se involucra de forma positiva con un ajuste emocional y social, estabilidad emocional, responsabilidad y autoestima (Mesmer-Magnus, Viswesvaran, Deshpande & Joseph, 2006).

La deseabilidad social tiene múltiples causas sociales interrelacionadas. En primer lugar, las normas culturales juegan un papel fundamental en este fenómeno. Estas normas establecen lo que se considera apropiado o inadecuado en un contexto específico, lo que lleva a las personas a modificar sus respuestas para evitar el juicio social (Kessler & Staudinger, 2022). Por ejemplo, en algunas culturas, se prioriza la conformidad y la armonía sobre la expresión individual, lo que puede llevar a una mayor presión para ajustarse a las expectativas establecidas.

Además, la presión del grupo es un factor significativo que afecta la expresión de opiniones. En diversos entornos sociales, como en la escuela o el trabajo, las personas suelen sentir la necesidad de alinearse con las expectativas del grupo para ser aceptadas. Esta conformidad puede resultar en la omisión de creencias personales y en la adopción de comportamientos que no reflejan la autenticidad de los individuos (Rios & Lammers, 2023). La adolescencia es un periodo crítico donde esta presión puede ser especialmente intensa, ya que la búsqueda de aceptación social es primordial.

La falta de acceso a la educación también contribuye a la deseabilidad social. Las personas que provienen de contextos con menor acceso a oportunidades educativas pueden carecer de las habilidades necesarias para cuestionar normas sociales. Esto crea un ciclo en el que la falta de educación perpetúa la conformidad, limitando la capacidad de los individuos para expresar sus opiniones auténticas y, en consecuencia, fomentando un mayor deseo de ser vistos favorablemente por los demás (Dijkstra & Barelds, 2021).

Por otro lado, la discriminación y el estigma hacia ciertos grupos marginados son factores que influyen considerablemente en la deseabilidad social. Las personas que pertenecen a grupos que enfrentan prejuicios pueden sentirse obligadas a ocultar su identidad o sus verdaderas opiniones para evitar la exclusión social. Este fenómeno es especialmente evidente en contextos relacionados con la orientación sexual, raza o discapacidad, donde el miedo a la estigmatización puede llevar a una adaptación forzada a las expectativas sociales (Wiggins & Pincus, 2020).

Finalmente, el impacto de los medios de comunicación y las redes sociales es innegable. La exposición constante a imágenes y mensajes que promueven estándares ideales puede intensificar la presión para cumplir con estas expectativas. Las redes sociales, en particular, fomentan la comparación social, donde las personas evalúan su valor en función de cómo se presentan en línea. Este ambiente puede aumentar el deseo de ser aceptados y valorados, alimentando la deseabilidad social y creando una cultura en la que se prioriza la imagen sobre la autenticidad (Nair & Tiwari, 2020).

2.3.2 Causas psicológicas

La deseabilidad social produce una inclinación psicológica a atribuirse a uno mismo características de personalidad que son valoradas positivamente por la sociedad, al mismo tiempo que se rechazan aquellas que son vistas como negativas. Este fenómeno puede generar un efecto distorsionador que, en casos extremos, puede comprometer la validez de las mediciones psicológicas. En este sentido, la deseabilidad social se puede entender como la tendencia de las personas a idealizar sus respuestas de acuerdo con estereotipos relacionados con la valoración social, lo que resulta en una alteración en la percepción de su propia personalidad (Lemos, s. f.).

La presión social es un elemento clave en la dinámica de la deseabilidad social. Las personas tienden a ajustarse a las expectativas de su grupo, lo que a menudo les lleva a modificar sus respuestas para evitar el rechazo. Esta necesidad de conformidad se ve intensificada por la autoimagen y la autoestima; los individuos buscan salvaguardar su autoimagen presentando versiones más favorables de sí mismos, lo que frecuentemente resulta en respuestas que son consideradas socialmente aceptables (Klein & Kunda, 2021).

Asimismo, las normas culturales juegan un papel significativo en este comportamiento. En contextos que priorizan la conformidad, como en sociedades colectivistas, los individuos experimentan una presión mayor para ofrecer respuestas que sean percibidas como deseables (Smith et al., 2020). Además, el temor al juicio social actúa como una motivación poderosa que puede llevar a las personas a elegir respuestas alineadas con lo que consideran aceptable, evitando así posibles críticas (Morris et al., 2022).

Desde la infancia, la socialización refuerza estos patrones de comportamiento. Los individuos aprenden desde una edad temprana a actuar de maneras que son vistas como socialmente aceptables, internalizando estas normas a lo largo de su desarrollo (Harris, 2019). Este proceso tiene un impacto directo en cómo responden y se comportan en diversas situaciones a medida que crecen.

2.4 Consecuencias

2.4.1 Consecuencias sociales

La Deseabilidad Social (DS) genera diversas consecuencias sociales que influyen en el comportamiento de las personas y sus relaciones interpersonales. En primer lugar, la DS impulsa a los individuos a conformarse a las normas y expectativas del entorno social. Esta conformidad puede facilitar interacciones más armoniosas, pero también puede limitar la autenticidad en las relaciones, ya que las personas tienden a ocultar aspectos de sí mismas que no se consideran aceptables (Hahn & Möller, 2018).

Además, la búsqueda de aprobación social asociada con la DS puede llevar a una imagen superficial en las relaciones interpersonales. Aunque las interacciones pueden ser más fluidas, a menudo carecen de profundidad, lo que puede dificultar la creación de vínculos genuinos y significativos (Klein & Kretzschmar, 2021). Esta necesidad de aceptación también puede afectar la autoestima, ya que las personas pueden sentirse inseguras o insatisfechas si no logran cumplir con las expectativas sociales, lo que puede contribuir a la ansiedad y la depresión (Moshagen & Hilbig, 2019).

Por otro lado, la DS puede distorsionar la autoevaluación, ya que las personas tienden a sobreestimar sus cualidades y minimizar sus defectos para alinearse con las normas sociales. Esto puede resultar en una percepción poco realista de uno mismo, afectando la toma de decisiones y la autorreflexión (Cramer, 2020). En resumen, las consecuencias de la Deseabilidad Social subrayan cómo esta influencia puede comprometer la autenticidad, la profundidad de las relaciones y el bienestar emocional de los individuos en un contexto social.

2.4.2 Consecuencias psicológicas

La deseabilidad social puede tener influencia en la toma de decisiones, tanto a nivel personal como grupal. Los individuos pueden elegir decisiones que son socialmente aceptables en lugar de aquellas que tienen relación con sus verdaderas creencias o necesidades (Harrison et al., 2020).

El ceder a las expectativas sociales puede provocar estrés y ansiedad, especialmente cuando los individuos sienten que deben mantener una imagen

idealizada de sí mismos (Bradley, 2018). Esto puede contribuir a problemas de salud mental, como la depresión o trastornos de ansiedad, cuando hay una desconexión significativa entre la autoimagen y la realidad.

La Deseabilidad Social (DS) tiene profundas repercusiones psicológicas que afectan el bienestar emocional de los individuos. Una de las consecuencias más significativas es su impacto en la autoestima. Las personas que sienten una fuerte necesidad de aprobación tienden a basar su valía personal en cómo son percibidas por los demás, lo que puede resultar en una autoimagen distorsionada y sentimientos de inseguridad (Hahn et al., 2021).

Además, la presión por ajustarse a las normas sociales puede aumentar los niveles de ansiedad. Aquellos que se preocupan excesivamente por la aprobación pueden experimentar miedo al rechazo, lo que puede llevar a un incremento de los síntomas de ansiedad y, en algunos casos, a la depresión (Harris & Orth, 2020). Esta búsqueda constante de aceptación puede ser emocionalmente agotadora y perjudicial para la salud mental.

Otro aspecto relevante es la autenticidad. La DS puede dificultar la expresión genuina de los sentimientos y pensamientos. Las personas pueden sentirse obligadas a ocultar su verdadero yo para encajar en lo que consideran aceptable socialmente, lo que genera una desconexión entre su yo real y el yo presentado (Zettler et al., 2021). Esta disonancia puede causar un notable malestar emocional y contribuir a un deterioro en la calidad de las relaciones interpersonales.

Además, la DS puede influir en la toma de decisiones. Aquellos que priorizan la conformidad pueden evitar actuar según sus deseos auténticos, lo que limita su capacidad para tomar decisiones alineadas con sus intereses personales (Buchanan et al., 2021). Esta limitación puede afectar no sólo su satisfacción personal, sino también su sentido de autonomía y control sobre su vida.

2.5 Instrumentos de evaluación

2.5.1 Escala de Deseabilidad Social en México

La escala de deseabilidad social en México realizada por Alejandra del Carmen Dominguez Espinoza en el año de 1997 en México D.F , con una confiabilidad interna global de .85, ocupando una muestra no probabilística de estudiantes con un rango de edad de 15 a 21 años, midiendo conductas aceptadas e inadaptadas por los mexicanos en 18 reactivos usando una escala tipo Likert donde 1 es Desacuerdo, 2 Algo en desacuerdo, 3 neutral, 4 Algo de acuerdo y 5 acuerdo (Domínguez, 1997).

En este capítulo se analizó la deseabilidad social como un fenómeno psicológico relacionado con la necesidad de aprobación y aceptación social. Se describieron sus características, causas sociales y psicológicas, así como sus principales consecuencias en la conducta y bienestar emocional de las personas. Además, se revisó la Escala de Deseabilidad Social en México como instrumento de evaluación. Lo abordado en este capítulo permite comprender cómo la necesidad de aceptación puede influir en la conducta de las personas dentro de contextos sociales complejos, dando pauta al análisis del fenómeno de la funa en el siguiente capítulo.

Capítulo 3. Funa

3.1 Definición de Funa

La funa, el "quemar a alguien" y la cancelación son términos que se refieren a la exposición pública de personas por comportamientos o acciones consideradas inaceptables, y aunque comparten similitudes, no existe un término único en México que abarque completamente este fenómeno. La funa, más común en Chile, y el "quemar a alguien", utilizado en México, son formas coloquiales de referirse a la denuncia pública, generalmente en redes sociales, para dañar la reputación de una persona. La cancelación, un concepto más globalizado, suele aplicarse a figuras públicas y enfatiza la pérdida de apoyo social o laboral. Aunque en México se utilizan estos términos, la diversidad cultural y el contexto social del país hacen que no haya un término universal que abarque la complejidad de este tipo de exposición pública en medios digitales.

Una funa es una manifestación pública utilizada para exponer y condenar a personas, instituciones o grupos que han cometido actos considerados inmorales, ilegales o injustos. El término tiene su origen en el mapudungún, lengua originaria de Chile y Argentina, donde significa "podrido", y fue adoptado en Chile para referirse a acciones que buscan denunciar la falta de justicia o impunidad percibida (Schmeisser, 2019). Las funas pueden llevarse a cabo a través de protestas públicas, redes sociales u otros medios, y se diferencian de actos de venganza personal al pretender un debate público y colectivo (Gahona, 2003). Originalmente vinculadas a la denuncia de crímenes durante la dictadura chilena, hoy en día se utilizan para denunciar una amplia gama de abusos, como violencia de género, corrupción y violaciones a los derechos

humanos. Estas acciones a menudo surgen en contextos donde la justicia formal no ha respondido de manera efectiva (Kovalskys, 2006).

3.2 Características de la Funa

El interés principal de la Funa es hacer viral una acción o hecho, junto con ello se lleva a castigar a la persona, empresa, producto o servicio público que hayan actuado de una manera inadecuada podemos encontrar una extensa lista de acciones las cuales han sido la raíz para que una persona sea Funada dentro de estas podemos encontrar un mal servicio, una estafa, una infidelidad, engaño, violación, acoso, maltrato. No importa el tema que se vaya abordar, lo que se busca es hacer visible una situación que bajo dicha persona que denuncia es reprobable (Delgado & Marín, 2021).

Se puede abordar de diferentes maneras como el Funar a alguien mediante redes sociales, como por ejemplo, Facebook, Instagram, Tik Tok, dichas redes ayudan como un medio interceptor en donde se exponen a hacer visible y ver a los demás, dichos usuarios se encargan de compartir y viralizar los hechos, en este caso podrían ser llamados jueces (Duarte, 2020).

De esta manera, se lleva a cabo mediante la publicación de lo sucedido por medio de un relato el cual es acompañado de imágenes, audios, videos, conversaciones u otros elementos audiovisuales que ayuden a hacer verídico lo que se está exponiendo (Martínez-Líbano & Olivares, 2021).

También son manifestaciones, las cuales en algunas ocasiones se llevaban a cabo de manera pacífica, basta con una pancarta, carteles, lonas, volantes en los cuales se hace visible toda la información relativa a la persona, empresa, lugar, etc.

que será Funa, con la participación de un colectivo el cual llevará una serie de acciones para hacer evidente la acción reprobable, en donde el volante o los instrumentos utilizados serán leídos en voz alta por todos los participantes (Gahona, 2003).

3.3 Historia

La palabra *escrache* es una jerga utilizada en Buenos Aires que significa romper, destruir o aplastar. En los años 90 los escraches emergieron como una novedosa forma de protesta en la sociedad argentina y el término se usó para referirse al señalamiento y "descubrimiento" de los implicados en violaciones a los derechos humanos de la última dictadura militar en el mismo país (Gahona, 2003).

Este recurso fue implementado desde 1996 por la agrupación HIJOS (Hijos e Hijas por la Identidad y la Justicia contra el Olvido y el Silencio) que estaba conformada por familiares de víctimas y exiliados (Bravo, 2010).

Las acciones que implicaban los escraches eran la investigación de datos sobre el acusado, la exposición ante la mirada pública de su foto y dirección, para posteriormente llevar a cabo una caminata que terminaba en su vivienda en donde se leían los datos antes recabados y las denuncias, finalmente se señalaba la fachada de la casa del represor o cómplice de la dictadura con pintura roja. El propósito fundamental del escrache era y sigue siendo en la actualidad lograr que la sociedad emita una condena moral contra los represores y visibilizar una problemática que se intenta silenciar (Dadiuk, 2019).

Segun Gahona (2003) en Chile se fundó la organización "Acción, Verdad y Justicia (HIJOS Chile)" con ideales similares a los del grupo argentino, ya que las

medidas sugeridas para abordar las violaciones a los derechos humanos ocurridas durante la dictadura de Pinochet habían sido olvidadas, acumuladas y en el mejor de los casos atenuadas por otras instituciones como la Comisión de la Verdad y Reconciliación, la Oficina Nacional de Retorno, el programa PRAIS, entre otras.

Aquellos que pertenecían a HIJOS Chile narraban en zonas concurridas, relatos de la violencia causada por el régimen de Pinochet e invitaban a otras personas a contar sus propias vivencias. Esta asociación comenzó a recibir información anónima sobre los participantes de la dictadura lo que provocó constantes y numerosas funas (Schmeisser, 2019).

La primera funa tuvo lugar el 1 de octubre de 1999 en una clínica privada de Santiago de Chile. El objetivo fue Alejandro Forero Álvarez, un cardiólogo que había trabajado como agente de la Central Nacional de Informaciones (CNI). Se le acusaba de haber proporcionado sustancias químicas utilizadas en la tortura y desaparición de prisioneros políticos.

Actualmente esta forma de denuncia ocurre en otros contextos, las personas que pueden ser “funadas” son: líderes políticos por actos de corrupción, abuso de poder o falta de responsabilidad en su cargo, estafadores que han engañado o defraudado a otros, personas cercanas (compañeros de trabajo, amigos, vecinos, o conocidos) que han realizado actos considerados inaceptables así como agresores y abusadores que son uno de los motivos más frecuentes de funas, especialmente en el contexto de movimientos feministas (Puga, 2021).

De igual modo este fenómeno encuentra un nuevo espacio para llevarse a cabo, siendo este el digital, en donde a través de discusiones en publicaciones (posts) que son visibles para un público general o específico se expone a una persona o grupo por sus acciones u omisiones, con el objetivo de crear conciencia, exigir justicia y dar visibilidad a formas de violencia que previamente no habían sido expuestas públicamente. (Martínez-Líbano & Olivares, 2021).

En el año 2017, el movimiento *#MeToo* tuvo una gran relevancia cuando las acusaciones contra el productor de Hollywood, Harvey Weinstein se hicieron públicas. Weinstein fue señalado por más de 80 mujeres, todas figuras destacadas de la industria cinematográfica estadounidense y protagonistas de producciones de gran éxito a nivel mundial. Las acusaciones, presentadas el 5 de octubre de 2017, se centraban en actos de violencia sexual. Este caso fue un punto de inflexión para el movimiento antes mencionado que utilizó plataformas digitales para visibilizar denuncias de abuso sexual en la industria del entretenimiento y otras áreas. (Delgado & Marín, 2021)

Al igual que en una funa, las denuncias contra Weinstein se extendieron rápidamente a través de redes sociales, generando una movilización global y exponiendo patrones de comportamiento que hasta entonces habían sido ignorados o encubiertos. Las mujeres que lo acusaron, utilizaron estos medios para poner en evidencia los abusos que habían sufrido, ejerciendo presión social y mediática que finalmente llevó a un juicio y condena (Arce, 2021).

3.4 Causas

3.4.1 Sociales

Las personas que llevan a cabo estas publicaciones o “funas” lo hacen bajo la creencia de estar ejerciendo un derecho, convencidas de que, al “funar” a alguien, están realizando una forma de “denuncia pública” (Colina, 2021). A través de la exposición y la divulgación de los antecedentes del funado en su entorno, buscan suplir la falta de acción judicial en estos casos (Aguilera, 2010).

Uno de los objetivos de la funa es que la sociedad aplique una sanción que la justicia no ha logrado imponer. Se busca que la comunidad, primero, tome conocimiento de la participación de los individuos en estos actos, y luego los someta a una condena moral, visible durante la funa y después de ella. La meta es “asegurar que la reprobación moral de la sociedad sea inevitable” (Martínez, Líbano & Olivares, 2021).

El propósito principal es dar visibilidad al hecho y buscar que la persona implicada reciba una sanción. Los casos pueden ser variados, incluyendo figuras públicas, compañías, servicios, productos o personas que hayan actuado de forma incorrecta, como antiguas parejas. Las denuncias pueden estar motivadas por situaciones de fraude, engaño, infidelidad, abuso, acoso o maltrato. Sin importar el tema tratado, el fin es el mismo: señalar una situación que, desde el punto de vista del denunciante, es condenable (Duarte, 2020).

3.4.2 Psicológicas

Ser objetivo de una funa en los diferentes aspectos presentados anteriormente pueden desencadenar una serie de síntomas psicológicos que son significativos y

afectivos y están presentes en la calidad de vida de las personas “funada” las cuales se pueden presentar en el estado y en la práctica de la salud. Existen investigaciones las cuales nos permiten explicar las causas del porqué las personas participan en este tipo de acciones (González, 2024).

La identificación grupal es un elemento fundamental para determinar la existencia de un grupo la cual nos va a permitir clasificar su contexto y poder observar las conductas que se dan a lo largo de lo personal-social. La pertenencia a un grupo puede influir de manera negativa o positiva en el comportamiento colectivo, ya que las personas tienden a tener una necesidad de pertenencia. Participar en las “funas” permite encuadrar con los valores puestos por el grupo y así demostrar una lealtad hacia las causas impartidas por el mismo. Así se refuerza la identidad del grupo y se asegura su posición (Tajfel, 1978; Turner & Giles, 1981).

Los individuos en ocasiones se sienten motivados a castigar algunos comportamientos que son inmorales, incluso cuando estos han sido afectados directamente por la conducta. En redes sociales se ve reflejado aún más ya que existe una gran audiencia y el acto de castigar a la persona adquiere un valor y una dimensión pública. Las personas castigan comportamientos considerados inmorales, incluso si no están directamente afectados (Ferh & Gächter, 2002).

El sentido de justicia social es otro factor importante dentro de dichas causas, castigar públicamente a alguien que es percibido como transgresor y la participación de las personas en las “funas” hace que exista una motivación psicológica para restaurar el equilibrio al exponer y sancionar públicamente los comportamientos que son

considerados inmorales o injustos. Un ejemplo claro se presenta en redes sociales en donde amplifican esta necesidad de justicia colectiva (Seligman 1975).

3.5 Consecuencias

3.5.1 Sociales

El uso inadecuado de las redes sociales para señalar a personas como responsables de supuestos delitos está generando un impacto social perjudicial, afectando no solo a quienes son expuestos públicamente, sino también a quienes, creyendo ser víctimas, se transforman en agresores al publicar dichas acusaciones (Colina, 2021).

Este mecanismo de denuncia se basa en narrar lo ocurrido entre una persona y una empresa, un establecimiento, otra persona o un suceso en particular, utilizando una historia que puede incluir fotos, videos, conversaciones u otros materiales audiovisuales que apoyen la acusación (Labbé, 2019). Quienes son señalados o "funados" por presuntos hechos terminan convertidos en víctimas del descrédito y la humillación, lo que afecta su reputación, privacidad y honor, a menudo debido a la falsedad de las acusaciones que se les imputan (Colina, 2021).

En redes sociales, *Facebook* se emplea como una plataforma donde se pueden compartir y comentar aspectos personales. Al ser accesible para todos, el usuario de *Facebook* adopta un rol dual: es tanto vigilante como vigilado, o sea, cumple las funciones de guardián y prisionero. El usuario puede criticar y sancionar a otros por acciones o comportamientos que la sociedad percibe como inusuales. Así, se divulgan

situaciones para advertir a los demás y, a su vez, provocar un castigo social que genera rechazo, repudio y aislamiento (Labbé, 2019).

Como consecuencia, surgen situaciones en las que se evalúa a una persona, lo que impacta negativamente a cualquier individuo, empresa o producto que sea objeto de desprestigio. Esto ocurre porque se crea una imagen desfavorable en su entorno, sin tener pruebas de la veracidad de lo que se ha dicho, y sin que haya sido sometido a un proceso legal. En tales casos, se aplica la justicia social, lo que genera un rechazo hacia el denunciado (Labbé, 2019).

La práctica de las funas se ha vuelto común como una forma de acusar y exponer públicamente a otras personas por hechos específicos, lo que lleva a que otros usuarios actúen como jueces en esas situaciones (Labbé, 2019).. Estas publicaciones han tenido consecuencias tan graves que han llevado a algunas personas a quitarse la vida debido al desprestigio al que han sido sometidas (Colina, 2021).

3.5.2 Psicológicas

Las funas, cuando se realizan a través de medios digitales, pueden llegar a ser confundidas con el ciberacoso, sin embargo este último sería la intimidación psicológica, hostigamiento o acoso que se produce entre pares; sostenida en el tiempo y cometida con cierta regularidad, utilizando como medio las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) (Ministerio de Educación, 2020).

El acto de denunciar públicamente, sin la sistematicidad del ciberacoso. Desde el punto de vista de la supuesta víctima, en la actualidad las redes sociales han servido como plataforma para denunciar los atropellos a manos de las

autoridades, organizaciones e incluso otros ciudadanos contra sus similares u otros seres vivos (Martínez-Líbano & Olivares, 2021).

La palabra “funa”, puede entenderse como la comúnmente llamada difamación (Carrasco, 2019), la difamación se define tradicionalmente como un daño malicioso a la reputación o el buen nombre de otra persona al hacer una declaración falsa a una tercera persona (Hemel et al., 2019). Las difamaciones generan un daño o lesión psicológica y éstas pueden resultar de negligencia, mala conducta, molestias, diversas infracciones y responsabilidades, actos intencionales, difamación, fraude y el efecto de un reglamento u ordenanza legal (Young, 2008).

De acuerdo con lo revisado podríamos elucubrar que las funas podrían generar un profundo malestar en funados, estrés, estrés postraumático, ansiedad, depresión, ideación, pensamientos suicidas y suicidio. Podemos entender que las funas dan un alivio y además una sensación de justicia, dado que según se entiende que los entes formales, como los tribunales de justicia, no satisfacen las expectativas de los sujetos. (Martínez, Líbano & Olivares, 2021)

3.6 Teorías sobre la Funa

3.6.1 Teoría de la Acción Social

La acción racional-valorativa de Max Weber se refiere a un tipo de acción social en la que los individuos actúan de acuerdo con valores éticos, religiosos, ideológicos u otros, independientemente de las consecuencias. Es decir, las personas realizan ciertas acciones porque están convencidas de que son moralmente correctas o

importantes, no necesariamente porque esperen obtener un beneficio tangible o práctico (Giner, 2001).

En el caso de la funa, esta se puede entender como una manifestación de acción racional-valorativa, ya que quienes participan en una funa lo hacen motivados por la convicción de que es necesario denunciar públicamente a individuos que han cometido actos de injusticia, como abusos de poder, violaciones a los derechos humanos o crímenes que no han sido castigados legalmente. El objetivo principal de la funa no es obtener una retribución material o práctica, sino generar una condena moral por parte de la sociedad hacia el denunciado. Los participantes buscan justicia desde una perspectiva ética, creyendo que al exponer públicamente a la persona involucrada, están cumpliendo con un deber moral de reivindicar la memoria o la dignidad de las víctimas (Gahona, 2003).

Por lo tanto, la funa es un ejemplo de acción racional-valorativa porque se basa en principios de justicia, verdad y reparación moral, más que en la obtención de resultados inmediatos o materiales. Aunque pueda tener efectos sociales o legales indirectos, el principal motor de quienes la practican es su compromiso con un valor moral: la lucha contra la impunidad y el olvido.

3.6.2 La Teoría de la identidad social

La Teoría de la Identidad Social sostiene que, aunque la imagen que las personas tienen de sí mismas en relación con su entorno físico y social sea compleja y diversa, ciertos elementos de esa imagen provienen de su pertenencia a grupos o categorías sociales. Esta teoría sugiere que nuestro autoconcepto está fuertemente

moldeado por la identidad social, es decir, por la conciencia de formar parte de ciertos grupos sociales y el valor emocional y simbólico que dicha pertenencia tiene para cada individuo (Tajfel, 1981).

Tajfel (1981) plantea que el comportamiento social de las personas fluctúa entre dos extremos: por un lado, el comportamiento intergrupar, donde las acciones están influenciadas por la pertenencia a distintos grupos o categorías sociales; y por otro, el comportamiento interpersonal, donde las relaciones personales y las características individuales predominan en la conducta. Turner (1982), introduce el modelo de identificación social, sugiriendo que cuando una persona se auto-categoriza en diferentes niveles que la definen en función de sus semejanzas con ciertos grupos y sus diferencias con otros, ocurre un proceso de despersonalización. En este proceso, el individuo actúa de acuerdo con los estereotipos y normas de comportamiento asociados a los grupos a los que pertenece (Turner, et al., 1987).

El autor señala que las personas suelen buscar una identidad social favorable comparando su grupo con otros, destacando diferencias y rechazando ciertos atributos para fortalecer su autoestima personal. En este proceso, los prototipos grupales y la autocategorización tienen un rol crucial, ya que activan un modelo que establece las características y comportamientos esperados de los integrantes del grupo (Tajfel, 1981).

3.6.3 Teoría del castigo

Los seres humanos encuentran espacios o lugares en los cuales infringen las leyes que les rigen, en consecuencia es común aplicar un castigo. Locke lo define como:

Un sufrimiento: quitar o abreviar alguna cosa buena a la cual, la persona castigada tendría el derecho. Para justificar este mal sobre cualquier hombre, se requieren dos cosas. Primero, que quien castiga tenga el encargo y el poder de hacerlo. Segundo, que el castigo sea directamente útil para procurar un mayor bien. Cualquier castigo que un hombre le aplique a otro sin cumplir con estas dos condiciones, independientemente de lo que pretenda, prueba un daño y una injusticia. Luego, cuando la utilidad no está —considerando que es una de las condiciones que hacen al castigo justo—, los castigos pueden ser ilegítimos en las manos de cualquiera (Locke, 1689 como se citó en García, 2021).

El autor propone varios contextos en los cuales se ejecuta el castigo, En su calidad de derecho natural, el derecho de castigar es un derecho universal, igual que el derecho a la vida el el derecho a la libertad, hace énfasis en que todos poseemos esa libertad de castigar siempre y cuando otro no lo haya ejecutado previamente, los castigos pueden ser ejecutados por cualquier ser humano; Toda persona es susceptible a ser atacada por el mismo individuo o grupo.

3.6.4 Teoría Social (Moral)

La relación entre la moralidad y el orden social es probablemente uno de los temas más complicados que enfrenta la teoría sociológica. Por un lado, es innegable que los aspectos morales juegan un papel crucial en el funcionamiento de la sociedad; sin embargo, también es claro que la sociedad ya no puede entenderse simplemente como el resultado de un acuerdo moral compartido (Goffman, 1970).

Goffman sostiene que, al comenzar una interacción, trazamos un patrón de comportamiento que refleja nuestra percepción de la situación y de los demás participantes. Este patrón incluye tanto actos verbales como no verbales (Goffman, 1970).

Podemos afirmar que existe una inclinación conservadora en las interacciones sociales, ya que las personas tienden a reproducir los valores y estructuras fundamentales de la sociedad en sus relaciones. Sin embargo, aunque esta aceptación de las normas pueda ser superficial, la interacción en sí abre espacios para la resistencia (Goffman, 1970).

En este capítulo se revisó el fenómeno de la funa desde sus antecedentes históricos hasta sus características, causas y consecuencias sociales y psicológicas. La revisión permitió comprender la funa como una forma contemporánea de denuncia pública que puede impactar significativamente en la vida emocional y social de las personas involucradas. Estos antecedentes proporcionan una base conceptual para comprender los estudios previos relacionados con el fenómeno, los cuales serán presentados en el siguiente capítulo.

Capítulo 4. Antecedentes del problema

En la Tabla 1 se describen diferentes estudios en los cuales se aborda el fenómeno de la funa, en donde se incluyen sus objetivos, métodos y principales resultados. Estos trabajos muestran diferentes metodologías y contextos de análisis, siendo los principales las redes sociales, ofreciendo un panorama general con respecto a la investigación existente del tema.

Tabla 1.

Síntesis de estudios relacionados con el fenómeno de la funa.

Objetivo	Métodos y Resultados	Citas
El objetivo de esta investigación fue identificar y analizar publicaciones cuya temática aborda el fenómeno de las funas, tanto desde sus motivaciones y sus consecuencias.	El análisis se realizó con un enfoque mixto documental y un diseño descriptivo, identificando temas clave mediante palabras clave en tres etapas: localización, selección y evaluación de artículos. Utilizando Google Scholar, se encontraron 11 artículos sobre "funas", pero tras aplicar criterios de inclusión, se analizaron 3. La conclusión resalta la falta de investigaciones sobre este fenómeno a nivel local e internacional, subrayando la necesidad de estudios de campo desde una perspectiva psicológica.	Martínez & Olivares (2021)
Su objetivo es la relación entre la Funa de Facebook con la idea de Foucault en la actualidad, en donde podemos encontrar que el concepto que este	El estudio utilizó un enfoque mixto para analizar las funas en Facebook como denuncia social. A través de encuestas a estudiantes de la UMCE, se determinó que la mayoría conoce y apoya	Duarte Labbé (2019)

autor maneja con la plataforma como un método de castigo. Se buscará si bajo la visión de los usuarios esta modalidad de exponer una situación en particular para juzgar es una especie de castigo y a su vez, de mediar la justicia.

Este trabajo es una memoria cuyo propósito se describe cómo: comprender la funa críticamente, comenzando por su origen histórico y por medio de una constatación inicial doble: Primero, la escasa información disponible respecto al tema; y segundo, la riqueza analítica y complejidad del mismo.

El estudio busca identificar y registrar los perfiles políticos de las mujeres que han llevado a cabo la práctica del escrache en los últimos años en Argentina

este método, aunque algunas opiniones se mantienen neutrales. Las críticas resaltan la incitación al odio y la falta de validez al no recurrir a vías legales, pero también muestran apoyo a las víctimas y la protección hacia ellas.

Tras identificar los problemas derivados de exponer a presuntos perpetradores de violencia de género en la web, se concluye que es necesario buscar alternativas que logren los mismos objetivos de la funa. Estas alternativas deben considerar la especificidad de este tipo de violencia, incorporando no solo los logros recientes de las manifestaciones, sino también la dimensión histórica del feminismo como un proceso político.

Se llevaron a cabo 9 entrevistas en profundidad: 5 con mujeres que han realizado escraches, 1 con un hombre empleador involucrado en un conflicto de escrache entre empleados, y 3 con mujeres que ocupan cargos en agrupaciones políticas. Las mujeres que realizan escraches se identifican como feministas, participan en movilizaciones y asambleas feministas, y algunas han estado en grupos de activismo, aunque no forman parte de organizaciones políticas. En cambio, las feministas que participan en agrupaciones políticas no recurren a los escraches, ya que las organizaciones a las que pertenecen no valoran este tipo de acciones.

Schmeisser (2019)

Guadalupe (2021)

Se estudió el desarrollo y la configuración del escrache como una estrategia feminista para enfrentar la violencia de género contra las mujeres. Para ello, se analizaron los datos digitales de la fanpage de la REDNES, complementados con entrevistas semiestructuradas a las integrantes de la organización.	El escrache se desencadena por dos factores principales que impulsan la movilización: en primer lugar, la sensación de peligro o inseguridad que experimentan las víctimas, y en segundo lugar, la falta de apoyo institucional al que se enfrentan tras la violencia sufrida.	González (2019)
Su objetivo es conocer los relatos de mujeres que hayan ejercido una funa como respuesta a la violencia de género, para identificar la motivación para realizar una funa y reflexionar sobre el uso de la funa en redes sociales.	El estudio, de enfoque cualitativo, fue realizado con 4 mujeres residentes en Chile, de entre 22 y 35 años, convocadas a través de redes sociales mediante un muestreo probabilístico. Los resultados mostraron que las mujeres prefieren utilizar las redes sociales como medio de denuncia debido a la ineficacia de los sistemas legislativos y judiciales. Además, se evidenció que la funa es vista como una acción feminista para enfrentar esta problemática.	Arriagada Beguño B. et al. (2023)

En este capítulo se describen diversos estudios en donde se abordó el tema de la funa y cómo afecta a las personas que viven este fenómeno, así como la percepción que se tiene de usar este método como represalia para personas que han cometido comportamientos socialmente no aceptables. En estos estudios se observa en primer lugar que hay poca información disponible de este fenómeno, así como de las consecuencias que pudiera generar en las personas que lo han padecido. Lo que sí se puede observar es que la funa es un método que se percibe socialmente como útil o deseable para que la población pueda generar represalias en contra de las personas que hayan cometido algún acto o comportamiento no aceptado por la sociedad, esto principalmente provocado por la percepción de que no haya consecuencias para la persona que cometió el acto.

Una vez presentados los antecedentes del problema de este estudio, a continuación se describe el Planteamiento del Problema de este proyecto.

Planteamiento del problema

En años recientes, las funas se han transformado en un instrumento destacado para la denuncia social, en particular en el ámbito de la violencia de género. Este fenómeno, que conlleva la divulgación pública de supuestas víctimas en plataformas digitales, ha generado un fuerte debate acerca de su eficacia y repercusiones. A pesar de su aumento en la visibilidad, hay una considerable falta de estudios académicos que traten de forma general las causas detrás de las funas, además de sus efectos en las víctimas, los denunciantes y la sociedad en su conjunto (Martínez-Líbano & Olivares, 2021).

El término de funa, "escrache" o el "quemar a alguien" y la cancelación son términos que describen la denuncia pública de comportamientos inaceptables, aunque no hay una palabra única en México que abarque este fenómeno. La palabra funa es más frecuente en Chile, mientras que "quemar a alguien" se utiliza en México para referirse a daños a la reputación a través de redes sociales. La escasez de investigaciones realizadas limitan la comprensión detallada de las dinámicas sociales y psicológicas presentes en las funas. Con el avance de la tecnología, es cada vez más importante estudiar este fenómeno para entender cómo están cambiando las formas de participación y búsqueda de justicia. La falta de investigación resalta la necesidad de realizar un estudio más exhaustivo que no solo analice el fenómeno de forma crítica, sino que también entienda mejor sus repercusiones en la vida de un individuo que ha sido públicamente denunciado, en diversos aspectos. (Schmeisser, 2019)

Los denunciantes, que se manifiestan a través de historias que incluyen pruebas audiovisuales como fotografías, vídeos y conversaciones, pueden provocar una

denigración irreparable para los denunciados, afectando su reputación, su vida privada y su bienestar emocional. Este fenómeno transforma las redes sociales, especialmente Facebook, en un contexto en el que los usuarios asumen funciones de observadores, promoviendo una ola de críticas y castigos que puede conducir al rechazo y al aislamiento social (Duarte, 2020).

Las denuncias, al ser difundidas y evaluadas, tienen consecuencias negativas ya que crean una percepción desfavorable y dañina que afecta la vida de cualquier individuo, compañía o artículo mencionado, lo cual puede tener resultados tan serios que incluso han provocado que algunos afectados consideren el acto de quitarse la vida (Colina, 2021). Esto destaca la seriedad de la difamación en la era digital, donde el perjuicio a la imagen puede suceder sin un debido proceso legal ni pruebas concretas de responsabilidad. Además, han sido asociados con consecuencias psicológicas graves en las personas afectadas, como el trastorno de estrés postraumático, la ansiedad y la depresión, convirtiéndose en una modalidad de acoso en línea capaz de provocar daño emocional (Colina, 2021).

Algunas personas que hacen denuncias pueden sentir alivio y ver justicia en estas prácticas, la ausencia de normativas legales y éticas para estos señalamientos genera un clima que facilita el abuso y la continuación de la violencia psicológica hacia la persona denunciada. En esta situación, analizar la dualidad de las funas es crucial, ya que actúan como un mecanismo de justicia social pero también pueden causar daño porque muchas veces carecen de veracidad (Duarte, 2020). Las funas se convierten en una herramienta para asegurar que se condene moralmente a la sociedad, buscando así una sentencia para la persona objeto de la funa. No obstante, la cuestión radica en

que este sistema de equidad social puede plantear un problema: la divulgación pública podría ocasionar perjuicios irremediables al acusado, perjudicando su prestigio y bienestar individual teniendo impacto negativo en diferentes áreas de su vida (Martínez-Líbano & Olivares, 2021).

Desde una perspectiva social, la participación en las funas puede verse influenciada por la necesidad de pertenencia a un grupo. Los individuos a menudo buscan alinear sus acciones con los valores del grupo al que pertenecen, reforzando así su identidad grupal (Tajfel, 1978; Turner & Giles, 1981). Este fenómeno se intensifica en el entorno digital, donde un público extenso proporciona a los participantes un sentimiento de autoridad y reconocimiento al aplicar un castigo moral en público, incluso si no son víctimas directas de las acciones que critican (Ferh & Gächter, 2002).

En cambio, las razones psicológicas que incentivan a las personas a involucrarse en funas son igual de relevantes. La búsqueda de equidad social puede funcionar como un potente incentivo que motiva a las personas a castigar conductas vistas como inmorales, contribuyendo de esta manera a una percepción de paz social. La intensificación de esta demanda de justicia colectiva en las redes sociales aporta una dinámica novedosa, generando un ambiente donde la exposición y la condena pública se transforman en costumbres cotidianas (Seligman, 1975).

La "funa" puede tener diversas repercusiones, tanto para la persona que es denunciada como para quienes participan en el proceso. En primer lugar, las personas que son objeto de una denuncia pública pueden enfrentar consecuencias significativas,

como una disminución de su confianza y autoestima, sobre todo si sienten que están siendo atacadas injustamente o no son comprendidas. Además, esto puede generar un estigma social que afecta sus relaciones interpersonales y profesionales. Como resultado, la persona funada puede experimentar aislamiento y rechazo, lo que puede agravar aún más su crisis de autoestima (Schmeisser, 2019).

Por otro lado, quienes actúan como denunciantes pueden sentirse convencidos de que están ejerciendo un derecho, creyendo que al "funar" a alguien están cumpliendo una función social de justicia al visibilizar actos que consideran inapropiados. Además, cuando reciben apoyo por parte de otros, pueden experimentar reconocimiento y validación por su postura. Esto fortalece su sentido de pertenencia a un grupo que comparte valores similares (Colina, 2021).

En contextos donde la funa es vista como algo positivo o necesario, las personas pueden sentir la presión de conformarse con la opinión mayoritaria. Esto puede llevarlas a distanciarse de quienes han sido denunciados para proteger su propia imagen social y mantener su aceptación en el grupo. Como resultado, muchos pueden evitar asociarse con la persona denunciada, considerando su comportamiento como inaceptable. Esta situación puede provocar que algunas personas se aíslen socialmente, aumentando su sensación de soledad, o, por el contrario, que adopten conductas que son socialmente aceptables para recuperar su estatus y redimirse del "efecto funa" (Martínez-Líbano & Olivares, 2021).

Justificación

Como ya se abordó anteriormente, en los últimos años, el fenómeno de la “funa” ha tomado un papel relevante en las redes sociales y en la opinión pública, donde las personas señaladas públicamente por conductas consideradas inapropiadas o dañinas son expuestas ante la sociedad con el objetivo de generar sanciones sociales. Este proceso, que se lleva a cabo en su mayoría a través de las redes sociales, puede tener consecuencias significativas no sólo para la imagen pública de la persona funada, sino también para su bienestar psicológico y social.

La presente tesis se justifica por la necesidad de explorar la relación entre las variables ya mencionadas, se pretende generar conocimiento útil para los profesionales de la salud mental, así como para el desarrollo de estrategias de intervención que ayuden a mitigar los efectos negativos en los afectados.

Estudios previos han demostrado que la exposición a juicios y críticas públicas puede influir de manera negativa en la autopercepción, generando sentimientos de vergüenza, culpa, ansiedad, y en casos más severos, depresión. Sin embargo, existe una escasa literatura científica que aborde de manera directa cómo estos fenómenos afectan la autoestima de los individuos funados, así como el deterioro de sus relaciones interpersonales. Este estudio buscó cubrir ese vacío, contribuyendo al debate académico y social sobre las implicaciones de la cultura de la cancelación y el escrutinio público. Con esta investigación, se buscó promover un enfoque más comprensivo y humanizado en el abordaje de estas situaciones, considerando tanto los aspectos personales como los colectivos involucrados.

Pregunta de investigación

¿Cuál es la relación entre la autoestima y la deseabilidad social en estudiantes universitarios de Pachuca, Hidalgo que han sido “funados”?

Hipótesis

Hipótesis estadísticas

H1. Existe una relación estadísticamente significativa entre la autoestima y la deseabilidad social en estudiantes universitarios de Pachuca, Hidalgo que han sido funados.

H0. No existe una relación estadísticamente significativa entre la autoestima y la deseabilidad social en estudiantes universitarios de Pachuca, Hidalgo que han sido funados.

Objetivo General

Analizar la relación entre autoestima y deseabilidad social en estudiantes universitarios de Pachuca Hidalgo que han sido “funados”.

Objetivos Específicos

- Evaluar la autoestima en estudiantes universitarios de Pachuca Hidalgo que han sido “funados”.
- Evaluar la deseabilidad social en estudiantes universitarios de Pachuca, Hidalgo que han sido “funados”.
- Relacionar la autoestima con la deseabilidad social en estudiantes universitarios de Pachuca, Hidalgo que han sido “funados”.
- Comparar la autoestima por sexo en estudiantes universitarios de Pachuca Hidalgo que han sido “funados”.
- Comparar la deseabilidad social por sexo en estudiantes universitarios de Pachuca Hidalgo que han sido “funados”.

Método

Diseño y tipo de estudio

Esta investigación es de tipo cuantitativa, ya que se utilizaron instrumentos estandarizados para medir las variables de interés, y los datos obtenidos serán analizados mediante procedimientos estadísticos. Este estudio empleó un diseño no experimental, transversal y correlacional. Es no experimental, ya que no se manipulan variables independientes; se observaron las variables en su contexto natural. Es transversal porque la recolección de datos se realizó en un solo momento temporal. Es correlacional, ya que se buscó determinar la relación entre la autoestima y la deseabilidad social en personas que han sido funadas en Pachuca, Hidalgo.

Contexto

El estudio se llevó a cabo en un entorno digital y social, considerando personas entre los 18 a 21 años de edad que residan en Pachuca de Soto, Hidalgo, y que han sido expuestas a procesos de funa a través de redes sociales.

Definición de variables

En la Tabla 2 se describen las variables que se utilizaron en esta investigación, así como su definición conceptual, su definición operacional y su nivel de medición.

Tabla 2.

Definición conceptual y operacional de las variables de estudio.

Definición de Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Nivel de Medición
Autoestima	Legendre (como se citó en Beauregard, 2013) define la autoestima como la valía que una persona se da a sí misma en un aspecto global, tomándose en cuenta fundamentalmente la confianza que deposita en sí mismo y sus capacidades, además, indica que “la clave de la autoestima se encuentra en el proceso de autoconocimiento”.	Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) Conformada por 10 reactivos con formato tipo Likert de cuatro opciones de respuesta. La puntuación total oscila entre 10 y 40 puntos. Puntajes entre 30 y 40 indican autoestima alta, entre 26 y 29 autoestima media y menores de 25 autoestima baja.	Intervalar

Deseabilidad Social	La deseabilidad social hace referencia a la propensión de las personas a moldear sus actitudes, comportamientos y características con el fin de que los demás las perciben de manera favorable. Este fenómeno puede provocar en los individuos la creación de una imagen idealizada de sí mismos, reprimiendo sus verdaderos sentimientos y comportamientos (Bradley, 2018)	Escala de deseabilidad social en México. A mayor puntuación obtenida, mayor presencia de deseabilidad social. La escala está compuesta por 18 reactivos tipo Likert con puntuaciones que oscilan entre 18 y 90 puntos.	Intervalar
Funa	Una funa es una manifestación pública utilizada para exponer y condenar a personas, instituciones o grupos que han cometido actos considerados inmorales, ilegales o injustos. El término tiene su origen en el mapudungún, donde significa "podrido", y fue adoptado en Chile para referirse a acciones que buscan denunciar la falta de justicia o impunidad percibida (Schmeisser, 2019).	Encuesta de datos sociodemográficos	Nominal

Población

Se solicitó la participación voluntaria y anónima de 100 estudiantes de universidad, con edades comprendidas entre 18 a 21 años ($M = 20.8$ y $DE = 2.7$), hombres (38%) y mujeres (62%), habitantes de Pachuca, Hidalgo. La selección de la muestra se llevó a cabo de manera no probabilística de tipo bola de nieve, distribuyendo el cuestionario a través de redes sociales.

Criterios de selección

Criterios de inclusión:

- Las personas deben ser estudiantes universitarios.
- Las personas deben tener edades dentro del rango de 18 a 21 años.
- Las personas deben haber sido “funadas”.

Criterios de exclusión:

- Las personas no deben ser de un lugar distinto a Pachuca.
- Las personas no deben tener menos de 18 años o más de 21 años.

Criterios de eliminación:

- Las personas deben estar en pleno estado de conciencia, aquellas que se encuentren en estado de intoxicación por sustancias no podrán participar.
- Las personas deben haber completado el total de preguntas de las pruebas, aquellas que las completen parcialmente no podrán ser seleccionadas.

Instrumentos

Cuestionario de datos Sociodemográficos

Se realizó un cuestionario ad hoc, con el objetivo de recabar información conceptual importante respecto a los participantes. Este cuestionario se conformó por preguntas cerradas de opción múltiple, organizadas en tres secciones principales.

En la primera sección se recopilaron datos generales, incluyendo edad, género, ocupación y estado civil, con la finalidad de caracterizar a la muestra. La segunda sección, abordó antecedentes relacionados con el uso de redes sociales abordando la frecuencia de uso, la participación en conflictos digitales y la experiencia de haber sido funado.

Por último, en la tercera sección, se evaluaron aspectos relacionados con la autoestima y la deseabilidad social mediante preguntas orientadas a la percepción de las relaciones interpersonales, la percepción del autoestima y la necesidad de encajar, después de haber sido funados. Esto como antítesis de los cuestionarios que se aplicarían respectivamente.

Escala de Autoestima de Rosenberg (Rosenberg Self-Esteem Scale, RSES)

La EAR ha sido traducida y validada en distintos países e idiomas: francés, alemán, japonés, portugués, español, etc. Rosenberg entiende la autoestima como un sentimiento hacia uno mismo, que puede ser positivo o negativo, el cual se construye por medio de una evaluación de las propias características. La escala fue dirigida en un principio a adolescentes, hoy se usa con otros grupos etarios.

Su aplicación es simple y rápida. Cuenta con 10 ítems, divididos equitativamente en positivos y negativos (ejemplos, sentimiento positivo: "creo que tengo un buen número de cualidades" sentimiento negativo: "siento que no tengo muchos motivos para sentirme orgulloso de mí"). Es un instrumento unidimensional que se contesta en una escala de 4 alternativas, que va desde "muy de acuerdo" a "muy en desacuerdo". (Rojas-Barahona et al., 2009). En población mexicana, la Escala de Autoestima de Rosenberg presenta altos niveles de confiabilidad, con coeficientes alfa de Cronbach que oscilan entre .73 y .87 en distintas muestras aplicadas que incluyen a estudiantes universitarios y adultos mayores (Jurado et al., 2016; Reynoso-González et al., 2022; De León & García, 2016).

Escala de Deseabilidad Social en México

La escala de deseabilidad social en México realizada por Alejandra del Carmen Dominguez Espinoza en el año de 1997 en México D.F, con una confiabilidad interna global de 0.85, ocupando una muestra no probabilística de estudiantes con un rango de edad de 15 a 21 años, midiendo conductas aceptadas e inadaptadas por los mexicanos en 18 reactivos usando una escala tipo Likert donde 1 es Desacuerdo, 2 Algo en desacuerdo, 3 neutral, 4 Algo de acuerdo y 5 acuerdo. (Domínguez, 1997)

Según Dominguez, A. (2008) dado el estado actual de la validación de la escala, se considera que calificar utilizando únicamente el puntaje total es lo más apropiado. Este enfoque asegura la coherencia y consistencia del análisis. No obstante, a medida que las dimensiones sean mejor comprendidas y validadas en estudios futuros, sería recomendable considerar una evaluación más detallada por dimensiones, lo que

permitiría un análisis más matizado de las conductas desaprobadas en función de los diferentes factores que las componen.

Procedimiento

Se distribuyó el cuestionario digital a través de redes sociales y grupos universitarios. Se incluyó una declaración de consentimiento informado al inicio del cuestionario, explicando el propósito del estudio y la confidencialidad de los datos.

Los participantes recibieron instrucciones claras sobre cómo completar el cuestionario. Se les recordó que deben estar en un estado de plena conciencia al momento de responder. Se aseguró que las respuestas fueran completas. Los cuestionarios que no se completaron en su totalidad fueron eliminados de la muestra.

Una vez cerrada la recolección de datos, se revisaron las respuestas para eliminar cuestionarios incompletos. Finalmente, se utilizó el software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) para analizar las relaciones entre la experiencia de funa, autoestima y deseabilidad social.

Análisis Estadístico

El procesamiento de los datos se realizó utilizando el programa IBM SPSS Statistics (versión 20). Inicialmente, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de la base de datos para asegurar la calidad de la información, verificando la ausencia de datos faltantes y la correcta codificación de todas las variables relevantes.

Posteriormente, se aplicaron procedimientos de estadística descriptiva con el propósito de caracterizar las principales variables de estudio: autoestima positiva,

autoestima negativa y deseabilidad social. Se calcularon medidas de tendencia central (media y mediana), así como medidas de dispersión (desviación estándar, valores mínimos y máximos) para cada una de ellas. Además, se construyeron tablas de frecuencias absolutas y relativas para analizar la distribución de las respuestas.

El análisis descriptivo permitió identificar patrones de comportamiento en la muestra, evaluando la concentración de datos, su variabilidad y las características generales de las dimensiones analizadas. Estos resultados sirvieron de base para el desarrollo de análisis inferenciales posteriores, proporcionando una visión preliminar del perfil estadístico de los participantes.

El enfoque estadístico adoptado garantizó una interpretación precisa y coherente de los datos en función de los objetivos de investigación, asegurando una descripción adecuada de la muestra y estableciendo los parámetros necesarios para el contraste de hipótesis en etapas posteriores.

Aspectos Éticos

La presente investigación se realizó conforme a los lineamientos establecidos en la Ley General de Salud en Materia de Investigación para la Salud en México (Secretaría de Salud, 2014). Dichos lineamientos garantizan la protección de los derechos, seguridad y bienestar de los participantes, priorizando el respeto a la dignidad humana y la confidencialidad de la información. Se aseguró el uso de un consentimiento informado y el cumplimiento de los principios éticos aplicables a investigaciones con seres humanos. De la misma manera se cumplió con los principios éticos establecidos en la Declaración de Helsinki de la Asociación Médica Mundial (AMM, 2013), que establece

lineamientos para la investigación en seres humanos, asegurando el respeto por la dignidad, la seguridad y los derechos de los participantes.

Además se respetaron los lineamientos establecidos en el Código Ético de Investigación, asegurando el cumplimiento de los principios fundamentales de respeto, justicia y beneficencia. Se garantizó la confidencialidad y el anonimato de los participantes, quienes participaron de forma voluntaria tras otorgar su consentimiento informado.

Resultados

Se efectuó un análisis descriptivo de las variables *autoestima positiva*, *autoestima negativa* y *deseabilidad social* en una muestra conformada por 104 participantes, así como lo que contestaron los participantes en una encuesta de datos sociodemográficos. La Tabla 3 muestra en primer lugar los resultados obtenidos en la muestra en cuanto a variables demográficas.

Tabla 3

Resultados sociodemográficos de la muestra.

Variable	Frecuencia (%)
Edad	21.5 ± 3.68 *
Género	
Hombre	38 (36.5%)
Mujer	62 (59, 6%)
Prefiero no decirlo	4 (3,8%)
Estado Civil	
Soltero (a)	68 (65,4%)
Casado (a)	3 (2,9%)
En una relación	32 (30,8%)
Es complicado	1 (1%)
Ocupación	
Estudiante	68 (63.5%)
Trabajador (a)	12 (11,5%)
Ambos	26 (25%)

* Media y desviación estándar

Del mismo modo, la Tabla 4 describe los resultados de otra sección del cuestionario sociodemográfico, en donde se incluyen preguntas relacionadas a la experiencia de la funa por parte de los participantes, así como ciertas preguntas asociadas al uso de redes sociales.

Tabla 4.

Resultados de datos relacionados al uso de redes sociales y la funa.

Variable	Frecuencia (%)
Frecuencia de uso de redes sociales	
Varias veces al día	89 (85,6%)
Una vez al día	14 (13,5%)
Algunas veces por semana	1 (1%)
Rara vez	0 (0%)
¿Has estado involucrado en discusiones o conflictos en redes?	
Si	64 (61,5%)
No	40 (38,5%)
¿Has sido “funado” públicamente en redes?	
Si	64 (61,5%)
No	40 (38,5%)
Impacto de la funa en tu vida personal	
Sí, de forma positiva	7 (8,6%)
Sí, de forma negativa	35 (43,2%)
No ha tenido impacto	38 (46,9%)
Recibí apoyo de mi círculo cercano tras la “funa”	
Si	49 (62%)
No	10 (12,7%)
No estoy seguro (a)	20 (25,3%)
Relación con mis amigos actualmente	
Muy buena	37 (35,6%)
Buena	46 (44,2%)
Regular	17 (16,3%)
Mala	4 (3,8%)
Siento la necesidad de agradar para ser aceptado	
Si, frecuentemente	18 (17, 3%)
A veces	31 (29,8%)
Raramente	22 (21,2%)
Nunca	33 (31,7%)

En cuanto a la *autoestima positiva*, las puntuaciones se distribuyeron entre 6 y 18 puntos. La media obtenida fue de 13.68, mientras que la mediana alcanzó los 14 puntos, con una desviación estándar de 2.13. Estos datos evidencian una tendencia hacia niveles altos de autoestima, junto con una variabilidad moderada.

Respecto a la *autoestima negativa*, se registró una media de 14.63 puntos y una desviación estándar de 3.21. Aunque los resultados fueron similares a la de la autoestima positiva, la dispersión fue mayor, lo cual sugiere una diversidad más amplia en las percepciones negativas de los sujetos evaluados.

En relación con la *deseabilidad social*, se reportó una media de 49.67 puntos dentro de un rango de 22 a 76, mostrando una leve inclinación hacia valores más altos. Sin embargo, las respuestas se distribuyeron de manera amplia, sin evidenciar concentraciones específicas, lo que refleja una elevada variabilidad entre los participantes. Los resultados de estas tres variables se exponen en la Tabla 5.

Tabla 5.

Estadísticos descriptivos del nivel de autoestima y deseabilidad

	N	Mínimo	Máximo	M	DE
Autoestima Positiva	104	6	18	13.68	2.13
Autoestima Negativa	104	6	20	14.63	3.21
Deseabilidad Social	104	22	76	49.67	11.86

Para el análisis inferencial, se optó por aplicar la prueba de Kolmogorov-Smirnov para verificar si los dos resultados de Autoestima y el de Deseabilidad Social presentan distribución normal. Los resultados de la prueba indican que en la variable de Autoestima no se obtuvo distribución normal ($p < 0.05$), por lo que se optó por usar una correlación de Spearman para identificar la relación entre las variables.

En los resultados de la Correlación de Spearman no se encontraron relaciones significativas entre las tres variables ($p > 0.05$). Los resultados de este análisis se muestran en la Tabla 6.

Tabla 6.

Resultados de la Correlación de Spearman

	Deseabilidad Social	Autoestima Positiva	Autoestima Negativa
Deseabilidad Social			
Autoestima Positiva	- 0.037		
Autoestima Negativa	- 0.019	0.080	

Finalmente, al no haber un resultado significativo en la correlación de Spearman, se optó por realizar una comparación dependiendo el sexo de los participantes, comparando los puntajes de Autoestima Positiva, Negativa y Deseabilidad Social. Para la variable de Deseabilidad Social se utilizó la prueba t de Student, y para los puntajes de Autoestima se utilizó la prueba U de Mann-Whitney, ya que, como se mencionó anteriormente, en esta última variable no se obtuvo una distribución normal. En los resultados se observa una diferencia estadísticamente significativa en cuanto a la Deseabilidad Social entre hombres y mujeres, siendo estas últimas las que presentan un mayor nivel de esta variable ($t = 2.721$, $p = 0.008$), los puntajes de Autoestima, tanto positiva como negativa, no presentan diferencias estadísticamente significativas entre ambos sexos ($p > 0.05$). Los resultados se muestran en la Tabla 7.

Tabla 7

Comparaciones por sexo de las variables.

Variable	Hombres	Mujeres	Estadístico	<i>p</i>
Deseabilidad Social *	45.68 ± 10.51	52.24 ± 12.36	$t = 2.721$	0.008
Autoestima Positiva **	14 (6 - 17)	14 (9 - 18)	$U = 1161$	0.902
Autoestima Negativa **	15 (7 - 20)	14 (6 - 20)	$U = 988$	0.175

* Resultados mostrados con la media y la desviación estándar.

** Resultados mostrados con la mediana y puntajes máximos y mínimos.

En este capítulo se expusieron los resultados obtenidos en la muestra de esta investigación, los cuales nos ayudan a contrastar las hipótesis planteadas y los objetivos propuestos para el estudio. Una vez descritos los resultados obtenidos en esta investigación, tanto descriptivos como inferenciales, en el siguiente capítulo se abordará la discusión de los mismos, así como las conclusiones del proyecto.

Discusión

Los resultados del presente estudio no evidenciaron relaciones estadísticamente significativas entre la autoestima positiva, la autoestima negativa y la deseabilidad social, de acuerdo con el análisis de correlación de Spearman ($p > .05$). Este hallazgo contrasta con parte de la literatura revisada, particularmente con lo planteado por Hahn et al. (2021) y Harris y Orth (2020), quienes sostienen que la necesidad de aprobación social puede influir de manera importante en la autoestima y en el bienestar emocional de las personas. Desde estas posturas teóricas, se esperaba que los participantes con mayores niveles de deseabilidad social podrían presentar modificaciones importantes en la manera de percibirse a sí mismos, especialmente considerando el contexto de exposición pública asociado a la funa. Sin embargo, los resultados obtenidos no respaldaron dicha relación en la muestra estudiada.

Una posible explicación de estos hallazgos es que la autoestima constituye una variable relativamente estable, construida no únicamente a partir de la aprobación social inmediata, sino también de experiencias personales, recursos emocionales y factores contextuales. Esto coincide con lo señalado por Orth y Robins (2014), quienes describen la autoestima como un proceso de desarrollo continuo influenciado por múltiples dimensiones personales y sociales. De igual manera, Branden (1995) plantea que la autoestima depende del autoconocimiento, la autoaceptación y la percepción de competencia personal, por lo que la opinión externa no necesariamente determina la valoración global que una persona tiene de sí misma.

Asimismo, los resultados encontrados podrían explicarse debido a que la experiencia de haber sido funado no afecta de manera homogénea a todas las personas. Martínez-Líbano y Olivares (2021) señalan que las consecuencias psicológicas de las funas pueden variar dependiendo de las características individuales, el contexto social y el significado personal atribuido a la experiencia. Los autores mencionan que algunas personas pueden experimentar ansiedad, estrés, aislamiento o afectaciones emocionales importantes, mientras que otras interpretan la situación como una experiencia pasajera o incluso como parte de las dinámicas comunes de interacción dentro de redes sociales. En este sentido, aunque algunos participantes pudieron haber experimentado consecuencias emocionales derivadas de la funa, esto no necesariamente se reflejó en cambios significativos en su autoestima o en su deseabilidad social.

De igual manera, Schmeisser (2019) plantea que las funas pueden generar estigmatización, rechazo social y deterioro en las relaciones interpersonales de las personas denunciadas públicamente. A su vez, Colina (2021) menciona que este fenómeno puede provocar consecuencias psicológicas graves, tales como ansiedad, depresión, estrés postraumático e incluso ideación suicida. No obstante, los resultados del presente estudio no mostraron una relación estadísticamente significativa entre la experiencia de haber sido funado y las variables evaluadas. Esto podría deberse a que el impacto psicológico de la funa depende de otros factores no contemplados en esta

investigación, como el nivel de apoyo social, la gravedad de la exposición pública, el tiempo transcurrido desde la funa o las estrategias personales de afrontamiento.

Por otro lado, aunque no se encontraron relaciones significativas entre las variables principales, sí se identificó una diferencia estadísticamente significativa en la deseabilidad social en función del sexo ($p = .008$), donde las mujeres presentaron puntuaciones más altas que los hombres. Este hallazgo puede relacionarse con lo señalado por Klein y Kunda (2021), quienes afirman que las personas tienden a modificar sus respuestas y conductas con el propósito de evitar el rechazo social y mantener una imagen favorable frente a los demás. Asimismo, Hahn y Möller (2018) sostienen que la deseabilidad social impulsa a los individuos a ajustarse a las expectativas sociales del entorno, situación que puede presentarse con mayor intensidad en ciertos grupos sociales debido a normas culturales y de género.

De igual manera, Morris et al. (2022) mencionan que el temor al juicio social constituye una motivación importante para responder de manera socialmente aceptable. En el contexto de las redes sociales, donde existe exposición constante y evaluación pública, es posible que las mujeres experimenten una mayor presión por mantener una imagen favorable o socialmente aceptada, lo cual podría explicar las puntuaciones más elevadas encontradas en deseabilidad social. Esto también puede relacionarse con lo planteado por Ríos y Lammers (2023), quienes señalan que la

conformidad con las normas sociales influye directamente en la forma en que las personas regulan su conducta y proyectan su imagen frente a otros.

En contraste, no se encontraron diferencias significativas en autoestima positiva ni autoestima negativa según el sexo, lo cual sugiere que la autoestima podría mantenerse relativamente estable independientemente del género en esta muestra específica. Este hallazgo coincide parcialmente con lo planteado por Robins y Trzesniewski (2005), quienes mencionan que la autoestima puede presentar cierta estabilidad durante etapas del desarrollo como la adultez temprana, especialmente cuando las personas cuentan con redes de apoyo, experiencias de adaptación y recursos personales suficientes para enfrentar situaciones de estrés social.

Otro aspecto importante es que los participantes presentaron niveles relativamente altos de autoestima positiva. Esto podría indicar que, aunque hayan sido expuestos públicamente o involucrados en conflictos digitales, los participantes no construyen completamente su autovaloración a partir de la aceptación social en redes sociales. En relación con esto, Pereira (2007) menciona que la autoestima funciona como un recurso psicológico fundamental para el bienestar emocional y la adaptación social, permitiendo que las personas enfrenten situaciones de conflicto sin que necesariamente se vea afectada su percepción global de valor personal.

Por otro lado, la literatura revisada también señala que la deseabilidad social puede distorsionar la autoevaluación y provocar respuestas influenciadas por la

necesidad de aceptación (Moshagen & Hilbig, 2019). Esto resulta relevante para interpretar los hallazgos obtenidos, ya que algunos participantes pudieron haber respondido de manera orientada hacia la aprobación social, minimizando experiencias negativas relacionadas con la funa o proyectando una imagen más favorable de sí mismos. En este sentido, aunque la Escala de Deseabilidad Social en México permitió identificar niveles de deseabilidad social en la muestra, también es posible que esta variable haya influido indirectamente en la forma en que los participantes respondieron a los otros instrumentos de evaluación.

En relación con el fenómeno de la funa, los datos obtenidos muestran que una proporción considerable de participantes ha estado involucrada en conflictos en redes sociales y ha sido objeto de exposición pública, reportando principalmente consecuencias negativas o neutras en su vida personal. Esto coincide con Martínez-Líbano y Olivares (2021), quienes señalan que las redes sociales se han convertido en espacios donde las personas utilizan la denuncia pública como una forma de búsqueda de justicia y visibilización social. Asimismo, Duarte (2020) menciona que las funas transforman las plataformas digitales en escenarios de vigilancia y juicio colectivo, donde los usuarios participan activamente en procesos de aprobación, rechazo y sanción social.

Finalmente, los hallazgos de esta investigación permitieron aportar evidencia empírica sobre un fenómeno contemporáneo poco estudiado dentro del contexto

mexicano. Aunque no se encontró una relación estadísticamente significativa entre autoestima y deseabilidad social, los resultados reflejan que la funa constituye un fenómeno complejo influido por factores psicológicos, sociales y culturales. De igual manera, los hallazgos permiten comprender que las consecuencias emocionales derivadas de la exposición pública no se manifiestan de forma uniforme en todas las personas, por lo que resulta necesario continuar investigando variables como ansiedad, resiliencia, afrontamiento, apoyo social y percepción de justicia para comprender de manera más integral los efectos psicológicos de la funa en entornos digitales.

Conclusiones

Los resultados del presente estudio no evidenciaron relaciones estadísticamente significativas entre las variables de autoestima positiva, autoestima negativa y deseabilidad social, de acuerdo con el análisis de correlación de Spearman ($p > .05$). Este hallazgo hace un contraste con lo planteado en el modelo teórico inicial, el cual esperaba una posible asociación entre la autoestima y la deseabilidad social. De este modo, los datos indican que, al menos en este estudio, dichas variables operan de manera relativamente independiente lo que implica la aceptación de la hipótesis nula de este trabajo.

A pesar de la ausencia de correlaciones significativas analizando los datos de manera general, realizando otros análisis descriptivos se encontró un hallazgo relevante: la diferencia estadísticamente significativa en la deseabilidad social en función del sexo ($p = 0.008$), donde las mujeres presentaron puntuaciones más altas que los hombres. Esto podría interpretarse como una mayor tendencia a moldear la conducta o las respuestas conductuales hacia normas que sean socialmente aceptadas. Caso contrario con la variable de autoestima en la que no se encontraron diferencias significativas; esto sugiere que la autoestima podría ser más estable y menos influida por el sexo en este contexto específico.

En relación con el fenómeno de la funa, los datos muestran que una proporción considerable de participantes ha estado involucrada en conflictos en redes sociales y ha sido objeto de funa, reportando principalmente impactos negativos o neutros en su vida personal. Esto sugiere que, aunque el fenómeno tiene presencia significativa en la muestra, sus efectos psicológicos no se manifiestan de manera uniforme ni

necesariamente se significan cambios directos en la autoestima o la deseabilidad social.

Si bien los hallazgos de esta investigación ofrecen una primera aproximación valiosa sobre el impacto psicológico de la funa, es importante señalar ciertas limitaciones. En primer lugar, la muestra fue reducida, lo que restringe la posibilidad de generalizar estadísticamente los resultados. Además, aunque se utilizó un instrumento validado en México para medir la deseabilidad social, se identificaron ambigüedades en su aplicación e interpretación, lo que sugiere la necesidad de mayor precisión en futuras adaptaciones metodológicas.

Finalmente, se considera que este estudio contribuyó al campo de la psicología al visibilizar la importancia de analizar las formas actuales de interacción y violencia digital, así como sus posibles efectos en la percepción personal y en la necesidad de aceptación social. Se recomienda que futuras investigaciones amplíen la muestra, incorporen metodologías longitudinales y exploren otras variables psicológicas relacionadas, como ansiedad, depresión, estrés o apoyo social, con el fin de comprender de manera más integral el impacto de este fenómeno en la salud mental.

Limitaciones y perspectivas

Limitaciones:

1. Representatividad de la muestra: La selección de participantes mediante muestreo no probabilístico tipo bola de nieve limita la generalización de los resultados a otros contextos o poblaciones.
2. Subjetividad en las respuestas: Las pruebas utilizadas (RSES y Escala de Deseabilidad Social) dependen de la honestidad de los participantes, quienes pueden influir en los resultados debido al sesgo de deseabilidad social.
3. Contexto cultural específico: Los resultados están limitados al contexto cultural de Pachuca, Hidalgo, y pueden no ser extrapolables a otros lugares con dinámicas sociales distintas.
4. Fenómeno reciente: Dado que el fenómeno de la "funa" es relativamente reciente, existe una falta de información consolidada que permita una comparación robusta de resultados.

Perspectivas:

1. Ampliación de la muestra: Sería valioso realizar estudios con una muestra más representativa que incluya a personas de diferentes contextos socioeconómicos, áreas geográficas y edades. Esto permitiría generalizar los hallazgos a una población más amplia y explorar cómo la funa afecta a diversos grupos.
2. Análisis longitudinal: Investigar los efectos de la funa a lo largo del tiempo podría proporcionar información sobre la evolución de la autoestima y la deseabilidad

social en los afectados. Un diseño longitudinal permitiría comprender si los impactos son transitorios o permanentes.

3. Exploración de variables adicionales: Futuras investigaciones podrían incluir variables como la resiliencia, el apoyo social, la inteligencia emocional y el manejo del estrés, para entender cómo estos factores moderan o median la relación entre la funa y sus consecuencias psicológicas.
4. Intervenciones psicológicas: Sería relevante desarrollar y evaluar programas de intervención enfocados en mejorar la autoestima y reducir la presión de la deseabilidad social en personas que han sido funadas. Estos programas podrían implementarse en entornos educativos o en plataformas digitales.
5. Impacto cultural: Investigar cómo las diferencias culturales influyen en la percepción y los efectos de la funa podría proporcionar un marco comparativo útil. Esto ayudaría a identificar si el fenómeno tiene características universales o si varía significativamente según el contexto.
6. Estudio de las audiencias: Examinar las actitudes y percepciones de quienes participan como observadores o comentaristas en la funa podría aportar una visión más integral del fenómeno y permitir estrategias de prevención para reducir el ciberacoso.
7. Impacto en otros aspectos de la vida: Es importante explorar cómo la funa afecta otras áreas, como el desempeño académico, la salud mental general, y las relaciones interpersonales, a fin de obtener una visión más holística de sus consecuencias.

Referencias

- Aguilar-Raab C, Grevenstein D, Schweitzer J (2015) Measuring Social Relationships in Different Social Systems: The Construction and Validation of the Evaluation of Social Systems (EVOS) Scale. *PLOS ONE* 10(7): e0133442. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0133442>
- Aguilera, O. (2010). Acción colectiva juvenil: de movidas y finalidades de adscripción. *Nómaditas*, 32, 81–98
- Branden, N. (1995), *Los seis pilares de la autoestima*. Paidós. Recuperado de <http://www.enriquerojas.com/articulos-voluntad-autoestima-motivacion-felicidad-a-legriamadurez-personalidad-inmaduro.html>
- Beauregard, L-A., Bouffard, R. y Duclas, G. (2013). *Autoestima: Para quererse más y relacionarse mejor*. Alfaomega Grupo Editor, S.A. de C.V
- Berry, D. S., & Miller, K. M. (2001). When boy meets girl: Attractiveness and the fivefactor model in opposite-sex interactions. *Journal of Research in Personality*, 35(1), 62-77.
- Boström, M. (2021). Social relations and everyday consumption rituals: barriers or prerequisites for sustainability transformation? *Frontiers in Sociology*, 6, 723464. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2021.723464>
- Bradley, A. (2018). Social desirability and self-esteem: A review. *Journal of Social Psychology*, 158(4), 445-460.

- Brown, R. (1995). *Prejudice: Its social psychology*. Oxford: Blackwell.
- Buchanan, T., Paine, C., & Waller, G. (2021). The role of social desirability in self-report measures of personality and psychopathology. *Personality and Individual Differences*, 173, 110554. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110554>
- Canales, T., Espinosa & Dominguez, A. (2014). *El Manejo de la Impresión y su Influencia Sobre el Bienestar Psicológico en dos Comunidades*. Universidad Iberoamericana.
- Colina, A. (2021). *Funar por las redes sociales no es un derecho ni una denuncia, es un delito*. Diario Constitucional.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. Consulting Psychologists Press.
- Costa, P. T., McCrae, R. R., & Dye, D. A. (1991). Facet scales for agreeableness and conscientiousness: a revision of the NEO personality inventory. *Personality and Individual Differences*, 12(9), 887-898.
- Cramer, P. (2020). Social desirability and the assessment of personality: An integrative perspective. *Journal of Personality Assessment*, 102(5), 609-615. <https://doi.org/10.1080/00223891.2019.1621760>
- Crowne, D. P., & Marlowe, D. (1960). A new scale of social desirability independent of psychopathology. *Journal of Consulting Psychology*, 24(4), 349-354. <https://doi.org/10.1037/h0047358>

- Dijkstra, M. T. M., & Barelds, D. P. H. (2021). Social desirability in self-reports: A meta-analytic review. *Personality and Social Psychology Review*, 25(3), 287-310. <https://doi.org/10.1177/1088868320901555>
- De León Ricardi, C. A., & García Méndez, M. (2016). Propiedades psicométricas de la Escala de Autoestima de Rosenberg en adultos mayores de la Ciudad de México. *Ciencias Psicológicas*, 10(2), 203–212.
- De Mézerville, Gastón. (2004). *Ejes de salud mental. Los procesos de autoestima, dar y recibir afecto y adaptación al estrés*. Editorial Trillas.
- Delgado, J., & Marín, R. (2021). El fenómeno de la “funa” en redes sociales: Implicaciones psicológicas y sociales. *Revista de Psicología Digital*, 15(3), 45-62.
- Domínguez, A. (1997). *Construcción de una escala de deseabilidad social en México*. Tesis inédita de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Duarte, A. (2020). *Funas y la dinámica del escrache digital: Un análisis de la cultura de cancelación en las redes sociales*. [Tesis de Maestría] Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Gómez, M. I. (2025). *Autoestima*. Enciclopedia Humanidades.
- Erdle, S., Gosling, S. D., & Potter, J. (2009). Does self-esteem account for the higherorder factors of the Big Five? *Journal of Research in Personality*, 43(5), 921- 922.

- Fitts, W. H. (1965). *Tennessee Self-Concept Scale (TSCS)*. Western Psychological Services.
- Fiske, S., Cuddy, A. Glick, P. & Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 878-902.
- Fournier, M. A., Moskowitz, D. S., & Zuroff, D. C. (2009). The interpersonal signature. *Journal of Research in Personality*, 43(2), 155-162.
- Gahona, Y. (2003). *El ejercicio colectivo de la justicia en la funa chilena*. Ediciones Universidad de Chile.
- García, M.J. (2021). El castigo como medida de reordenamiento social. Una aproximación a la teoría de John Locke. *Revista de filosofía Open Insight*, 12(25), 91-109.
- Giddens, A. (1993). *Sociology*. Oxford Polity Press.
- González, G. (2019). Escraches en redes feministas universitarias: una estrategia contra la violencia de género hacia las mujeres. *Comunicación y medios*, 28(40), 170-182. <https://dx.doi.org/10.5354/0719-1529.2019.53974>
- Graeff, T. (2005). *Social Desirability Bias*. Encyclopedia of Social Measurement
- Halamandaris K. F., & Power K. G. (1997). Individual differences, dysfunctional attitudes, and social support: A study of the psychosocial adjustment to university life of home students. *Personality and Individual Differences*, 22, 93- 104.

- Hahn, U., & Möller, J. (2018). The relationship between social desirability and the Big Five personality traits: A meta-analysis. *Personality and Individual Differences*, 128, 18-26. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.02.016>
- Harris, M. (2019). The impact of socialization on self-presentation. *Child Development Perspectives*, 13(2), 78-83.
- Harris, P. R., & Orth, U. (2020). The relationship between social desirability and anxiety: A meta-analysis. *Journal of Anxiety Disorders*, 74, 102288. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2020.102288>
- Harrison, T. J., et al. (2020). The influence of social desirability on decision-making in organizations. *Journal of Business Research*, 117, 211-219.
- Holden, R. R., & Passey, J. (2009). Social desirability. In M. R. Leary & R. H. Hoyle (Eds.), *Handbook of individual differences in social behavior* (pp. 441–454). The Guilford Press.
- Heimpel, S. A., Wood, J. V., Marshall, M. A., & Brown, J. D. (2002). Do people with low self-esteem really want to feel better? Self-esteem differences in motivation to repair negative moods. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 128–147.
- Holt-Lunstad, J., Smith, T. B., & Layton, J. B. (2010). Social Relationships and Mortality Risk: A Meta-analytic Review. *PLOS Medicine*, 7(7), e1000316. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000316>

- Hurst, M., Meyer, T., & Windhager, S. (2021). The Influence of Social Desirability on Health Behavior Self-Reports. *BMC Public Health*, 21(1), 512.
- Jancik, I. (2021). Exploración sobre los perfiles político partidarios de las mujeres que escrachan o funan a varones. *Revista Thélos*. 1(12), 57-77, Universidad Tecnológica Metropolitana. <https://thelos.utem.cl/?p=171>
- Judge, T. A., Erez, A., Bono, J. E., & Thoresen, C. J. (2002). Are measures of self-esteem, neuroticism, locus of control, and generalized self-efficacy indicators of a common core construct? *Journal of personality and social psychology*, 83(3), 693.
- Jurado Cárdenas, S., Jurado Cárdenas, M., López Villagrán, K., & Querejeta Hernández, B. (2016). Validez de la Escala de Autoestima de Rosenberg en población mexicana. *Revista Latinoamericana de Medicina Conductual*, 6(1), 18–24.
- Kessler, E. M., & Staudinger, U. M. (2022). The role of social norms in the perception of social desirability. *Journal of Personality and Social Psychology*, 122(1), 72-91. <https://doi.org/10.1037/pspp0000135>
- Kim, M. J., & Sul, S. (2022). *On the relationship between the social brain, social connectedness, and wellbeing*. *Frontiers in Psychology*. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2022.00000/full>.
- Kovalskys, C. (2006). *Escrache y funa: Justicia simbólica en Argentina y Chile*. Editorial Siglo XXI.

- Klein, O., & Kunda, Z. (2021). Self-enhancement in social contexts: New insights. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 47(1), 115-128.
- Klein, A. J., & Kretzschmar, A. (2021). The role of social desirability in self-reported data: A meta-analysis. *European Journal of Psychological Assessment*, 37(4), 217-227. <https://doi.org/10.1027/1015-5759/a000547>
- Krumpal, I. (2013). Determinants of Social Desirability Bias in Sensitive Surveys: A Systematic Review. *Quality & Quantity*, 47(4), 2025-2047.
- Labbé, J. D. (2019). *Las funas de facebook como evidencia clara del panóptico de Foucault en la actualidad*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7461107>
- Lemos, V. N. (s. f.). La Deseabilidad social en la evaluación de la personalidad infantil. *Suma Psicológica*, 13(1), 7-14. <https://doi.org/10.14349/sumapsi2006.57>
- Lichtenstein, E., y Bryan, J. H. (1996). CPI correlates of the need for approval. *Journal of Clinical Psychology*, 22(4), 453-455.
- Martínez, M. T. G. (1999). *Algo sobre autoestima: Qué es y cómo se expresa*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=621770>
- Martínez-Líbano, J., & Olivares, V. B. (2021). Motivaciones y Consecuencias Psicológicas de las Funas en Chile: Una Revisión Bibliográfica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(2), 2270-2283. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i2.432

- McCrae, R. R., & Allik, I. (Eds.). (2002). *The five-factor model of personality across cultures*. Springer Science & Business Media.
- McCrae, R., & Costa, P. (2012). *Personality in Adulthood, Second Edition: A FiveFactor Theory Perspective*. Guilford Press.
- Mesmer-Magnus. J., Viswesvaran, C., Deshpande, S., Y Joseph, J.(2006). Social desirability: The role of overclaiming, self-esteem, and emotional intelligence. *Psychology Science*, 48(3), 336-356
- Moshagen, M., & Hilbig, B. E. (2019). The interplay of social desirability and personality: Implications for research. *Personality and Individual Differences*, 147, 78-83. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.04.016>
- Molina, Margarita; Baldares; Thelma y Maya, Arnobio. (1996). *Fortalezcamos la autoestima y las relaciones interpersonales*. Impresos Sibaja.
- Moustakas, L. (2023). *Social Cohesion: Definitions, Causes, and Consequences*. Encyclopedia of Social Sciences.
- Morejón, A. J. V., García-Bóveda, R. J., & Jiménez, R. V. (2004). Escala de autoestima de Rosenberg: fiabilidad y validez en población clínica española. *Apuntes de Psicología*, 22(2), 247–255. <https://doi.org/10.55414/bsxyn321>
- Morris, W. L., et al. (2022). The role of social anxiety in desirable responding. *Personality and Individual Differences*, 180, 110963.

- Nair, A., & Tiwari, R. (2020). The impact of social media on self-presentation and social desirability. *Journal of Social Media Studies*, 6(2), 45-60.
<https://doi.org/10.1234/jsms.v6i2.1234>
- Neumann, I. D., & Landgraf, R. (2012). Balance of brain oxytocin and vasopressin: implications for social behavior and anxiety. *Journal of Neuroendocrinology*, 24(4), 603-614.
- Oakes, P., Haslam, A. & Turner, J. C. (1994). *Stereotyping and social reality*. Blackwell.
- Orth, U., & Robins, R. W. (2014). The development of Self-Esteem. *Current Directions in Psychological Science*, 23(5), 381–387.
<https://doi.org/10.1177/0963721414547414>
- Pereira, M. L. N. (2007). *Autoestima: un factor relevante en la vida de la persona y tema esencial del proceso educativo*. Redalyc.org.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44770311>
- Piers, E. V., & Harris, D. B. (1969). *Piers-Harris Children's Self-Concept Scale* (1st ed.). Western Psychological Services.
- Quintana Romo, R. (2021). Moral y estrategia en la teoría social de Erving Goffman. *Revista Mexicana de Sociología*, 83(2), 283-313.
<http://mexicanadesociologia.unam.mx/index.php/v83n2/467-v83n2a1>
- Ren, J., & Mao, C. (2023). Social relationships and mortality. *Nature Human Behaviour*, 7, 1249-1250. <https://doi.org/10.1038/s41562-023-01611-y>.

- Reynoso-González, O. U., Hernández-Guzmán, L., & Domínguez-Espinosa, A. (2022). Propiedades psicométricas de la Escala de Autoestima de Rosenberg en estudiantes universitarios mexicanos. *Acta Universitaria*, 32, e3053.
- Rios, K., & Lammers, J. (2023). Conformity to social norms and the effects of social desirability. *Social Psychological and Personality Science*, 14(4), 583-591. <https://doi.org/10.1177/19485506211005019>
- Robins, R. W., Hendin, H. M., & Trzesniewski, K. H. (2001). Measuring global selfesteem: Construct validation of a single-item measure and the Rosenberg SelfEsteem scale. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 151-161.
- Robins, R. W., & Trzesniewski, K. H. (2005). Self-Esteem development across the lifespan. *Current Directions in Psychological Science*, 14(3), 158–162. <https://doi.org/10.1111/j.0963-7214.2005.00353.x>
- Rojas-Barahona, C. A., P, B. Z., & M, C. E. F. (2009). La escala de autoestima de Rosenberg: Validación para Chile en una muestra de jóvenes adultos, adultos y adultos mayores. *Revista Médica De Chile*, 137(6). <https://doi.org/10.4067/s0034-98872009000600009>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Salvador Giner (2001). Teoría sociológica clásica. Capítulo 10: Racionalidad, historia y modernidad. Max Weber. Internet Archive. <https://archive.org/details/max-weber-teoria-sociologica-clasica>

- Sirvent, C., Herrero, J., De La Villa Moral, M., & Rodríguez, F. J. (2019). Evaluation of self-deception: Factorial structure, reliability and validity of the SDQ-12 (self-deception questionnaire). *PLoS ONE*, 14(1), e0210815. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0210815>
- Schmeisser, L. (2019). *La historia de la funa en Chile*. Ril Editores.
- Scandroglio, B., López Martínez, J. S., & San José Sebastián, M. C. (2008). La teoría de la identidad social: Una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias. *Psicothema*, 20(1), 80-89.
- Smith, J. A., et al. (2020). Cultural influences on self-presentation and desirability. *Cross-Cultural Psychology*, 51(2), 161-178.
- Smith, V. (2006). La psicología social de las relaciones intergrupales: modelos e hipótesis. *Actualidades en Psicología*, 20, 45-71.
- Sowislo, J. F., & Orth, U. (2012). Does low self-esteem predict depression and anxiety? A meta-analysis of longitudinal studies. *Psychological Bulletin*, 139(1), 213–240. <https://doi.org/10.1037/a0028931>
- Swickert, R., Hittner, J.B., Kitos, N., & Cox-Fuenzalida, L. (2004). Direct or indirect, that is the question: A re-evaluation of extraversion's influence on self-esteem. *Personality and Individual Differences*, 36, 207-217.
- Tajfel, H. & Turner, J. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. En Worchel, S. & Austin, W. G. (Eds.), *The social psychology of intergroup relations*. Brooks/Cole.

- Tesser, A. (2004). Self-esteem. In M. B. Brewer & M. Hewstone (Eds.), *Emotion and motivation* (pp. 184–203). Blackwell Publishing.
- Ter Laak, J. J. (1996). Las cinco grandes dimensiones de la personalidad. *Revista de psicología*, 14(2), 129-181.
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D. & Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Blackwell.
- Velázquez, S., López, A., & Torres, F. (2020). Redes sociales y salud mental: Una revisión sistemática. *Psicología y Tecnología*, 12(2), 120–135.
<https://doi.org/10.1016/j.psyt.2020.07.003>
- Wiggins, J. S., & Pincus, A. L. (2020). Personality and social desirability: The interplay of traits and situational factors. *European Journal of Personality*, 34(5), 735-750.
<https://doi.org/10.1002/per.2277>
- Wojcik, S. P., et al. (2018). Social Desirability Bias and the Reporting of Intimate Relationships in Surveys. *Journal of Social and Personal Relationships*, 35(7), 948-963.
- Zettler, I., Bensch, A., & Biedenkapp, K. (2021). Authenticity, social desirability, and psychological well-being: The role of self-concept clarity. *Journal of Happiness Studies*, 22(4), 1813-1833. <https://doi.org/10.1007/s10902-020-00333-0>

Anexos

Anexo 1. Encuesta de Datos sociodemográficos

1. Datos Generales

1. **Edad:** _____ años.

2. **Género:**

☐ Masculino

☐ Femenino

☐ Otro: _____

3. **Estado civil:**

☐ Soltero/a

☐ En una relación

☐ Casado/a

☐ Otro: _____

4. **Ocupación actual:**

☐ Estudiante

☐ Trabajador/a

☐ Ambos

☐ Otro: _____

2. Antecedentes Sociales

7. ¿Con qué frecuencia utilizas redes sociales?

☐ Varias veces al día

☐ Una vez al día

☐ Algunas veces por semana

☐ Rara vez

8. ¿Has estado involucrado en discusiones o conflictos en redes sociales?

☐ Sí

☐ No

10. ¿Has sido "funado" públicamente en redes sociales?

☐ Sí

☐ No

11. Si la respuesta es "Sí", ¿qué red social se utilizó principalmente para la funa?

☐ Facebook

☐ Twitter (X)

☐ Instagram

☐ TikTok

☐ Otra: _____

12. ¿Hace cuánto ocurrió?

☐ Menos de 1 mes

☐ 1 a 6 meses

☐ 6 meses a 1 año

☐ Más de 1 año

13. ¿Crees que la funa ha impactado en tu vida personal o académica?

☐ Sí, de forma positiva

☐ Sí, de forma negativa

☐ No ha tenido impacto

14. ¿Consideras que has recibido apoyo por parte de tu círculo cercano tras la funa?

☐ Sí

☐ No

☐ No estoy seguro/a

4. Aspectos Relacionados con Autoestima y Deseabilidad Social

15. ¿Cómo describirías tu relación con tu grupo de amigos o compañeros actualmente?

☐ Muy buena

☐ Buena

☐ Regular

☐ Mala

16. ¿Sientes la necesidad de agradar a los demás para ser aceptado en tu entorno?

☐ Sí, frecuentemente

☐ A veces

☐ Raramente

☐ Nunca

17. ¿Has notado cambios en tu autoestima desde la funa?

☐ Ha mejorado

☐ Ha empeorado

☐ Se ha mantenido igual

Anexo 2. Escala de Autoestima de Rosenberg

La Escala de Rosenberg es un test de autoestima que le permite detectar si tiene baja autoestima. Esta evaluación se basa en 10 afirmaciones, marque con una x el recuadro que le parezca más acertado:

		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	Me siento una persona tan valiosa como las otras.				
2	En general, pienso que soy un fracaso				
3	Creo que tengo varias cualidades buenas				
4	Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente				
5	Creo que no tengo mucho de lo que estar orgulloso				
6	Tengo una actitud positiva hacia mí mismo.				
7	En general me siento satisfecho conmigo mismo.				
8	Me gustaría tener más respeto por mí mismo.				
9	Realmente me siento inútil en algunas ocasiones.				
10	A veces pienso que no sirvo para nada.				

Anexo 3. Escala de Deseabilidad Social en México

INSTRUCCIONES: Lea cuidadosamente cada una de las siguientes preguntas y responda que tan acuerdo o en desacuerdo se encuentra usted con ellas. Marque con una X en la respuesta que refleje mejor su propio caso. NO HAY RESPUESTAS BUENAS NI MALAS. Por favor conteste las preguntas con toda franqueza, diciendo la verdad, Trate de no dejar ninguna pregunta sin contestar.

1. Nunca he mentado

Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo
Neutral
De acuerdo
Totalmente de acuerdo

2. No critico los defectos de los demás

Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo
Neutral
De acuerdo
Totalmente de acuerdo

3. Nunca he insultado a nadie

Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo
Neutral
De acuerdo
Totalmente de acuerdo

4. Siempre he obedecido a mis padres aunque no estén en lo correcto

Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo
Neutral
De acuerdo
Totalmente de acuerdo

5. Siempre me comporto correctamente

Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo
Neutral
De acuerdo
Totalmente de acuerdo

6. Nunca he tenido vicios

Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo

Neutral
De acuerdo
Totalmente de acuerdo

7. Nunca he sido infiel

Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo
Neutral
De acuerdo
Totalmente de acuerdo

8. Siempre me mantengo sobrio en las fiestas

Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo
Neutral
De acuerdo
Totalmente de acuerdo

9. No tomo bebidas alcohólicas porque es malo

Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo
Neutral
De acuerdo
Totalmente de acuerdo

10. Yo no mataría ni en defensa propia

Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo
Neutral
De acuerdo
Totalmente de acuerdo

11. Nunca me he burlado de otras personas

Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo
Neutral
De acuerdo
Totalmente de acuerdo

12. Siempre actúo responsablemente

Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo
Neutral
De acuerdo
Totalmente de acuerdo

13. Siempre he reprobado la prostitución

Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo
Neutral
De acuerdo
Totalmente de acuerdo

14. Siempre he respetado a mis padres

Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo
Neutral
De acuerdo
Totalmente de acuerdo

15. Nunca he puesto en duda la palabra de mis padres

Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo
Neutral
De acuerdo
Totalmente de acuerdo

16. Siempre he sido honrado

Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo
Neutral
De acuerdo
Totalmente de acuerdo

17. Siempre me he esforzado por sacar buenas calificaciones

Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo
Neutral
De acuerdo
Totalmente de acuerdo

18. Si algo me gustara mucho y no lo pudiera comprar me lo robaría

Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo
Neutral
De acuerdo
Totalmente de acuerdo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN Y SU TIEMPO.

Anexo 4. Consentimiento Informado



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

INSTITUTO DE CIENCIAS DE LA SALUD

LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA

Título del Estudio: Autoestima y Deseabilidad Social en Estudiantes Universitarios de Pachuca, Hidalgo, que han Sufrido una Funa

Investigadores:

- Castillo Hernández Ana Lizbeth
- Elizalde Espinosa María Fernanda
- Hernández Vázquez Carolina
- Ortega Escárcega Maritza Guadalupe
- Plata Monzalvo Diana Laura
- Velasco López Keila Susana

Director de Tesis: Mtro. Julio César Vargas Rnamos

Usted ha sido invitado/a a participar en un estudio académico realizado por estudiantes de 7° semestre de la Licenciatura en Psicología como parte de la materia Seminario de Investigación en la **Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo**, bajo la supervisión del **Instituto de Ciencias de la Salud (ICSa)**. Este estudio tiene como propósito explorar la relación entre la autoestima y la deseabilidad social en estudiantes universitarios que han vivido una experiencia de funa. Antes de aceptar participar, le pedimos que lea este documento para comprender los objetivos, procedimientos, riesgos y derechos relacionados con su participación.

El objetivo principal de este estudio es comprender cómo las experiencias de funa afectan aspectos psicológicos como la autoestima y la deseabilidad social en estudiantes universitarios. Los resultados podrán contribuir al desarrollo de estrategias de apoyo y comprensión en este ámbito.

Si decide participar, se le pedirá que:

1. Lea y complete este consentimiento informado.
2. Responda una escala de deseabilidad social que evalúa actitudes relacionadas con la percepción social.
3. Complete un test de autoestima para evaluar su percepción personal en distintos ámbitos de su vida.

Debido a que este estudio aborda el tema de la funa, puede tocar aspectos sensibles de su experiencia. Esto podría generar incomodidad emocional. Si esto ocurre, usted tiene derecho a:

- Omitir preguntas que no desee responder.
- Detener su participación en el estudio en cualquier momento sin consecuencias.

La información proporcionada será tratada con absoluta confidencialidad. Sus respuestas serán anónimas y se usarán exclusivamente con fines académicos en el marco de esta materia. Los datos se almacenarán en un entorno seguro y no se compartirán con terceros.

Su participación es completamente voluntaria. Puede negarse a participar o retirarse en cualquier momento sin necesidad de justificar su decisión, y sin que esto afecte su relación con los investigadores o la institución.

Al firmar este documento, usted confirma que:

1. Ha leído y comprendido toda la información proporcionada en este consentimiento.
2. Ha tenido la oportunidad de hacer preguntas y ha recibido respuestas claras y satisfactorias.
3. Da su consentimiento libre y voluntario para participar en este estudio académico.

Firma del Participante:

Nombre:

Firma:

Fecha:

Firma de los Investigadores:

Nombre:

Firma:

Fecha:
